

Krista Mård

RUOKAKULTTUURI VOIMAANTUMISEN VÄLITTÄJÄNÄ
Tutkimus jakamistalouden alustoilla toimivien
kotiruuuanlaitto -elämysten tarjoajien
kokemuksista Suomessa
Lapin yliopisto

Pro gradu -tutkielma
Matkailututkimus
2024

Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Työn nimi: Ruokakulttuuri voimaantumisen välittäjänä – Tutkimus jakamistalouden alustoilla toimivien kotiruuanlaitto -elämysten tarjoajien kokemuksista Suomessa

Tekijä: Krista Mård

Koulutusohjelma/oppiaine: Matkailututkimus

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Sivumäärä: 78+ 1 liite

Vuosi: 2024

TIIVISTELMÄ

Pro gradu -tutkielmassani tutkin sitä, miten paikalliset voivat kokea voimaantumista tarjotessaan ruokakursseja jakamistalouden alustojen kautta matkailijoille Suomessa. Tutkimusilmiöni on paikallisten kokema voimaantuminen matkakohteen ruokakulttuurin opettamisen kautta. Laajemmin tutkielma osallistuu keskusteluun jakamistalouden luomista matkailun positiivisista paikallisvaikutuksista. Olen kiinnostunut tarkastelemaan, miten voimaantuminen voi ilmetä oman ruokakulttuurin välittämisen ja esittämisen kautta, joka on vielä vähän tutkittu ilmiö jakamistalouden alustojen tutkimuksessa.

Tutkimuksen empiirinen kohde on paikallisen tarjoama ruuanlaittoelämys Suomessa. Teoreettinen viitekehys koostuu tutkielmani teoreettisista käsitteistä, eli voimaantumisesta sekä matkailun positiivisista paikallisvaikutuksista. Pääkäsitteitä ovat voimaantuminen, kulttuurinen voimaantuminen, alustatalous, aineeton ja aineellinen kulttuuriperintö ja ruokamatkailu.

Tutkielmani aineisto koostuu palveluntarjoajien haastatteluista, valokuvista ja autoetnografisesta aineistosta, jonka olen tuottanut kenttäpäiväkirjani pohjalta osallistuvan havainnoinnin jälkeen. Tutkimusmetodeina käytin osallistuvaa havainnointia, ruuanlaittoa tutkimuksena (*cooking as inquiry*) sekä elämystarjoajien haastatteluja. Aineiston analyysi on teoriaohjaavaa sisällyksenanalyysiä.

Tutkimukseni tarkoituksena ei ole voimaantumisen ilmiön tarkkaan mittaamisen pyrkiminen, vaan pikemminkin pyrin ymmärtämään siihen liittyviä ja sen taustalla vaikuttavia tekijöitä paikallisten näkökulmasta. Päättökysymykseni on: Miten ruokamatkailuelämysten tarjoaminen jakamistalouden alustan kautta voidaan kokea voimaannuttavana tapana osallistua matkailuun Suomessa? Tätä tarkastelen osatutkimuskysymysten avulla: Miten ruokamatkailun avulla voidaan välittää kohteen kulttuuriperintöä matkailijoille? Millaisia voimaantumisen osa-alueita voidaan tunnistaa palveluntarjoajien kokemuksista?

Analyysini pohjalta selvisi, että jakamistalouden alustalla toimivat palveluntarjoajat kokivat voimaantumista neljällä osa-alueella: poliittisesti, psykologisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti. Tutkittavien kokemuksista löytyi myös voimattomuutta ilmentäviä asioita. Ruokaelämyksen tuottaminen kotona mahdollistaa kulttuurin välittämisen paikallisen toimesta itselleen sopivalla representaatiolla. Tämä luo matkailijalle autenttisen kokemuksen, ja turvallisen tilan tutustua kohteen kulttuuriin. Kohteen ruokatavat paljastavat matkailijoille hiljaista tietoa kohteen tapakulttuurista, sosiaalisista säännöistä ja yhteiskunnan rakenteista. Ruokatavat myös pitävät sisällään paljon symboliikkaa, luontosuhteita ja historiaa, jotka välittyvät matkailijalle kehoillisesti oppien ruuanlaiton yhteydessä paikallisen kotona.

Avainsanat: ruokamatkailu, voimaantuminen, kulttuurinen voimaantuminen, paikalliset, jakamistalouden alustat, aineeton kulttuuriperintö, matkailun positiiviset paikallisvaikutukset

The University of Lapland, Faculty of Social Sciences

Thesis title: Food culture as a way of empowerment - Research on the experiences of providers of home cooking experiences operating on sharing economy platforms in Finland

Author: Krista Mård

Study program/subject: Tourism research

Type of thesis: Master's thesis

Number of pages: 78+ 1 appendix

Year: 2024

SUMMARY

In my master's thesis, I delve into a unique aspect of tourism research, exploring how locals in Finland can experience empowerment by offering food courses through sharing economy platforms to tourists. The central theme of my research is the empowerment these locals feel when they teach the food culture of their travel destination. This thesis contributes to the ongoing discussion about the positive local effects of tourism created by the sharing economy. It sheds light on the often-overlooked aspect of empowerment in this context.

The empirical object of the research is a cooking course offered by a local in Finland. The theoretical framework consists of the theoretical concepts of my thesis, i.e. empowerment and the positive local effects of tourism. The main ideas are empowerment, cultural empowerment, platform economy, intangible and tangible cultural heritage, and food tourism.

The material of my thesis is based on a comprehensive research approach. I conducted interviews with service providers, captured the essence of the experiences through photographs, and generated autoethnographic material from my field diary after participant observation. The research methods employed include participant observation, cooking as inquiry, and interviews with the providers of the experiences. A theory-based content analysis drives the data analysis.

In conclusion, the purpose of my research is not to quantitatively measure the phenomenon of empowerment but rather to understand the factors related to it and the underlying factors from the locals' perspective. The main research question that guided my study is: How can offering food tourism experiences through a sharing economy platform be perceived as an empowering way to participate in tourism in Finland? This question is further explored through of sub-research questions: How can food tourism be used to convey the destination's cultural heritage to tourists? What areas of empowerment can be identified from the experiences of service providers?

Based on my analysis, it became clear that the service providers operating on sharing economy platform experienced empowerment in four areas: politically, psychologically, socially and culturally. In the research subjects' experiences, I also found things that manifest disempowerment. Producing a food experience at home enables the locals to pass on culture with a representation that suits them. This creates an authentic experience for the traveller, and a safe space to learn about destination's culture. The destination's food habits reveal tacit information to travellers about the destination's customs, culture, social rules, and societal structures. Eating habits also contain a lot of symbolism, relationships with nature and history, which are conveyed to the traveller physically by learning about cooking in a local's home.

Keywords: food tourism, empowerment, cultural empowerment, locals, sharing economy platforms, intangible cultural heritage, positive local effects of tourism

Sisällysluettelo

1. JOHDANTO.....	6
1.1 Tutkimuksen tausta.....	6
1.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen merkitys	7
1.3 Aiempi tutkimus matkailun voimaantumisesta	8
1.4 Voimaantuminen teoriana	9
1.5 Laadulliset menetelmät.....	12
1.6 Aineiston analyysi	14
1.7 Eettiset huomiot.....	15
1.8 Tutkielman rakenne	16
2. ALUSTATALOUS OSANA MATKAILUN TOIMIJA-KENTTÄÄ	17
2.1 Alustatalous ja ruokamatkailun elämykset	17
2.2 Alustalla toimiva palveluntarjoaja	19
3. VOIMAANTUMINEN TEORIANA	22
3.1 Voimaantuminen matkailun tutkimuksessa	22
3.2 Voimaantumisen viittekehykset	23
3.3 Matkailun positiiviset paikallisvaikutukset	27
4. MONIMENETELMÄLLINEN LAADULLINEN TUTKIMUS	29
4.1 Laadullinen tutkimus.....	29
4.2 Aineiston kerääminen ja koko	29
4.3 Haastattelut.....	30
4.4 Etnografisesti orientoitunut tutkimusote	32
4.5 Teoriaohjaava sisällönanalyysi menetelmänä.....	34
5. KULTTUURIPERINNÖN VÄLITTYMINEN JA VOIMAANTUMINEN	37
5.1 Matkailukohteen kulttuuriperinnön välittyminen ruokamatkailun kautta	37
5.2 Voimaantuminen palveluntarjoajien kokemuksissa.....	47
6. VOIMAANTUMINEN KULTTUURIN VÄLITTÄMISEN KAUTTA JAKAMISTALOUDESSA 61	
6.1 Voimaantuminen.....	61
6.2 Psykologinen voimaantuminen	61
6.3 Sosiaalinen voimaantuminen.....	62
6.4 Poliittinen voimaantuminen	63
6.5 Kulttuurinen voimaantuminen.....	65
7. YHTEENVETO	68
LÄHTEET	73
LIITTEET.....	79

Kuvaluettelo

Kuva 1 Kuvaleike Airbnb -elämykset sivustolta	17
Kuva 2 Elämystarjoajien keittiössä	41
Kuva 3 Lohikeiton liemen valmistus kokonaisesta kalasta	43
Kuva 4 Lohen perkeiden siivous	43

Kuvioluettelo

Kuvio 1 Voimaantumisen ulottuvuudet, Scheyvens & van der Watt, (2021) mukaillen. Vapaasti käännetty.....	10
Kuvio 2 Tourism, Empowerment and Sustainable Development: A New Framework. Lähde: Scheyvens & van der Watt, (2021) mukaillen. Vapaasti käännetty suomeksi.....	24
Kuvio 3 RETS sub scales, Boley & McGehee, (2014) mukaillen taulukoitu.	32
Kuvio 4 Voimaantumisen ulottuvuudet, uusi viitekehys. Lähde: Scheyvens & van der Watt, (2021) mukaillen. Vapaasti käännetty suomeksi.....	48

1. JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta

Ruokamatkailun merkitys kasvaa ja sen trendit ovat kiinnostava tutkimuksen kohde. Eräs trendeistä on ollut kotiruuantaitto -kurssit paikallisten kanssa, joiden elämyksellisyys ja autenttisuus houkuttelevat matkailijoita paikallisten koteihin oppimaan lisää kohteen ruokakulttuurista ja perinteistä. Ruuanlaitolla on myös tärkeä rooli kulttuuriperinnön säilyttämisessä, ja sen välittämisessä eteenpäin seuraaville sukupolville. ”Unescon sopimuksessa aineettomalla kulttuuriperinnöllä tarkoitetaan käytäntöjä, kuvauksia, ilmauksia, tietoa, taitoja – sekä niihin liittyviä välineitä, esineitä ja kulttuurisia tiloja – jotka yhteisöt, ryhmät ja joissain tapauksissa yksityishenkilöt tunnustavat osaksi kulttuuriperintöään” (Aineeton kulttuuriperintö: Unescon sopimus).

Eri keittiöt perinnön näkökulmasta ovat sekoitus elementtejä, jotka edustavat sekä aineellista kulttuuriperintöä (ainesosat ja välineet) että myös aineetonta kulttuuriperintöä (maku, tuoksu, reseptit ja ruokailuun liittyvät perinteet), ja ovat osa paikan kulttuurista arvoa ja erityispiirteitä (Dallen & Amos, 2013, s. 99). Ruokamatkailu voi olla matkan päämotivaatio, mutta myös matkailijalle helppo tapa lisätä matalan kynnyksen aktiviteetti matkalleen.

Kiinnostuin aiheesta todella, kun Italiassa näin miten haluttuja ja hyvät arvostelut saaneita kursseja eri jakamistalouden alustat tarjoilivat. Kokkauskursseja löytyi suuri valikoima erilaisilla teemoilla ja ruokafokuksilla. Suomessa ilmiöstä kiinnostuneena selailin, minkälaisia kursseja me tarjoamme matkailijalle, joka haluaa oppia suomalaisten tavoista laittaa ruokaa. Yllätyksekseni tarjonta oli varsin kapea. Miksi näin on? Voisiko ruuanlaittokurssien lisääntyminen Suomessa tuoda matkailuun paljon kaivattuja hyviä paikallisvaikutuksia? Tutkimukseni keskittyy selvittämään, millaisia hyviä vaikutuksia Suomessa kursseja tarjoavat ovat kokeneet, ja millaisia voimaantumisen osa-alueita heidän kokemuksistaan voidaan tunnistaa. Olen myös kiinnostunut rakentamaan ymmärrystä siitä, millaisia kulttuurisia käytänteitä suomalaiseen ruokakulttuuriin liittyy, ja miten niitä voidaan välittää ruuanlaittokurssien avulla.

1.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen merkitys

Tutkielma tähtää selvittämään, miten paikalliset voivat kokea voimaantumista tarjotessaan ruokaelämyksiä jakamistalouden alustojen kautta matkailijoille Suomessa. Suomen matkailun kontekstissa ruuanlaittoon liittyviä kursseja ja ruokaelämyksiä on tutkittu vähän, mutta trendi on ajankohtainen. Toivon tutkimukseni antavan uutta ymmärrystä siitä, miten paikalliset kokevat matkailun vaikutuksia, ja miten voimaantumisen tutkimuksen yhdistäminen matkailun keskusteluihin avartaa tutkimusmahdollisuuksia. Tutkimusilmiöni on paikallisten voimaantuminen matkakohteen ruokakulttuurin opettamisen kautta.

Olen kiinnostunut erityisesti tarkastelemaan sitä, miten voimaantuminen voi ilmetä oman ruokakulttuurin välittämisen ja esittämisen kautta. Tutkimuksen empiirinen kohde on paikallisen tarjoama ruuanlaitto-kurssi Suomessa. Teoreettinen viitekehys on kriittinen osa tämän tutkielman suunnittelua, sillä se tulee ohjaamaan sitä, millaisia menetelmiä tulen käyttämään ja miten analysoin tutkimusaineistoa. Teoreettinen viitekehys koostuu tutkielmani teoreettisista käsitteistä, joita ovat voimaantuminen, kulttuurinen voimaantuminen ja matkailun positiiviset paikallisvaikutukset. Paikallisten palveluntarjoajien kokema voimaantuminen matkailun ilmiöön osallistumisen ansiosta voidaan nähdä positiivisena paikallisvaikutuksena.

Päätutkimuskysymykseni on: Miten ruokamatkailuelämysten tarjoaminen jakamistalouden alustan kautta voidaan kokea voimaannuttavana tapana osallistua matkailuun Suomessa? Tätä tarkastelen osatutkimuskysymysten avulla: Miten ruokamatkailun avulla voidaan välittää kohteen kulttuuriperintöä matkailijoille? Millaisia voimaantumisen teoreettisia osa-alueita voidaan tunnistaa palveluntarjoajien kokemuksista?

Tutkimuskysymykset on muotoiltu pyrkimyksenä rakentaa laajaa ymmärrystä ilmiöstä. Motiivina tutkielman kirjoittamiselle oli nimenomaan selvittää jakamistaloudella toimimisen mahdollisuuksia niin elämystarjoajille, kuin laajemminkin paikallisyhteisöille. Haluan tutkielmani osallistua matkailun positiivisia paikallisvaikutuksia tutkivaan keskusteluun, sillä matkailun kasvun kiihtyessä kohteiden paikallisväestöön kohdistuu yhä enemmän matkailusta johtuvia negatiivisia vaikutuksia, mutta samalla syntyy myös mahdollisuuksia kokea elämänlaadun paranemista matkailun ilmiöön osallistumalla.

Tutkimuskysymyksillä tähdätään kahdenlaisen ilmiön ymmärtämiseen. Ensimmäinen tutkimuskysymys selvittää sitä, miten paikallisten palveluntarjoajien kokemuksista voidaan tunnistaa voimaantumisen eri osa-alueita. Olen rajannut tutkielmani kannalta oleelliset voimaantumisen osa-alueet mukaan tarkasteluun. Toinen tutkimuskysymys pyrkii selvittämään sitä, miten ruokamatkailu osallistuu aineettoman kulttuuriperinnön välittämiseen. Näihin kahteen osa-tutkimuskysymykseen vastaan sekä alustalla toimivien palveluntarjoajien haastatteluaineiston avulla, että myös autoetnografisella aineistolla.

1.3 Aiempi tutkimus matkailun voimaantumisesta

Aikaisemman tutkimuksen tarkastelussa keskityn kulttuuriperintöä ja voimaantumista käsittelevien tutkimusten tarkasteluun, sekä alustayrittäjyyteen liittyvien tutkimusten läpikäymiseen. Alustayrityksiä, kulttuuriperintöä, sekä voimaantumista on kaikkia erikseen tutkittu runsaasti. Kuitenkin tutkimuksia, joissa nämä kaikki aiheet yhdistyvät toisiinsa vaikuttavina ilmiöinä löytyi huonosti suomeksi tai englanniksi. Pyrin tutkielmallani täyttämään tätä aukkoa tutkimuksessa. Valitsin tarkasteluun Lee (2023) suorittaman tutkimuksen, sillä tutkimukseen kuului yhdessä ruuanlaittoa metodina, ja edusti metodologialtaan laadullista, etnografisesti orientoitunutta tutkimusta. Lee (2023) tutki sitä, miten paikallisen yhteisön muodostamat ruokamuistot ovat osa aineetonta kulttuuriperintöä. 15 kuukautta pitkä laadullinen kenttätutkimus toteutettiin Oklaholmassa kahdeksan paikallisen perheen kanssa, ja tutkimusmetodologiaan kuului etnografisia metodeja, sekä yhdessä ruuanlaittoa.

Atsiz ja Cifci (2021) tutkivat millaisia motiiveja yrittäjyydelle löytyy ruoka-jakamistalouden alustoilta. Laadullinen tutkimus toteutettiin haastattelemalla palvelun tarjoajia ja tutkimuksen tuloksina selvisi jakamistalouden alustoilla toimivien ruokayrittäjien päämotiivien olevan sosiaalisia ja kulttuurisia. Tämän tutkimuksen valitsin tarkasteluun sillä se on melko tuore, laadullinen tutkimus. Metodina on käytetty jakamistalouden parissa toimivien haastatteluja, joka on yhteistä oman tutkielmani kanssa. (Atsiz & Cifci, 2021.) Sekin (2021) mukaan henkilökohtaiset motivaatiotekijät alustatyölle ovat moninaisia, ja moni tekee alustatyötä ilman taloudellisia paineita, omaan elämäntilanteeseen sopivana tulonhankkimiskeinona. Syitä alustatyön tekemiseen on löydetty olevan: työn joustavuus, itsenäisyys, mahdollisuus kasvattaa kokemusta, ei aina edellytä tutkintoa tai pätevyyskysymyksiä, lisäansioiden saaminen päivätyön ohella, työn ajan ja paikan voi valita, mahdollisuus työskennellä ilman esihenkilöitä sekä alustatyössä on mahdollisuus työskennellä oman kunnan tai vamman sallimissa rajoissa. (Sekki, 2021, s.16–17.)

Aghazamani ja Hunt (2017) tutkivat kirjallisuuskatsauksessaan sitä, millaisia artikkeleita matkailusta ja voimaantumisen on kirjoitettu. He valitsivat tarkasteluun 190 vertaisarvioitua artikkelia joista 142 sisälsi vain lyhyen maininnan voimaantumisen artikkelin johdannossa tai yhteenvedossa. Artikkeleista puuttui oleellinen analyttinen tai konseptuaalinen kohdennus voimaantumiseen, ja sanaa käytettiin säästeliäästi muotisanan tyyliin (Aghazamani & Hunt, 2017, s. 336). Kuten kirjallisuuskatsaus osoitti, voimaantuminen on muotisana myös akateemisessa kirjallisuudessa.

Kunjuramanin (2022) ekoturismia ja naisten voimaantumista käsittelevässä tutkimuksessa tarkasteltiin aiempia yhteisöjen voimaantumiseen sovellettuja teoreettisia viitekehyksiä kuten Sheyvensin CEF (Community Empowerment Framework, 2000) sekä LEF (Longwe Empowerment Framework, 1995). LEF kehitettiin, jotta voitaisiin ymmärtää, miten naisten osallistuminen ekomatkailuun ja sen kehittämisprojekteihin voi edistää voimaantumista. LEF ehdottaa naisten voimaantumisen ulottuvuuksiksi hyvinvointia, tasa-arvoista pääsyä tuotantotekijöihin, osallistumista päätöksentekoon, hallintaa päätöksenteossa ja sukupuoliroolien tiedostamista ja niiden muutosta (Longwe, 1995, Kunjuraman, 2022, mukaan). Kunjuraman sovelsi molempia teoreettisia viitekehyksiä tutkimuksessaan Malesiassa.

Tutkimukset osoittivat, että tutkittu yhteisö on voimaantunut turismin ansiosta Sheyvensin (2000) viitekehyksen mukaisesti kaikilla ulottuvuuksilla. Myös LEF viitekehyksen osoittamat ulottuvuudet näkyivät tutkimuksen tuloksissa. Tutkimustulokset myös osoittivat paikallisen kulttuurin tärkeän roolin ja sen, että se tulisi ymmärtää teoreettisissa viitekehysissä omana ulottuvuutenaan. Kunjuramanin (2022) tutkimus oli teoreettisesti tärkeä, sillä se osoitti, että vaikka näitä kahta viitekehystä on käytetty aikaisemmin vain naisten voimaantumisen tutkimukseen, niitä voidaan käyttää myös yhteisön tutkimiseen yksikkönä.

1.4 Voimaantuminen teoriana

Voimaantumista on tutkittu eri aloilla ja koulukunnissa, kuten sosiaalityössä (Adams, 1996), henkilöstöhallinnon tutkimuksessa (Dewettinck, ym. 2003), hoitotyön tutkimuksessa (Kuokkanen, 2003), kasvatustieteissä (Siitonen, 1999), feministisessä tutkimuksessa (Moglen, 1983; Cornwall, 2016), ja psykologiassa (Rappaport, 1987; Zimmerman, 1995; Perkins & Zimmerman, 1995, Patel 2003).

Voimaantumista kuvaavia teoreettisia viitekehyksiä on useita ja keskityn tarkastelussani niihin, joita on teoreettisesti sovellettu aiemmin kuvaamaan matkailun ilmiöitä. Ensimmäisiä kertoja voimaantumista ekomatkailussa kuvaamaan sopivaa viitekehystä hahmotteli Scheyvens (1999, s. 246–249) pohjaten mallinsa hyvin pitkälti Friedmannin (1992) teoriaan voimaantumisesta. Scheyvens lisäsi taloudellisen voimaantumisen neljänneksi voimaantumisen tasoksi Friedmanin ehdottamien psykologisen, sosiaalisen ja poliittisen voimaantumisen lisäksi.

Scheyvens ja van der Watt (2021) loivat moniulotteisemman viitekehyksen kuvaamaan matkailuun liittyvää voimaantumista ja kestäväää kehitystä. Uudessa viitekehyksessä on useita ympyröitä kuvaamassa voimaantumisen moniulotteisia vaiheita ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Keskeimmäinen ympyrä kuvaa voimaantumisen kuutta ulottuvuutta (kuvio 1).



Kuvio 1 Voimaantumisen ulottuvuudet, Scheyvens & van der Watt, (2021) mukaillen. Vapaasti käännetty.

Psykologinen, sosiaalinen, ja poliittinen malli ovat aiemmille malleille yhteisiä ja siihen on lisätty Scheyvensin (1999) esittämä taloudellinen ulottuvuus, sekä ympäristön ulottuvuus Mendoza-Ramoksen (2018) mukaan. Kuudes ulottuvuus on kulttuurinen voimaantuminen, jonka Scheyvens ja van der Watt (2021) argumentoivat olevan keskiössä, kun ajatellaan voimaantumisen eteenpäin menoa, perustuen alkuperäiskansojen ja muiden kulttuuri-identiteetiltään ainutlaatuisten ryhmien oikeuksien ja hyvinvoinnin tukemiseen sitoutumiseen. Kirjoittajat tiedostavat, että antropologit, sosiologit ja muut tieteentekijät ovat luoneet yhden ulottuvuuden viitekehyksiä, jotka keskittyvät sosiaaliseen tai kulttuuriseen ulottuvuuteen matkailun

vaikutuksista, mutta lukuun ottamatta Ningdongin (2017) ja Kunjuramanin (2022) teorioita, kulttuurinen ulottuvuus ei ole ollut merkittävässä roolissa matkailua ja voimaantumista yhdistävissä viitekehyksissä. (Sheyvens & van der Watt, 2021.)

Tutkielmassani pyrin tiedostamaan voimaantumisen termin käyttöön liittyvän monimuotoisuuden, ja haluan käyttää mahdollisimman toimivaa teoreettista termin määrittelyä. Tällä tavoin pystyn rajaamaan selkeästi, mitä voimaantuminen tarkoittaa tutkielmani kontekstissa. Järvisen (2009) mukaan kulttuurinen voimaantuminen on hankala määrittellä, ja moniulotteinen käsitteenä. Voimaantumisen mittaaminen yksilötasolla on myös vaikeaa, sillä kyseessä on sisäinen intiimi kokemus. Sisäisten prosessien hahmottamiseen ja kuvaukseen sopii esimerkiksi fenomenologinen tutkimusote. (Järvinen, 2009, s. 8–11.)

Aghzamani ja Hunt (2017, s. 333) määrittelevät voimaantumisen olevan moniulotteinen, kontekstiriippuvainen ja dynaaminen prosessi, joka tarjoaa ihmisille yksittäin tai kollektiivisesti suuremman voiman, vapautta ja kapasiteettia parantaa elämänlaatuaan osallistumalla matkailun ilmiöön. Aion pitää kulttuurisen aspektin mukana teoreettisessa viitekehyksessäni. Tutkielmani keskittyy ruokakulttuurin välittämiseen ja sen kautta paikallisen voimaantumiseen. Kulttuurit voivat elää jaettuna tietoisuutena omasta erityisyydestä verrattuna toisenlaiseen kulttuuriseen erityisyyteen (Siivonen, 2009, s. 66). Argumenttini on, että oman kulttuurin erikoispiirteiden ja erityisyyden tunnistaminen, tunnustaminen ja niiden kautta paikalliseksi identifioituminen on avainasemassa kulttuurisessa voimaantumisessa matkailun kontekstissa.

Käsitys oman kulttuurin omistamisesta tai olemassaolosta ei tietenkään ole täysin ongelmaton lähestymistapa. Petrisalo (2001) muistuttaa että näkemys, jossa ajatellaan ihmisryhmän tai kansallisuuden olevan menneisyytensä omistaja, sivuutetaan ryhmän ulkopuolelta tulleet vaikutukset kuten menneisyyden epäkohdat ja tosiasiat esimerkiksi alueen valtaukset ja kolonialismi. Näiden vaikutusten sivuuttaminen on väärin, sillä niiden aiheuttamat jäljet ovat osa ryhmää ja sen perinteitä. (Petrisalo, 2001, s. 133.) Suomalainen kulttuuri ei ole tästä poikkeus. Olemme olleet valtausten kohteina, osana toisia valtioita, mutta myös itse osana kulttuuristen vähemmistöjen hävittämisessä. Täten myöskään suoraviivainen ajattelu siitä, että ruokakulttuuri olisi peritty tai suoraviivaisesti yhdenlainen kulttuuri, olisi hyvin väärin.

Kulttuurisen identiteetin säilyttämisen ja vahvistamisen trendi sekä arvostus kulttuuriperintöä kohtaan nousee tarpeesta varmistaa tapojen siirtymisestä seuraavalle sukupolvelle, painottaen kulttuuriperinnön roolia paikallisen identiteetin säilyttämisessä (Jeroscenkova ym., 2016, s.19).

Merkittävä aspekti kulttuurisessa voimaantumisessa on paikallisuuden kokemuksen lisäksi kulttuurin säilyttäminen ja säilöminen. Ruokakulttuuria säilötään esimerkiksi fyysisiin resepteihin ja jälkipolville tekniikoita opettamalla. Matkailulla voidaan tukea elävää kulttuuriperintöä ja ympäristöä. (Kyyrö, ym. 2020, s. 46.)

1.5 Laadulliset menetelmät

Matkailun tieteen kentällä ja muissa yhteiskuntatieteissä suosittu näkemys on, että paradigma on tietty filosofinen tai metodologinen ajattelun perinne tai koulukunta, joka toimii mallina ja esimerkkinä sille, mitä tutkia ja miten tehdä tutkimusta (Munar & Jamal, 2016, s.16). Vaikka aiemmin tässä tekstissä mainitsen fenomenologisen paradigman ja uskonkin sen sopivan kokemuksen tutkimukseen, realistinen vaihtoehto tähän tutkimukseen sopivaksi tieteenfilosofiaksi on interpretivismi, tulkinnallisuuden paradigma. Interpretivistinen paradigma olettaa että; ilmiöiden selittämiseen on useita todellisuuksia ja selityksiä, yhden teorian tai kausaalisuhteen sijaan tutkimusprosessin pitäisi olla subjektiivinen, tutkimus on laadullista ja että empiiristä materiaalia kerätään ilmiön sisällä olevien ihmisten näkökulmasta luonnollisessa tapahtumaympäristössä. (Jennings, 2010, s. 40.)

Jokainen metodologia perustuu tiettyyn systeemiin teorioita, jotka määrittävät oletukset todellisuudesta, ihmisen luonteesta ja yhteiskunnasta, uskomukset siitä mitä on hyödyllistä tutkia sekä oletukset siitä, mikä on oikeanlainen tieto ja merkityksellinen aineisto. Metodologia määrittää metodit, sillä tietyn metodologian valinta eli filosofinen asema johtaa tiettyjen tutkimusmetodien eli työkalujen suosimiseen sen pohjalta mitä metodologisessa suuntauksessa pidetään sopivana. (Slevitch, 2011, s.75.) Tästä syystä on tärkeää pohtia omaa tieteenfilosofista asettumista, sillä se antaa suuntaa metodien valinnalle.

Etnografia viittaa tutkimusperinteeseen sekä sen pohjalta tehtyihin tutkimusten tuloksiin, joita kutsutaan etnografiseksi kuvauksiksi tutkittavasta ilmiöstä, yhteisöstä tai kulttuurista (Rastas, 2010). Etnografisen tutkimusotteen keskiössä on kenttätyöskentely eli prosessi, joka perustuu osallistuvaan havainnointiin. Prosessiin kuuluu konkreettisten aineistojen keruu, joita voi olla muun muassa haastattelut. (Huttunen, 2010.) Etnografia ei ole vain yksi metodi aineiston keruuseen, vaan tapa tehdä tutkimusta, jonka erityispiirteenä on tutkimuksen kohteet. Tavoitteena on ymmärtää sosiaalisia merkityksiä ja aktiviteettejä tutkimuskentällä tai asetelmassa olemalla lähellä tutkittavaa ilmiötä ja usein osallistumalla itse siihen tutkijana. Etnografiassa tavataan

käyttää useita metodeja kuten syvällisiä haastatteluita, osallistuvaa havainnointia, henkilökohtaisia dokumentteja ja diskurssianalyysiä. (Brewer, 2000, s.11.)

Kulttuurien tutkimuksessa metodi ymmärretään tapoina hankkia sekä analysoida aineisto, että voidaan tuottaa tietoa (Fingerroos & Kajander, 2022, s. 38). Osa tutkimusprosessiani oli tutustuminen ilmiöön ja autoetnografisen materiaalin tuottaminen osallistumalla kokkauskurssille. Sopiva tutkimusympäristö löytyi ja pääsin osallistumaan kurssille Suomessa. Tutkin paikallisten palveluntarjoajien työskentelyä ja oman kulttuurin esittämistä luonnollisessa ympäristössä. Järvisen ja Mik-Meyerin (2020) mukaan havainnoinnin tavoitteena on tuottaa laadullinen näkemys käytännöstä, eli tutkia mitä ihmiset tekevät. Ihmisten käytäntöjen havainnointi mahdollistaa tutkijalle keskittymisen haastatteluiden lisäksi siihen, miten heidän sosiaaliset kohtaamisensa rakentuvat. (Järvinen & Mik-Meyer, 2020, s. 15.)

Jennifer Brady (2011) esitteli laadullisen tutkimusmenetelmän, metodologisen lähestymistavan, jota hän kutsuu nimellä *cooking as inquiry* (ruuanlaitto tutkimuksena), jossa ruokaa ei ymmärretä pelkkänä objektina tutkimuksessa vaan ruuanlaitto nähdään tiedon keruun menetelmänä. Ruuanlaitosta saatavalla tiedolla voidaan saavuttaa ymmärrystä ruuasta, identiteetistä ja kehosta. Tällä metodilla omasta kehostani tulee tutkimuksen teon väline, ja se luo tutkimukseen autoetnografisen osuuden. Bradyn (2011) mukaan metodiin liittyy ruuanlaiton lisäksi valokuvien ottamista, kirjoittamista ja hän ehdottaa myös audiomateriaalin kuten äänitteiden tai videoiden käyttöä dokumentoinnin avuksi. Kenttäosuuden dokumentoinnin välineet olivat minun tutkielmassani puhelin, jolla otin kuvia, sekä kenttäpäiväkirja, johon kirjoitin muistiinpanoja. Hyväksytin dokumentoinnin välineet palveluntarjoajalta.

Autoetnografisen osuuden lisäksi aion haastatella kurssin järjestäjää, ja myös muita kurssien järjestäjiä Suomessa saadakseni laajemman ja edustavamman aineiston. Tähän käytän puolistrukturoituja haastatteluja. Järvisen (2009) mukaan kulttuurinen voimaantuminen on hankala määritellä, ja moniulotteinen käsitteenä. Voimaantumisen mittaaminen yksilötasolla on myös vaikeaa, sillä kyseessä on sisäinen intiimi kokemus. (Järvinen, 2009, s. 8–11.) Tutkimukseni tarkoituksena ei ole kuitenkaan pystyä tarkasti mittaamaan voimaantumista, vaan pikemminkin ymmärtämään siihen liittyviä ja sen taustalla vaikuttavia tekijöitä paikallisten näkökulmasta. Koska tutkimani ilmiö eli voimaantuminen on niin haastava ilmiönä, tarvitsin haastatteluun jollain asteella strukturoidut kysymykset, voidakseni muotoilla voimaantumisen termin haastattaville ymmärrettävään muotoon ja saada sopivaa haastatteluaineistoa. Tähän apuna käytin

erilaisia aiempaan tutkimukseen perustuvia voimaantumisen mittareita ja tutkimuksia ja selvitin, millaisilla kysymyksillä voimaantumista on aiemmin mitattu.

Apuna kysymysten muotoilussa aion käyttää RETS- asteikkoa (Resident empowerment trough tourism scale), joka kehitettiin kvantitatiiviseksi mittausmenetelmäksi voimaantumisen mittaamiseen. RETS täytti aukkoa voimaantumisen tutkimuksessa, sillä se loi työkalun, jonka avulla voidaan tarkastella sitä, miten paikalliset asukkaat kokevat voimaantuneensa matkailun seurauksena psykologisesti, sosiaalisesti ja poliittisesti. RETS- mittarin kysymyslomakkeen kysymykset on muotoiltu perustuen laajaan aiempaan kirjallisuuteen ja tutkimukseen, ja pyrkivät kartoittamaan niitä merkkejä, joiden avulla paikalliset asukkaat voivat arvioida omia kokemuksiaan. (Boley & McGehee, 2014). Kuten olen jo aiemmin maininnut, voimaantumisen tutkimus on vaikeaa, sillä se on sisäinen ja intiimi kokemus. RETS kuitenkin tarjosi apua tutkimuskysymysten muotoiluun, joka olisi ollut kriittinen kompastuskivi, mikäli en tutkijana olisi kyennyt operationalisoimaan voimaantumisen termiä tarpeeksi hyvin tutkittaville. Yhdistämällä määrällisen menetelmän tuottamaa ymmärrystä laadulliseen tutkimukseen, saavutin syvempää ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä.

1.6 Aineiston analyysi

Aineiston analyysissä olen käyttänyt laadullista sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysiä voi toteuttaa kolmella tavalla: aineistolähtöisesti, teorialähtöisesti tai teoriaohjaavasti, toiselta nimeltään teoriasidonnaisesti. Teoriaohjaavassa tavassa teoria ohjaa sitä, miten analyysi toteutetaan ja antaa tukea selityksien hakemiseen. (Eskola, 2001;2007, Tuomen & Sarajärven, 2009, s. 95–99, mukaan.) Tutkimani ilmiö, josta rakennan ymmärrystä aineistosta nousevilla havainnoilla, on paikallisten elämystarjoajien voimaantuminen. Voimaantumisen tutkimukseen on kehitelty monia teoreettisia viitekehyksiä, jotka auttavat jäsentämään voimaantumista ilmiönä sen eri osalueiden kautta. Uusin näistä on Sheyvensin ja van der Wattin (2021) luoma matkailun voimaantumisen ja kestävän kehityksen viitekehys, jossa voimaantumista tarkastellaan tapahtuvaksi kuudella eri ulottuvuudella. Viitekehys auttoi nimenomaan analyysin vaiheessa aineiston luokittelussa ja määritteiden valinnassa. Teoreettinen viitekehys ohjasi havainnointiani ja auttoi tunnistamaan aineistosta voimaantumisen ulottuvuuksia ja ilmenemismuotoja.

1.7 Eettiset huomiot

”Hyvä tieteellinen käytäntö koostuu menettelytavoista, joilla huolehditaan hyvän tieteellisen käytännön toteutumisesta tieteellisen toiminnan koko elinkaaren ajan. Hyvät tieteelliset menettelytavat (engl. good research practices) ovat siten myös osa tiede- ja tutkimusyhteisöön kuuluvien organisaatioiden laatujärjestelmää.” (TENK, 2023, HTK, s. 11.) Noudatin viittauskäytännöissä ja kirjoittamisessa matkailututkimuksen oppiaineessa laadittuja teknisiä kirjoitusohjeita, viitaten asianmukaisesti aiempien tutkijoiden teksteihin ja teorioihin. Tutkimukseni kohdistuu ihmisiin, joten noudatin ohjeen mukaan ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettisiä periaatteita kuten TENK (2019, s.6) on asettanut: ”Suomessa toimivien tutkijoiden on noudatettava ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettisiä periaatteita ja pyydyttävä tarvittaessa ihmistieteiden eettisen toimikunnan lausunto ennen tutkimukseen ryhtymistä.” Pro gradu -työtä voidaan katsoa koskevan ohjeistus, jonka mukaan ohjaajan tehtävä on olla vastuussa siitä, että opiskelija tutustuu eettisiin ohjeisiin, mutta työn tekijän omalla vastuulla on koko opinnäytetyön eettisyys. Suositus on, että ennakoarvioinnin ollessa tarvittava, työn kirjoittaja hakee ennakoarviointia ohjaajan kanssa yhteistyössä. (TENK, 2019, s.14–15.) Käytyäni läpi TENK:in määrittelemät ennakkoon arvioitavien tutkimusasetelmien kriteerit (TENK, 2019, s. 16), totesin että tutkielmani ei vaadi ihmistieteiden eettiseltä toimikunnalta eettistä ennakoarviointilausuntoa.

Haastateltaville ja palveluntuottajille lähetin tutkimussuostumuslomakkeen, jossa kerrottiin: mitä tutkimus koskee, mihin tutkimusmateriaalia käytetään, datan käsittely ja haastateltavien anonymisointi, tutkittavan oikeus vetäytyä tutkimusprosessista suostumuksen annettuaankin, ohjaajan nimi ja yhteystiedot, tutkijan nimi ja yhteystiedot sekä muut tarvittaessa merkitykselliset asiat tutkimuksen kannalta. Osallistuvan havainnoinnin alussa tutkittavassa tilassa olevilta pyysin sanallisen suostumuksen tutkimuksen tekoon, ja kerroin heille millaista tutkimusta tilassa tehdään. Säilytän tutkimusdataa Lapin yliopiston ohjeiden mukaisesti.

Tutkittava kulttuuri, jota tulkitsem omissa kokemukseni valossa, on vain yksi performanssi suomalaisesta ruokakulttuurissa, ja minun tulee tutkijana kunnioittaa sitä. Tutkielmassani pohdin syvemmin kirjallisuuteen pohjaten autoetnografian asettumista tieteenfilosofisesti ja eettisesti yhteiskuntatieteiden kentälle.

1.8 Tutkielman rakenne

Tutkielman alussa on sisällysluettelo sekä tutkielmani tiivistelmä sisältäen tutkielman avainsanat. Esittelen aiemman tutkimuksen aiheesta, tutkielmani pääpiirteet ja menetelmät johdantoluvussa. Johdantoluvussa myös perustelen tutkielmani tarpeellisuuden, sekä laajemmat tutkimuskeskustelut, joiden keskusteluun tutkielmani osallistuu. Tutkielmani toisessa luvussa esittelen tutkimuskohteeni ja siihen liittyvät ilmiöt ja käsitteet. Tutkielmani empiirinen kohde on paikallisen tarjoajan kotona toteutettu ruokamatkailun elämys ja pohdin ilmiöön liittyviä erityispiirteitä. Määrittelen käsitteet kuten jakamistalouden alusta, ruokamatkailun elämykset, sekä tarkastelen jakamistalouden alustalla toimivan palveluntarjoajan lainopillista asemaa.

Kolmannessa luvussa käsittelen voimaantumista teoreettisen viitekehyksen avulla, sekä perehdyn matkailun positiivisiin paikallisvaikutuksiin. Pysin tutkielmallani etsimään paikallisten voimaantumista edistäviä ratkaisuja, jotka tuottavat matkailun positiivisia paikallisvaikutuksia. Tutkielmani neljännessä luvussa esittelen tutkimukseni aineiston keruun, metodologian ja valitsemani laadulliset tutkimusmenetelmät.

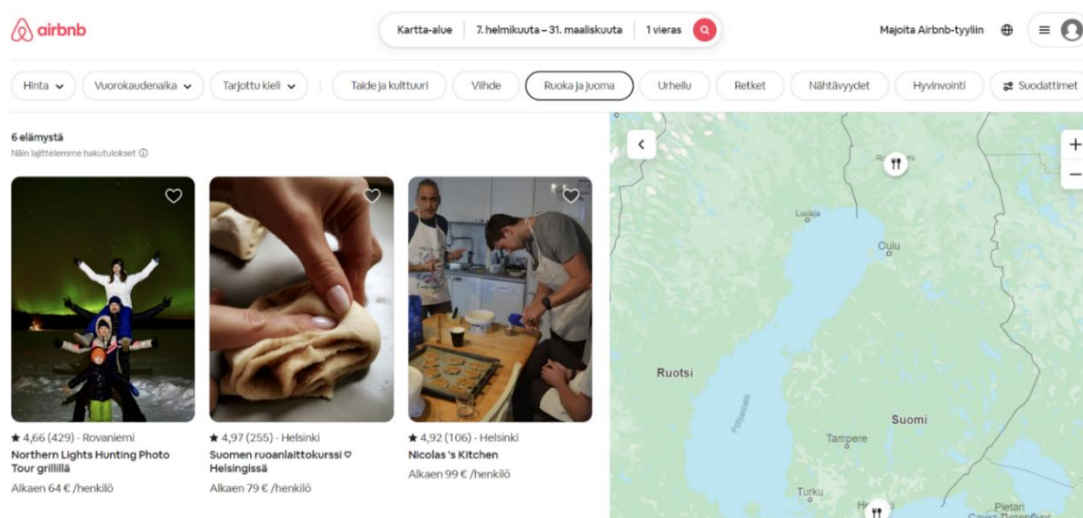
Viidennessä luvussa analysoin tutkimusaineistoani kahden osatutkimuskysymykseni avulla. Viidennessä luvussa avaen myös tarkemmin laadullisen teoriaohjaavan sisällönanalyysini vaiheita ja tekemiäni ratkaisuja liittyen aineiston käsittelyyn ja luokitteluun. Tutkielmani kuudennessä luvussa vastaan tutkielmani päätutkimuskysymykseen aiemman analyysin pohjalta. Seitsemännessä luvussa teen yhteenvedon koko tutkielmani tärkeimmistä havainnoista. Tutkielman lopussa on lähdeluettelo, kuvio- ja taulukoluettelo, sekä liitteenä haastattelurunko, jota käytin elämystarjoajien haastatteluissa.

2. ALUSTATALOUS OSANA MATKAILUN TOIMIJAKENTTÄÄ

2.1 Alustatalous ja ruokamatkailun elämykset

Hakkaraisen ja Jutilan (2017) mukaan toimintamallia, joka perustuu jakamiseen, kutsutaan yleisesti jakamistaloudeksi (sharing economy). Ilmiötä kuvaavia termejä ovat myös alustatalous (platform economy) tai yhteisötalous. Jakamistalous haastaa perinteistä talousajattelua sekä käsitystä omistajuudesta. Jakaminen voi liittyä asunnon tai auton lisäksi myös taitoihin tai tekemisen jakamiseen, joita esitellään matkailijoille vaihtoehtoisina elämyksinä, kuten käsityöt, ulkoiluaktiviteetit tai ruuanlaitto. Jakaminen voi olla pelkkää jakamista mutta myös maksun alaista toimintaa. (Hakkarainen & Jutila, 2017, s. 184.) Jakamistalous on kehittynyt alustataloudeksi, ja sen myötä alustan rooli on kasvanut. Alustoilla toimii myös suuri määrä erilaisia palveluiden tarjoajia, majoittajia, oppaita, ja muita matkailun ilmiöön omalla panoksellaan osallistuvia toimijoita.

Sekin (2021) mukaan alustataloutta edustaa esimerkiksi Airbnb, joka on tunnettu majoituspalveluita tarjoavana alustana, mutta kasvanut lanseeratessaan elämyspalvelut -kategorian. Airbnb:n elämyspalvelut (kuva 1) kategoriaan on lisätty tuhansia elämyksiä maailmanlaajuisesti ja suuri osa käyttäjistä on matkailijoita etsimässä nähtävyyksiä, viihdykettä sekä kokemuksia uusista kohteista. Koronapandemian alettua Airbnb julkaisi elämykset verkossa -palvelun, joka mahdollisti fyysisten palvelujen verkkoon viemisen tarjoten uudenlaisen tavan kaupallistaa omaa tietotaitoa kansallisilla markkinoilla. (Sekki, 2021, s.72–73.) Airbnb:n elämyspalvelut kategoriassa pystyy etsimään elämyksiä sijainnilla tai teemalla.



Kuva 1 Kuvaleike Airbnb -elämykset sivustolta

Dredge ja Gyimóthy (2015) tarkastelivat tutkimuksessaan kriittisesti jakamistaloudesta tehtyjä väitteitä. Yksi väitteistä on, että jakamistalous luo resilienttejä yhteisöjä, elävöittää naapurustoja ja auttaa niitä, jotka tarvitsevat apua. Kirjoittajat muistuttavat, että Molzin (2013) mainitsema uuden turismin aikaiset kohtaamiset ja luodut yhteydet tuntemattomien välillä todennäköisesti tapahtuvat samanmielisten ja etuoikeutettujen keskiluokkaisten henkilöiden välillä, eikä matalatuloisten (Molz, 2013, s. 212, Dredgen & Gyimóthy, 2015, mukaan). Kaikilla yhteiskunnassa ei ole mahdollisuutta jakamiseen, ja jakamistalouden tuotot eivät välttämättä valu niitä tarvitseville asti (Dredge & Gyimóthy, 2015, s. 297).

Vaikka ongelma tuottojen keskittymisestä on eittämättä todellinen, taloudellista hyötyä voi nyt tavoitella yhä useampi kuin perinteisesti kapitalismissa, jossa taloudellinen voitto ja varallisuus kertyy hyvin pienelle ryhmälle. Jakamistalous mahdollistaa paikallisille aktiivisen roolin, joita usein käsitellään matkailun kehittämisen objekteina, eikä aktiivisina osallistuvina subjekteina matkailussa (Paloniemi, Jutila & Hakkarainen, 2021, s. 59).

Ruokamatkailu voidaan määritellä vierailemisena: ensisijaisille ja toissijaisille ruuantuottajille, ruokafestivaaleilla, ravintoloissa, sekä paikoissa. Näihin kohteisiin vierailemisen ensisijaisena motiivina on kokea ja maistaa tietylle ruuantuotantoalueelle tunnusomaisia piirteitä. (Hall & Mitchell, 2001, s.308, Hall & Sharples, 2003, s. 10 mukaan.) Hall ja Sharples (2003) muistuttavat, että mikä tahansa ravintolakäynti ei täten täytä ruokamatkailun vaatimusta, sillä kyseessä täytyy olla motivaatio kokea tietyllä alueella tuotettua tai sille tyypillistä ruokaa tai maistaa tietyn kokon ruokia. Motivaatio voi kuitenkin olla monenlaista, ja ruokamatkailun käsite laajenee ja muovautuu erityisesti trendien mukana.

Ignatov ja Smith (2006) suosivat seuraavaa määritelmää: ruokamatkailu voidaan määritellä matkoiksi, joiden aikana isossa roolissa motivaatiolle tai aktiviteeteinä on alueellisten ruokien ja juomien kuluttaminen tai ostaminen, tai ruokatuotannon (maanviljelystä kokkauskursseihin) havainnointi ja opiskelu. Ruuan ei tarvitse olla ainoa tai edes ensisijainen aktiviteetti, jotta matkaa voitaisiin kutsua ruokamatkailuksi. Ruokamatkailuun liittyy ajatus tietämisen tai informaation välittämisestä koskien paikan ihmisiä, kulttuuria, perinteitä ja identiteettiä. (Ignatov & Smith, 2006, s. 238.)

Ruokamatkailusta on tullut yhä nousevampi trendi. Myös Suomessa ruokamatkailuun kiinnitetään huomiota niin kansallisella tasolla, kuin myös alueiden ja yritysten toimesta. Koko Suomen

ruokamatkailun kehittämistä ohjaa Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028 (Havas & Adamsson, 2020). Alueellisissa strategioissa eri matkailualueilla saatetaan myös asettaa omia tavoitteita ja toimenpiteitä ruokamatkailulle. Helsingin kaupunki on panostanut erityisesti ruokamatkailun teeman kanssa vuodelle 2024. Helsingillä on oma ruokakonsepti vuodelle 2024, joka toteuttaa Helsingin kaupunkistrategian tavoitteita. Kansainvälisiksi trendeiksi ja yhteiskunnallisiksi haasteiksi, jotka heijastuvat Helsingin ruokatarjontaan mainitaan: vastuullisuus ja läpinäkyvyys, paikallisuus ja autenttisuus, väestönkasvu ja liikkuvuus, sekä ruokateknologian kehitys. Erityistä tänä vuonna on Michelin -kumppanuustapahtuma, sekä kumppanuuteen liittyvät tekemiset, sekä Helsingin ruokaviikkojen markkinointiviestintä, johon panostetaan erityisesti. (Forsström, 2024.)

Ruokamatkailun elämyksien vetovoimaisuus liittyy autenttisuuteen, ja haluan päästä kokemaan paikallisia elämyksiä matalalla kynnyksellä. Paikallinen ruoka vastaa matkailijoiden haluun löytää autenttisuutta, ja autenttisuus viittaa siihen, että paikan ruoka on osa paikallista autenttista kulttuuria (Lüthje & Saari, 2018, s. 45). Ruokamatkailun aktiviteetit ovatkin helppo tapa tutustua paikalliseen kulttuuriin ja ehkä päästä kutsuttuna paikallisen kotiin tutustumaan. Paikallinen palveluntarjoaja myös takaa sen, että matkailusta saatu taloudellinen hyöty menee itse palvelua tuottaville henkilöille. Matkailijoiden autenttisuuden kaipuu on ymmärrettävä ilmiö yhä nopeammin globalisoituvassa ajassa.

Ruokamatkailuelämyksiä usein paketoidaan osaksi muita aktiviteettejä, ja ne ovat hyvä keino lisätä arvoa matkailun tuotteelle. Alustoilla tarjottavat ruokamatkailun elämykset vaihtelevat myös laajasti. Muotoja ovat esimerkiksi kokkauskurssit, maistelut, kierrokset kauppahalleissa, panimoissa ja tiloilla, kotiruokailut, laavulla tai luonnossa olevat elämykset, joihin sisältyy ruuanlaittoa tai ruokailu merkittävässä roolissa, leipomiseen liittyvät aktiviteetit, picnic-elämykset, ja nähtävyyksiä ja ruokaa yhdistelevät kierrokset. Haastattelin keskenään hieman erilaisia ruokamatkailutuotteita tarjoavia palveluntuottajia saadakseni paremman ymmärryksen ilmiön eri puolista.

2.2 Alustalla toimiva palveluntarjoaja

Sekin (2021) mukaan terminä alustatalousyrittäjyys on suhteellisen uusi aiheuttaen vaihtelevuutta terminologiassa. Tutkijoista osa käyttää termiä uuden ajan freelancer (Wallenstein, yms.,

2019, Sekin, 2021, s.9 mukaan). Sen lisäksi myös termiä alustatyö käytetään (Mattila, 2019, Sekin, 2021, s.9 mukaan).

Cutolo ja Kenney (2021) toteavat artikkelissaan, että alustapohjainen yrittäjyys eroaa olennaisesti perinteisestä yrittäjyydestä. He kutsuvat alustayrittäjiä nimellä alustasta riippuvainen yrittäjä (Platform-Dependent Entrepreneurs). PDE:t täyttävät yhtä aikaa kahta roolia. PDE:t toimivat liiketoiminnallisten tavoitteiden ohjaamina, alustan toimiessa välikätenä. Toisaalta alustan omistajalle PDE:t ovat täydentäjiä, joiden olemassaolo on tärkeää vain silloin, kun se luo arvoa alustalle. (Nambisan & Baron, 2019, Cutolo & Kenney, 2021, s. 586 mukaan.) Suomessa käytetään esimerkiksi termiä itsensätyöllistäjät, joka on kattokäsite ja kokoava termi neljälle ryhmälle: yksinyrittäjät, ammatinharjoittajat, freelancerit ja apurahansaajat. Itsensätyöllistäviä ovat henkilöt, jotka tekevät työtä yksin, yrittäjämäisesti tai ilman palkattuja työntekijöitä, mutta jotka eivät ole maatalousyrittäjiä. (Tilastokeskus, 2014, s.7–13.) Useat alustalla toimivista palveluntarjoajista täyttävät itsensätyöllistäjyyden kriteerit.

Millainen on alustajalla toimivan palveluntarjoajan laillinen asema? Tässä tutkielmassa keskityn tarkastelemaan jakamistalouden alustoilla tapahtuvaa elämys- tai kokemustarjontaa, joka liittyy ruuanlaittamiseen. Tarkastelen niillä alustoilla tapahtuvaa toimintaa, joissa tällaisia elämyksiä tarjotaan, kuten Airbnb experiences, get your guide tai Booking.com. Näillä alustoilla toimii myös paljon yrityksiä paikallisten elämyksiä tarjoavien yksityishenkilöiden lisäksi. Matkailun toimintakentässä tapahtunut muutos yksityishenkilöiden tullessa mikrotoimijoiksi on herättänyt tarpeen toimialan uudelleen tarkastelulle sääntelyn osalta (Päläs, Hovila & Hakkarainen, 2021, s. 1273).

Lainsäädännöllisesti itsensätyöllistäjät aiheuttavat tulkintatilanteita, sillä he sijoittuvat työntekijän ja yrittäjän välimaastoon. Itsensätyöllistämisen tulkinta on vaihtelevaa eri lainsäädännön osa-alueiden mukaan, eikä missään Euroopan maassa ole tehty omaa lain kategoriaa itseään työllistäville. (TEM, 13/2017, s. 32.) Kuten Rosin ym. (2019, s. 47) huomauttavat, kansainvälisesti on tehty vain harvoja tuomioistuinratkaisuja, joihin on liittynyt kannanotto siihen, mikä on alustatalouden itsensätyöllistäjän oikeudellinen asema. ”Kansainvälinen oikeuskäytäntö alustatalouden itsensätyöllistäjien työoikeudellisesta asemasta ei anna selvää vastausta kysymykseen, kuuluvatko alustatalouden itsensätyöllistäjät työoikeuden soveltamisalaan vai ovatko he itsenäisiä yrittäjiä. Alustatalouden itsensätyöllistäjän asema näyttää riippuvan työsuhteen konkreettisten ehtojen lisäksi kansallisesta työntekijän määritelmästä ja tuomioistuimen

tulkintakäytännöstä.” (Rosin ym., 2019, s. 47.) Suomessa noudatettava työlainsäädäntö ei tunnista alustatyötä, eikä ole olemassa yleistä vastausta siihen, miten Suomen lainsäädäntö soveltuu alustatalouteen liittyviin tapauksiin. Tilanteet ratkaistaan tapauskohtaisesti. (Rosin, ym., 2019, s. 59.)

Dredgen ja Gyimóthy (2015) mukaan työmarkkinatutkijat ennustavat massiivista freelance-reiden, epävarman ja harmaan työvoiman kasvua. Heidän kontribuutionsa matkailualan varallisuuteen on historiallisesti tunnistettu, mutta vähän problematisoitu ilmiö. Kirjoittajien mukaan tämä osoittaa sen, että tulisi kiinnittää huomiota ja ymmärtää, miten jakamistalous vaarantaa uuden köyhän työtätekevän ryhmän toimeentulon taloudellisesti, sosiaalisesti ja lain näkökulmasta. (Dredge & Gyimóthy, 2015, s. 297.)

Kuten laintulkinnallinen kirjallisuus osoittaa, on vaikea löytää sopivaa termiä kuvaamaan näitä toimijoita heidän laillisesti vaihtelevasta asemastaan johtuen. Käytän tässä tutkielmassa termejä elämystarjoaja ja palveluntuottaja.

3. VOIMAANTUMINEN TEORIANA

3.1 Voimaantuminen matkailun tutkimuksessa

Tutkielmani pääkäsite voimaantuminen on monitulkintainen termi. Sille ei ole yhtä kaikkien tieteenalojen hyväksymää ja jakamaa määrittelyä. Termille *empowerment* on ehdotettu suomenkielistä vastaavuutta sanoista voimaantuminen, valtuuttaminen, voimistaminen, voimaannuttaminen ja valtauttaminen (Siitonen, 1999, 82–90, Järvisen, 2009, s. 8 mukaan). Tässä tutkielmassa käytän jo suomen kieleen vakiintunutta termiä voimaantuminen. Suoritettuaan laajan kirjallisuuskatsauksen voimaantumista käsittelevistä artikkeleista Aghzamani ja Hunt (2017, s. 333) määrittivät voimaantumisen olevan moniulotteinen, kontekstiriippuvainen ja dynaaminen prosessi, joka tarjoaa ihmisille yksittäin tai kollektiivisesti suuremman voiman, vapautta ja kapasiteettiä parantaa elämänlaatuun osallistumalla matkailun ilmiöön. Tämä määritelmä huomioi tutkielmani kannalta oleelliset voimaantumisen aspektit, kuten yksilön tai yhteisön erottelminen, sekä elämänlaadun parantamisen osallistumisella matkailun ilmiöön.

Sheyvensin ja van der Wattin (2021) mukaan voimaantumiselle ei ole olemassa yhteistä määritelmää, joka olisi otettu laajasti käyttöön matkailun tai kestävän kehityksen tutkimuksessa. Voimaantumisen eri määritelmistä voidaan tunnistaa kahdeksan keskeistä aspektia. Niistä tärkeimmät kuvaavat voimaantumisen olevan: moniulotteinen, kontekstiriippuvainen, riippuvainen prosessista ja lopputuloksesta ja vaatii voiman uudelleen jakamista marginaalissa olevilla ryhmille. Voimaantuminen haastaa huonoja rakenteita parantaakseen yksilöiden tai yhteisöjen hyvinvointia. Kirjoittajat suosivat termille seuraavaa määrittelyä: Voimaantuminen ymmärtään aiemmin epäedulliseen asemaan joutuneiden tai vailla ääntä olevien ryhmien tai yksilöiden itsevarmuuden ja kykyjen aktivointina, jotta he voivat saavuttaa suurempaa kontrollia elämästään, haastaa epätasa-arvoisia valtasuhteita, mobilisoida resursseja tarpeisiinsa ja työskennellä saavuttaakseen sosiaalisen oikeudenmukaisuuden (Sheyvens, 2020, s.115, Sheyvens & van der Watt, 2021, s.2–3 mukaan). Tässä määrittelyssä huomattavaa on annettu huomio kykyjen aktivoinnille. Kykyjen avulla yksilö voi osallistua matkailun ilmiöön esimerkiksi tarjoamalla elämyksiä, tietoa, palveluita tai tuotteita.

Höckert (2009) muistuttaa, että voimaantumisen käsitteen kritiikki ja kyseenalaistaminen on tervetullutta, sillä se muistuttaa meitä siitä, että kaikki matkailun aktiviteetteihin osallistuminen ei automaattisesti johda yksilön tai yhteisön voimaantumiseen (Höckert, 2009, s.40). Tämä on

tärkeä osa voimaantumisen tutkimusta. Riippuen siitä, minkä määritelmän voimaantumiselle tarkastelussaan valitsee, voi sulkea pois tietynlaisen voimaantumisen huomioinnin.

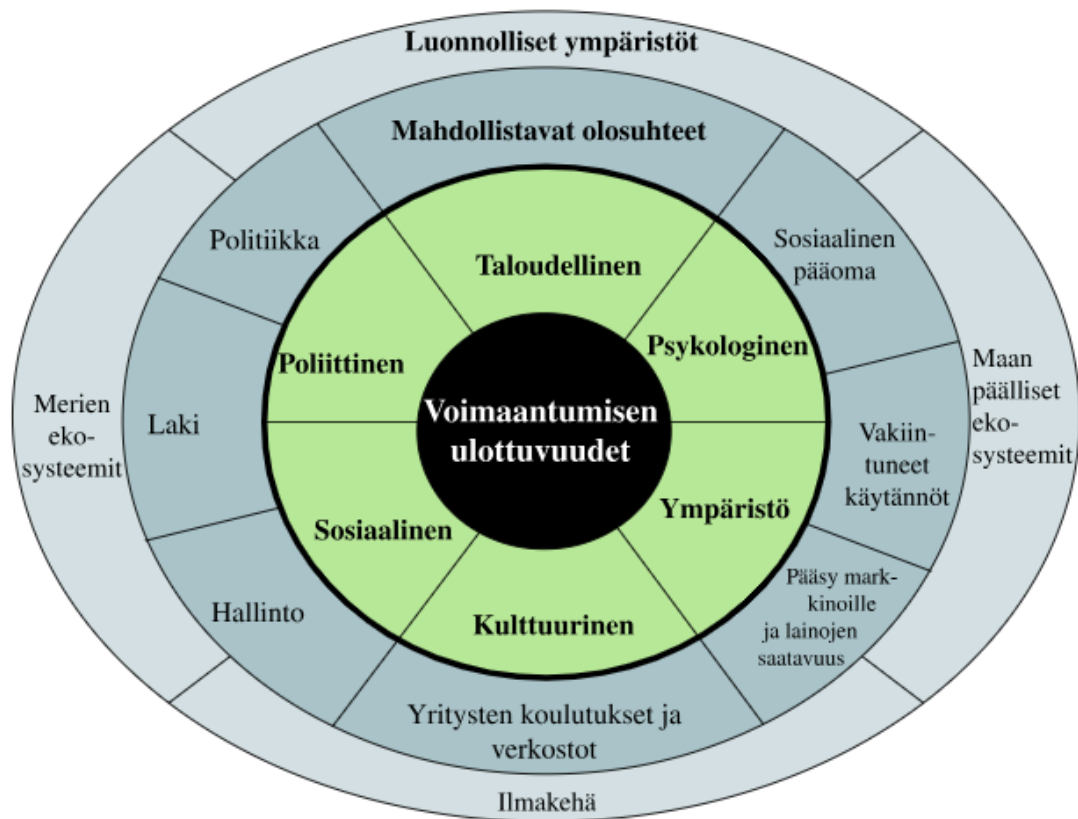
Voimaantumista on myös kritisoitu yhteiskunnallisessa tutkimuksessa muotisanana. Batliwala (2007) huomauttaa, että alkujaan selkeästi poliittisesta konseptista on ajan myötä valtavirtaistunut tavalla, joka on vienyt sanalta sen alkuperäisen merkityksen ja strategisen arvon. Voimme nähdä voimaantumisen siirtymän yhteiskunnallisesta ja systemaattisesta muutoksesta yksityiseksi tilaksi. Siirtymän substantiivista, joka kuvaa muutoksia sosiaalisissa voimasuhteissa aina verbiksi, joka kuvaa yksilön valtaa, saavutusta ja statusta. (Batliwala, 2007, s. 557–563) Saman ilmiön huomasivat myös Aghazamani ja Hunt (2017) kirjallisuuskatsauksessaan. Tarkasteluun valituista matkailua ja voimaantumista käsittelevistä 190 vertaisarvioidusta artikkelista 142 sisälsi lyhyen maininnan voimaantumisesta ainoastaan artikkelin johdannossa tai yhteenvedossa. Artikkeleista puuttui oleellinen analyttinen tai konseptuaalinen kohdennus voimaantumiseen, ja sanaa käytettiin säästeliäästi muotisanan tyyliin. (Aghazamani & Hunt, 2017, s. 336.)

Kuten aiemman tutkimuksen ja kirjallisuuden tarkastelu osoittaa, on voimaantumisen termin kritiikki sekä aiheellista, että entistä ajankohtaisempaa. Siksi myös voimaantumista tutkittaessa on tärkeää huomioida erilaiset määritelmät voimaantumiselle, ja tiedostaa termin poliittinen historia. Esittelen seuraavaksi voimaantumisen eri teoreettisia viitekehyksiä, joissa pohjana on erilaiset määritelmät ja mittarit voimaantumiselle. Keskityn tarkastelussani niihin teoreettisiin viitekehyksiin, joita on hyödynnetty aiemmin matkailun ilmiöiden tutkimuksessa.

3.2 Voimaantumisen viitekehykset

Ensimmäisiä kertoja voimaantumista ekomatkailussa kuvaamaan sopivaa viitekehystä hahmoteli Scheyvens (1999) pohjaten mallinsa Friedmannin (1992) teoriaan voimaantumisesta. Scheyvens lisäsi taloudellisen voimaantumisen neljänneksi voimaantumisen tasoksi Friedmannin (1992) ehdottamien psykologisen, sosiaalisen ja poliittisen voimaantumisen lisäksi (Friedmann, 1992, Scheyvensin, 1999, s. 247, mukaan). Tämän voimaantumisen teoreettisen viitekehysten tarkoitus oli toimia apuna ja työkaluna sen tutkimisessa, miten voimme ymmärtää paremmin ekomatkailun vaikutuksia paikallisyhteisöihin. Viitekehys tarjoaa mekanismin, jolla voi arvioida ekomatkailun aloitteiden vaikuttavuutta suhteessa paikallisyhteisöihin (Kuvio 2).

Kaikki ulottuvuudet ovat kaksiulotteisia: janan toisessa päässä on merkit yhteisön voimaantumisesta, ja toisessa reunassa merkit voimattomuudesta. (Sheyvens, 1999.)



Kuvio 2 Tourism, Empowerment and Sustainable Development: A New Framework. Lähde: Scheyvens & van der Watt, (2021) mukaillen. Vapaasti käännetty suomeksi.

Taloudellista voimaantuneisuutta kuvaa se, että ekomatkailu tuo pysyviä taloudellisia hyötyjä paikalliselle yhteisölle ja se näkyvästi hyödyttää yhteisöä muun muassa parantuneen infrastruktuurin kautta. Taloudellisen voimattomuuden merkkejä taas ovat pienet taloudelliset hyödyt, jotka kohdistuvat vain muutamille yksilöille tai perheille, ja suurin osa tuotoista menee paikalliselle eliitille, ulkopuolisille toimijoille ja valtiolle. (Sheyvens, 1999.)

Psykologisesta voimaantumisesta kertoo se, että monien yhteisön jäsenten itsetunto on parantunut ulkopuolelta tulevan tunnustuksen myötä. Ulkopuolelta tuleva huomio voi liittyä tunnustukseen paikallisen kulttuurin uniikkiudesta ja arvosta, luonnollisista resursseista ja perintötiedosta. Voimistunut itsetunto voi johtaa jatkokoulutuksen pariin hakeutumiseen ja parempaan

elintason. Psykologista voimattomuutta kuvaa hämmentyneisyys ja turhautuneisuus, sekä epäkiinnostus osallistumiseen johtuen ekomatkailun haitoista, joita he kohtaavat. (Sheyvens, 1999.)

Sosiaalisesta voimaantumista kertoo se, että ekomatkailun parissa työskentely parantaa yhteisön koheesiota ja taloudellista hyötyä ohjataan koulujen tai teiden rakentamiseen. Sosiaalista voimattomuutta ilmenee, jos matkailutoiminta alueella aiheuttaa rikollisuutta, kerjäämistä, ruuhkautumista, autenttisuuden menetyksiä, perinteisten maa-alueiden omistajuuden vaihtamista tai prostituutiota (Mansperger, 1993, Sheyvensin, 1999, mukaan).

Jotta matkailu toisi poliittista voimaantumista, tulisi yhteisön poliittinen rakenne edustaa kaikkien yhteisön ryhmien intressejä ja tarpeita sekä tarjota forumin, jonka kautta ihmiset voisivat nostaa huolia esille ja saada vastauksia matkailuun liittyviin kysymyksiin. Uusista ekomatkailuhankkeista ja niiden toimeenpanosta vastuussa olevien toimijoiden tulisi kuulla paikallisyhteisöjen ryhmien mielipiteitä, erityisesti naisten, nuorten ja muiden sosio-ekonomisesti haastavassa asemassa olevien. Heille tulisi myös tarjota mahdollisuuksia olla edustettuna päätöksiä tekevissä elimissä. Poliittisen voimattomuuden merkkejä ovat yhteisön itsevaltainen johto ja epäonnistunut paikallisten kuuleminen ja osallistaminen päätöksenteossa. (Sheyvens, 1999, s. 247–249.)

Tämä Sheyvensin (1999) kehittämä viitekehys oli käytössä useita vuosia ja eri tutkijat sovelsivat sitä niin ekomatkailun, kuin muidenkin matkailun ilmiöiden voimaantumisen tutkimukseen. Osa tutkijoista myös modifioi viitekehystä vastaamaan paremmin tarpeitaan, kuten Mendoza-Ramos (2012) teki lisätessään ympäristön ulottuvuuden viidenneksi elementiksi tutkimuksessaan koskien sademetsien käyttöä matkailussa Meksikossa (Mendoza-Ramos, 2012, Sheyvens & van der Watt, 2021, mukaan). Myös Boley (2014) sovelsi Sheyvensin teoriaa luodessaan RETS-asteikon (Resident Empowerment through Tourism Scale) (Boley, 2014, Sheyvensin & van der Wattin, 2021, s. 6, mukaan). Muiden tutkijoiden sovellukset, analyysi ja kritiikki otettiin huomioon, kun uusinta voimaantumisen viitekehystä aloitettiin tekemään (Sheyvens & van der Watt, 2021). Seuraavaksi esittelen uusimman voimaantumisen viitekehysten, ja oman sovellukseni sen osa-alueista, jotka muodostavat teoreettisen viitekehysten tälle tutkielmalle.

Sheyvens ja van der Watt (2021) ottivat uuteen viitekehykseen mukaan kolme ympyrää. Sisimmässä ympyrässä on voimaantumisen kuusi osa-aluetta. Aiemmasta Sheyvensin (1999)

viitekehuksesta on otettu mukaan poliittinen, taloudellinen, psykologinen ja sosiaalinen ulottuvuus voimaantumiselle. Lisäksi uudessa mallissa on kulttuurinen ulottuvuus, sekä ympäristön ulottuvuus aiemmista malleista poiketen. Ympäristön ulottuvuus terminä menee yhteen uudistavan matkailun (*regenerative tourism*) ajastusten kanssa. Termillä viitataan matkailuun, joka jättää ympäristön parempaan kuntoon kuin se oli ennen matkailijoiden saapumista. (Sheyvens & van der Watt, 2021, s. 12.)

Matunga ym. (2020). mukaan, MSF (Mauriora systems framework) on teoreettinen viitekehys, joka tarjoaa kielen ja prosessin, joka keskittyy maoreihin, ja siihen että *mana whenua* (valtaa ja auktoriteettia maa-alueista) voisi toimia yhdessä hallinnon toimijoiden kanssa asetettaessa tavoitteita paikoille ja *taongalle* (arvostetuille resursseille ja/tai asioille). Kirjoittajat argumentoivat, että MSF alkuperäiskansan tietoon perustuvana mallina on samassa suunnassa uudistavan matkailun ajatusten kanssa. (Matunga, ym. 2020.) Indikaattoreina ympäristön voimaantumisesta voidaan pitää: paikalliset perinteiset käytännöt, tarjolla olevia vähän vaikutuksia aiheuttavia ekomatkailun aktiviteettejä, olemassa olevia paikallisia ekomatkailun hallintasuunnitelmia, yhteisön suojelualue ja ympäristön monitorointi, uudelleen metsän istuttaminen, ja asumisympäristöjen kunnostaminen, ympäristöjohtamistoimia, ja sitä miten nämä faktorit ovat vaikuttaneet yhteisön kykyyn saada valtaa suojella ja säilyttää ympäröivää ekosysteemiään (Mendoza-Ramos & Prideaux, 2014, s. 465–466).

Lisänä uusimmassa voimaantumisen viitekehyksessä on myös kulttuurisen voimaantumisen ulottuvuus, joka tunnistaa ja arvottaa paikan kulttuuriperinnön ja ihmiset, sekä kielet, tavat ja kulttuuriset kohteet. Tämä tunnistaa alkuperäiskansojen aseman, jotka ymmärtävät kulttuurisen moninaisuuden juurina moraalisemmalle, spirituaalisemmalle, eettisemmälle ja kestävämmälle tavalle elää (Elliot, 2012, s. 21, Sheyvens & van der Watt, 2021 mukaan).

Sheyvens ja van der Watt (2021) listaavat tekijöitä, joista kulttuurisen voimaantumisen voi tunnistaa. Matkailuyritykset tuottavat autenttisia kuvauksia kulttuurista, mikä mahdollistaa erityisesti alkuperäiskansojen ryhmiä edustamaan itse kulttuuriaan. Kulttuuristen vähemmistöjen edustajilla on vahvistunut ylpeys omaa kulttuuriaan kohtaan, johtuen tavasta, jolla heidän kulttuurinsa esitetään matkailijoille, sekä matkailijoiden kiinnostuksesta kulttuuria kohtaan. Kulttuurista voimattomuutta taas aiheuttaa kulttuurinen hyödyntäminen ja varastaminen matkailun käyttöön (Carr ym., 2018, Utama ym., 2020. Sheyvens & van der Watt, 2021 mukaan). Tämä onkin näkyvä ongelma, ja iso este kulttuuriselle voimaantumiselle ympäri maailman.

Sheyvensin ja van der Wattin (2021) uudessa voimaantumisen viitekehyksessä merkittävää on myös mallin keskimäinen ympyrä, jossa esitellään seitsemän voimaantumisen mahdollistavaa olosuhdetta: politiikka, laki, hallinto, yrityskoulutus ja verkostot, pääsy markkinoille ja varoihin, kustomoidut käytännöt ja sosiaalinen pääoma. Näillä on läsnä ollessaan kyky mahdollistaa matkakohteen paikallisyhteisöjen voimaantumista ja niiden puuttuminen voi aiheuttaa voimattomuutta. Uloin ympyrä mallissa edustaa kolmea luonnollista ympäristöä: merien ekosysteemejä, ilmakehää ja maanpäällisiä ekosysteemejä. Luonnollisten ympäristöjen inklusion tarkoitus on osoittaa se, että voimaantuminen voi aidosti ilmetä vain silloin kun luonnollista ympäristöä ei uhrata matkailulle, joka johtaisi elämänlaadun ja terveyden laskemiseen paikallisilla ihmisillä, sekä kokemuksen laatuun matkailijoille. (Sheyvens & van der Watt, 2021, s.7–8.)

Tämä teoreettinen viitekehys on hyvin laaja, ja mittaa useita asioita. Tutkielmani tarkoituksena ei kuitenkaan ole kartoittaa esimerkiksi ekosysteemien toimintaa tai kestäväää kehitystä, joten rajaan teoriasta tarpeelliset ulottuvuudet käyttöön. Päättökysymykseni on: Miten ruokamatkailuelämysten tarjoaminen jakamistalouden alustan kautta voidaan kokea voimaannuttavana tapana osallistua matkailuun Suomessa? Teoriaa tulen käyttämään apuna aineiston analyysissä, tarkastellessani eri voimaantumisen ulottuvuuksien esiintymistä haastatteluaineistossa.

3.3 Matkailun positiiviset paikallisvaikutukset

Usein tutkimuksen kohteena on matkailun negatiiviset paikallisvaikutukset. Kehittämisen ja vastuullisemman matkailun kannalta on tärkeä lähtökohta ymmärtää ja huomioida alueelle kohdistuvia matkailutoiminnan aiheuttamia negatiivisia vaikutuksia. Vaikka tässä tutkielmassa keskityn tarkastelemaan nimenomaan matkailun tuomia positiivisia paikallisvaikutuksia Suomessa, en sivuuta negatiivisten vaikutusten olemassaoloa ja tärkeyttä tutkimuksen kannalta. Usein matkailun positiiviset ja negatiiviset vaikutukset myös esiintyvät yhtäaikaaisesti matkailuilla alueilla. Matkailun positiivisten vaikutusten tutkimus voi kuitenkin tuoda uutta ymmärrystä negatiivisina ymmärretyistä ilmiöistä kuten jakamistalouden alustoista.

Pavlic ym. (2015) löysivät tutkimuksessaan, että henkilökohtaisesti saatavat hyödyt matkailun kehittymisestä sekä yhteisöllinen osallistuminen tuovat merkittäviä positiivisia sosiaalisia vaikutuksia. Ne voivat myös vaikuttaa elämän laatuun ja tukea matkailun kehittymistä. Pavlic ym. (2015, s. 259) argumentoivat, että vaikka matkailun aiheuttamalla sosiaalisilla vaikutuksilla,

sekä positiivisilla että negatiivisilla on iso vaikutus elämän laatuun, silti positiiviset sosiaaliset vaikutukset ovat vahvempia vaikutukseltaan.

Matkailun kehittymisestä johtuvat paikallisyhteisölliset vaikutukset jaetaan usein kolmeen kategoriaan. Taloudelliset vaikutukset, joihin kuuluu verotulot, uudet työpaikat, lisätulo, verorasitus, inflaatio ja kunnan/kaupungin velka. Toisena kategoriana on sosio-kulttuuriset vaikutukset, joihin sisältyy paikallisten perinteisten taitojen ja juhlien elpyminen, lisääntynyt kulttuurien välinen vuorovaikutus ja ymmärrys, lisääntynyt rikollisuus ja muutokset perinteisissä kulttuureissa. Kolmas kategoria koostuu ympäristöllisistä vaikutuksista, joita ovat luonnonpuistojen ja eläinten suojelu, ruuhkautuminen, ilman ja veden saastuminen, sekä äänihaitat, vandalismi ja roskaaminen ja luonnonvaraisten lajien tuhoutuminen. (Andereck, 1995, Andereck. ym., 2005, s. 1057 mukaan.)

Kuten aiemmin viittaamastani jaottelusta käy ilmi, negatiivisia ja positiivisia vaikutuksia ei ole eritelty kategorioiden sisällä. Paikallisyhteisölliset vaikutukset myös jakautuvat laajalle, sillä matkailun vaikutukset kohteelle voivat olla hyvin kokonaisvaltaiset, ei ainoastaan taloudelliset. Matkailun paikallisvaikutuksia jaotellaan myös hyvin samalla tavalla kuin matkailun voimaantumista, joka helpottaa ilmiöiden yhtäaikaista tutkimista. Vaikka matkailun negatiiviset paikallisyhteisöihin kohdistuvat vaikutukset saavat usein paljon tilaa ja näkyvyyttä mediassa, on yhtä tärkeää ymmärtää niitä matkailun ilmiöitä, jotka luovat positiivisia ja elämänlaatua nostavia vaikutuksia matkailun paikallisyhteisöille. Tulevaisuudessa massamatkailun kanssa kamppailevat kohteet tulevat tarvitsemaan yhä enemmän näyttöä ratkaisuista, joilla voidaan luoda ahtaalle ajetulle yhteisölle kykyä voimaantua ja osallistua omilla ehdoillaan matkailun tuottamiseen.

4. MONIMENETELMÄLLINEN LAADULLINEN TUTKIMUS

4.1 Laadullinen tutkimus

Tämä tutkielma on laadullinen tutkimus. Tavoitteena on rakentaa laadullista ymmärrystä tutkitavasta ilmiöstä. Valitsin tutkimusmenetelmät tukemaan keskenään erilaisia osatutkimuskysymyksiäni. Tutkimusotteeni on etnografisesti orientoitunutta. Haastatteluilla kartoitin palveluntarjoajien voimaantumisen kokemuksia. Kulttuurin välittämisen ja välittymisen tutkimiseen käytin useampaa metodologiaa, laajentaakseni ymmärrystä. Näihin metodeihin kuului osallistuva havainnointi, autoetnografia tutkimuksen tapana ja kirjoittamisen metodina, sekä ruuanlaitto tutkimuksena (cooking as inquiry), joka edustaa kehollisen tutkimuksen perinnettä. Monimenetelmäisyys sopi tutkielmani asetelmaan, sillä luovat metodiset ratkaisut tukivat toisiaan.

4.2 Aineiston kerääminen ja koko

Tutkielmani aineisto rakentuu kahdesta osiosta: haastatteluaineistosta ja autoetnografisesta aineistosta. Tutkimukseni aineiston keruu koostui haastatteluiden suorittamisesta sekä autoetnografisesta osuudesta. Aineiston keruuseen meni noin viikko aikaa. Haastateltaville ja palveluntuottajille toimitin tutkimussuostumuslomakkeen, jossa kerrottiin: mitä tutkimus koskee, mihin tutkimusmateriaalia käytetään, datan käsittely ja haastateltavien anonymisointi, tutkittavan oikeus vetäytyä tutkimusprosessista suostumuksen annettuaankin, ohjaajan nimi ja yhteystiedot, tutkijan nimi ja yhteystiedot sekä muut tarvittaessa merkitykselliset asiat tutkimuksen kannalta.

Haastatteluita oli kolme, haastateltavia neljä. Yhteen haastatteluun osallistui kaksi haastateltavaa, sillä he tuottavat palvelua yhdessä. Haastateltavat tuottavat palveluitaan eri puolilla Suomea, ja palvelut ovat keskenään erilaisia. Kaikki palveluntarjoajat toimivat Airbnb -elämykset alustalla. Haastateltavista kolme tarjoavat myös majoitusta Airbnb:n kautta. Olen tutkimuksessani kiinnostunut nimenomaan elämysten tarjoajien kokemuksista, voimaantumisesta sekä heidän tavoistaan välittää kulttuuriperintöä tarjoamansa palvelun kautta, ja siksi rajaankin haastattelut koskemaan vain elämyksen tarjoajia, enkä esimerkiksi heidän asiakkaitaan.

Suoritin haastattelut nauhoittamalla etäyhteydellä. Yhden haastattelun kesto oli noin 45 minuuttia keskimäärin. Litteroin haastattelut muuttamalla tallenteet kirjalliseen muotoon, mikä mahdollistaa niiden käsittelyn eri analyysimenetelmillä (Kananen, 2014, s. 116). Karsin haastatteluaineistosta ylimääräisiä ilmauksia. Poistin haastatteluaineistosta nimet ja muut tunnistetiedot,

jotka voivat vaarantaa haastateltavien anonymiteetin. Osallistuvan havainnoinnin alussa olen pyytänyt tutkittavassa tilassa olevilta sanallisen suostumuksen tutkimuksen tekoon, ja kerroin heille millaista tutkimusta tilassa tehdään. Tilassa olevilta olen myös pyytänyt sanallisen luvan kuvaamiseen ja muuhun dokumentointiin osana tutkimuksen aineistonkeruuta. Säilytän tutkimusdataa Lapin yliopiston ohjeiden mukaisesti muualla kuin omassa laitteessani suojauksen takana, ja käsittelen sitä luottamuksellisesti.

Autoetnografisen osuuden aineistonkeruun toteutin osallistumalla itse jakamistalouden alustalta löytyvälle kokkauskurssille Suomessa asuvan elämystarjoajan kotona. Tässä tutkimustilanteessa tarkkailin enimmäkseen vain omaa kokemustani ja kehollisuutta ruuanlaitossa ja kulttuurin välittämisessä. Haastattelin palveluntarjoajaa elämyksen jälkeen. Autoetnografista aineistoa keräsin kenttäosuudelta, tutkimusprosessin ajalta, ja lapsuusmuistoista. Tähän aineistoon kuuluu: kenttäpäiväkirja, muistot kirjoitettuna, sekä kuvat ja videot, joita keräsin osallistuessani kokkauskurssille elämystarjoajan kotona.

Autoetnografinen kirjallinen materiaali on kolme sivua pitkä. Kirjotin elämyksen jälkeen dokumentoinnin pohjalta autoetnografisen aineiston, johon yhdistin kehollisen kokemukseni kuvaamista, muistoja ja osallistuvan havainnoinnin tuottamia huomioita. Se on sekoitus tajunnanvirtaista muistiinpanojen avulla tuotettua kuvausta omista kokemuksistani koti-ruuanlaittokurssin osallistujana, sekä muistoja, joita ruuat herättivät. Kuvia on 23 kappaletta, videomateriaalia on alle kolme minuuttia. Kuvia ja videoita on käytetty apuna autoetnografisen osuuden kirjoittamisessa. Bradyn (2011) mukaan cooking as inquiry -metodiin liittyy ruuanlaiton lisäksi valokuvien ottamista, kirjoittamista ja hän ehdottaa myös audiomateriaalin kuten äänitteiden tai videoiden käyttöä dokumentoinnin avuksi. Kenttäosuuden dokumentointiin käytin kenttäpäiväkirjaa ja mobiililaitetta kuvien ja videoiden ottamiseen. Laadullisen aineiston avulla rakennan ymmärrystä tutkimastani ilmiöstä.

4.3 Haastattelut

Ensimmäinen osa on elämystarjoajien haastattelut. Tutkielmani tavoitteena on selvittää jakamistalouden alustoilla toimivien elämystarjoajien voimaantumisen kokemuksia, ja tutkielmani tavoitteiden kannalta paras ratkaisu on haastatella suoraa kohderyhmässä olevia henkilöitä. Tyyliiltään tutkielmani haastattelut ovat puolistrukturoituja. Puolistrukturoitujen haastattelujen etuja ovat joustavuus tutkimustilanteessa, kuten mahdollisuus kysyä uudelleen ja käydä

keskustelua, mahdollisuus päättää kysymysten järjestys, sekä mahdollisuus havainnoida haastateltavaa (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s.73). Tavoitteena haastattelussa tutkijalla on saada ymmärrys ja käsitys ilmiöstä, jota tutkitaan (Kananen, 2014, s.88). Haastattelukysymykset muotoilin teorian avulla, jotta pystyn paremmin löytämään keskusteluista voimaantumista ilmentäviä sanallisia ilmaisuja ja ilmiöitä.

Aiempi tutkimus, jonka avulla muotoilen haastattelukysymykseni, on RETS- asteikko. RETS kehitettiin kvantitatiiviseksi mittariksi, joka mahdollistaa voimaantumisen mittaamisen. Mittaaminen perustuu kysymyslomakkeella vastattaviin väittämiin asteikolla 1–5. RETS -asteikon kysymykset perustuvat pitkälti Sheyvensin (1999) alkuperäiseen voimaantumisen teoriaan, mutta mukana on myös kulttuuriseen voimaantumiseen liittyviä kysymyksiä, toki ne ovat psykologisen voimaantumisen alla (Boley & McGehee, 2014.) Alkuperäisiä kysymyksiä RETS-lomakkeella on 12. Erityisesti tutkielmani haastatteluihin otin kysymyksiä psykologista ja sosiaalista voimaantumista kartoittavista osioista, sekä muutaman poliittista voimaantumista kartoittavista kysymyksistä. Näillä kysymyksillä kartoitin sitä, millaisia kokemuksia tutkittavilla on voimaantumisesta.

Valitsin RETS-asteikon (Boley & McGehee, 2014) avuksi kysymysten muotoiluun, sillä se on laajasti käytetty mittaamenetelmä, ja lomakkeen kysymykset perustuvat aiempaan tutkimukseen aiheesta (kuvio 3). Alkuperäiset kysymykset ovat luonteeltaan kvantitatiivisesti ilmiötä mittaavia, joten niitä täytyi muotoilla sopiviksi laadulliseen tutkimukseen. Haastattelujen muoto oli puolistrukturoitu, sillä seurasin vain löyhästi RETS-kysymyslomakkeen alkuperäisiä kysymyksiä ja jätin haastatteluihin tilaa avoimille vastauksille ja vapaalle keskustelulle.

Muotoilin lisäksi kysymyksiä, jotka kartoittavat enemmän kulttuurista voimaantumista. Kysymyksistä osa on tarkempia ja osa avoimempia luonteeltaan, tarkoituksena herätellä vastaajan eri kokemuksia voimaantumiseen liittyvien osa-alueiden kautta. Alkuperäiset kysymykset ovat väittämien muodossa, mutta muokkasin ne kysymysmuotoisiksi oman tutkielmani aineistonkeu-ruuta varten. Haastattelukysymykset ovat tutkielmassani liitteenä (Liite 1).

Psychological empowerment	Tourism in Floyd/Franklin/Botetourt County... -Makes me proud to be a Floyd/Franklin/Botetourt County resident -Makes me feel special because people travel to see my county's unique features -Makes me want to tell others about what we have to offer in Floyd/Franklin/Botetourt County -Reminds me that I have a unique culture to share with visitors -Makes me want to work to keep Floyd/Franklin/Botetourt County special
Social empowerment	Tourism in Floyd/Franklin/Botetourt County... -Makes me feel more connected to my community -Fosters a sense of 'community spirit' within me -Provides ways for me to get involved in my community
Political empowerment	<i>I feel like ...</i> -I have a voice in Floyd/Franklin/Botetourt County tourism development decisions -I have access to the decision making process when it comes to tourism in Floyd/Franklin/Botetourt County -My vote makes a difference in how tourism is developed in Floyd/Franklin/Botetourt Co. -I have an outlet to share my concerns about tourism development in Floyd/Franklin/Botetourt Co

Kuvio 3 RETS sub scales, Boley & McGehee, (2014) mukaillen taulukoitu.

4.4 Etnografisesti orientoitunut tutkimusote

Haastatteluiden avulla pyrin vastaamaan toiseen tutkimuskysymykseen ja ymmärtämään voimaantumista. Ensimmäinen osatutkimuskysymykseni on: Miten ruokamatkailun avulla voidaan välittää kohteen kulttuuriperintöä matkailijoille? Kysymykseen vastaamiseen käytin sekä haastatteluita, että autoetnografista aineistoa.

Identifioidun itse suomalaisen ruokakulttuurin vaikutuksen alaiseksi, joten menen tutkimaan omaa kulttuuriani. En pysty tai edes halua katsoa kyseistä kulttuuria ulkopuolisen tutkijan silmin havainnoiden. Siten autoetnografia muodostui luonnollisimmaksi tavaksi kuvata tätä osaa tutkimukseni metodeista. Viittaan tässä tutkielmassa autoetnografiaan tapana tehdä tutkimusta, en vain yhtenä metodina. Ellis ja Bochner (2000) määrittelevät autoetnografian olevan (omaelämäkerrallinen) kirjoittamisen ja tutkimuksen genre, jossa esiintyy useita kerroksia

tietoisuutta, yhdistäen henkilökohtaisen kokemuksen kulttuuriseen kokemukseen. Teksteissä esiintyvä konkreettinen toiminta, dialogi, tunne, kehollisuus, henkisyys ja itsetietoisuus näyttäytyvät relationaalisina ja institutionaalisina kertomuksina. Näihin kertomuksiin on vaikuttanut historia, sosiaalinen järjestys ja kulttuuri, jotka paljastuvat sanallisesti toiminnan, tunteen ja kielen avulla. (Ellis & Bochner, 2000, s. 739.)

Autoetnografisella tutkimuksella voidaan nähdä olevan kolme perusulottuvuutta. Se on omaelämäkerrallista sisällöltään, etnografista metodologialtaan ja interpretiivisesti orientoitunutta korostaen sosiaalista ja kulttuurista ymmärrystä. (Chang, 2008, Lapadatin, 2017, s. 2 mukaan.) Autoetnografiaa tekevien painotus vaihtelee auto- (itse), -ethno- (sosio-kulttuurinen yhteys), ja -grafia (tutkimusprosessin sovellus) välillä (Reed-Danahay, 1997, Wallin, 2008, s. 39 mukaan).

Autoetnografisessa metodissa on merkittävää sekä tutkimusprosessi että itse kirjoitusprosessi. Kirjoitusprosessin haasteet voivat olla merkittäviä niiden henkilökohtaisuuden takia. Tämän metodin käytön yhteydessä herää myös monia eettisiä ja tieteenfilosofisia kysymyksiä. Olenaisimpia kysymyksiä on subjektiivisuus. Muistojen ja omien kokemusten tulkintaan liittyy aina tunteita ja henkilökohtainen ulottuvuus.

Kenttäaineistoa kerätessäni kerroin kaikille elämykseen osallistuville suorittavani tutkimusta tilassa, ja kysyin lupaa valokuvaamiseen ja materiaalin keräämiseen. Osallistujat antoivat sanallisen suostumuksensa osallistua tutkimustilanteeseen. He myös esittivät kysymyksiä tutkielmastani ja vastasin kysymyksiin paikan päällä. Elämyksen järjestäneet palveluntarjoajat allekirjoittivat tutkimussuostumuslomakkeen, jossa kerrottiin mitä materiaalia elämyksen aikana kerätään, mihin sitä käytetään ja heille informoitiin oikeus vetäytyä tutkimuksesta koska tahansa.

Kehollisuus tutkimuksen ulottuvuutena ja välineenä vaatii tarkastelua. Iso osa ruuanlaittoa koetaan ja suoritetaan fyysisesti. Perttula (2008) kuvaa ihmiskehon olevan yksi elämäntilanteen ulottuvuuksista. Keho on paikka, jossa ihminen kokee, ja iso osa elämäntilanteesta saa merkityksen paikasta johon keho on asettunut. Hän kuvailee myös kehollisuuden erityisyyttä elämäntilanteen ulottuvuutena laadullisena, eikä rakenteellisena ilmiönä. Perttulan (2008) mukaan ”kehollisuuden elämäntilanteellisen erityislaadun ymmärtäminen on vaikea teoreettinen tehtävä, eikä kokemuksen empiirisen tutkijan tarvitse sitä ratkaista. Tärkeämpää on havaita, että

kehollisuus sellaisena kuin se kullakin hetkellä on, on ihmiselle olennainen paikka olla maailmassa ja että tätä paikkaa ihminen koko ajan tajunnallisesti ymmärtää.” (Perttula, 2008, s. 120–121.)

Kehollista tutkimusotetta tutkielmassani edustaa cooking as inquiry -metodi. Bradyn (2011) mukaan kyseessä laadullinen tutkimusmenetelmä, metodologinen lähestymistapa, jota hän kutsuu nimellä cooking as inquiry (*ruuanlaitto tutkimuksena*). Menetelmässä ruokaa ei nähdä ai-noastaan objektina tutkimuksessa, vaan ruuanlaitto nähdään menetelmänä tiedon keräämiseen. Ruuanlaitosta saatavalla tiedolla voidaan saavuttaa ymmärrystä ruuasta, identiteetistä ja kehosta. Cooking as inquiry -metodiin liittyy ruuanlaiton lisäksi valokuvien ottamista, kirjoittamista ja hän ehdottaa myös audiomateriaalin kuten äänitteiden tai videoiden käyttöä dokumentoinnin apuna. (Brady, 2011.)

Valitsin cooking as inquiry -metodin, sillä se tukee autoetnografiaa ja ruokakulttuurin tutkimusta. Halusin tulla tutkimusprosessin aikana tietoisemmaksi oman kehoni tavasta tietää. Keräsin myös tietoa siitä, miten kehoni suorittaa kulttuurisia performansseja. Spryn (2001) mukaan autoetnografisessa performanssissa keho on kuin kulttuurinen mainostaulu, jota ihmiset voivat lukea ja tulkita omien kokemustensa kontekstissa. Autoetnografian suorittaminen luo tilaa äänen ja kehon vapautumiselle akateemisessa diskurssissa rikkomalla tyylillisen muodon rajat ja uudelleen tutustuttamalla keho mieleen elävän tutkimuksen prosessissa. (Spry, 2001, s. 719–720.)

4.5 Teoriaohjaava sisällönanalyysi menetelmänä

Aineiston analyysille haasteita aiheutti tyyliltään kaksi erilaista laadullista aineistoa. Vastään eri aineistojen avulla eri osatutkimuskysymyksiin, joten ne ovat myös toisiaan täydentäviä aineistoja. Haastatteluaineiston analysointiin käytin teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysiä voi toteuttaa kolmella tapaa: aineistolähtöisesti, teorialähtöisesti tai teoriaohjaavasti, toiselta nimeltään teoriasidonnaisesti. Teoriaohjaavassa tavassa teoria ohjaa sitä, miten analyysi toteutetaan ja antaa tukea selityksien hakemiseen. (Eskola, 2001;2007, Tuomen & Sarajärven, 2009, s. 95–99, mukaan.)

Ennen aineiston tarkempaa ryhmittelyä luin aineiston läpi saadakseni käsityksen aineistosta. Kiinnitin huomiota aineistosta nouseviin uusiin havaintoihin ja mielenkiintoisiin asioihin.

Sitten aloitin järjestelmällisemmin tekemään aineistoon merkintöjä eri teemoista ja yhtäläisyyksistä, jotka herättävät kiinnostukseni aineistossa. Tätä kutsutaan aineiston koodaamiseksi, joka voidaan suorittaa kuten tutkija parhaaksi näkee (Tuomi & Sarajärvi, 2013, s.92). Sen jälkeen palasin tarkastelemaan tutkimuskysymyksiäni. Valitsin aineistosta ne osuudet ja asiat, jotka auttoivat minua vastaamaan tutkimuskysymyksiini.

Lähdin suorittamaan aineiston ryhmittelyä aineistolähtöisesti. Etsin samankaltaisia ilmaisuja ja kertomuksia, joita yhdistin ryhmiksi, jotka lopulta muodostivat luonnollisia kokonaisuuksia. Näille kokonaisuuksille muodostin koko ryhmää kuvaavia otsikoita tai nimiä, joista tuli aineiston alaluokkia. Alaluokkia muodostui monta, ja osa niistä edusti selkeästi ruokatapoja ja kulttuurin välittämistä, ja osa taas voimaantumisen osa-alueita. Sen jälkeen teoriaohjaavuus tuli mukaan aineiston analyysiin. Pääluokkien nimeäminen voimaantumisen teorian osa-alueilla oli sujuvaa. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä on tyypillistä luoda käsitteitä aineosta nousevina, kun taas teoriaohjaavuus tarkoittaa sitä, että käsitteet voidaan ottaa teoriasta ja tuoda luokitteluun ilmiöstä tiedettynä tietona (Tuomi & Sarajärvi, 2013, s. 117). Se, että haastattelukysymykset oli muotoiltu teorian avulla, auttoi myös luokittelussa paljon.

Aineistosta myös nousi luokittelussa muutamia solmukohtia, joiden luokittelu oli haasteellista. Yksi näistä oli haastatteluaineistossa toistuvat havainnot pienryhmien palvelemisesta ja hyödyllisyydestä, ja halu tavoittaa lisää pienryhmiä oman elämyksen asiakkaiksi. Pienryhmien hyödyiksi nähtiin parempi tutustuminen toisiin, helpompi toimiminen aktiviteetin parissa ja mahdollisuus personoidumman kokemuksen tarjoamiseen. Toisaalta pienryhmät nähtiin laajemmin parempina asiana kuin valmiit pakettimatkoilijat, ja massamatkailua vastustavana ilmiönä, jonka tukemisessa haluttiin olla mukana. Näkemykseni mukaan pienryhmät voisivat sopia edustamaan sekä sosiaalista voimaantumista, mutta myös poliittista voimaantumista tapana osallistua laajemmin matkailun ilmiön muotoihin.

Myös autoetnografisen aineiston ja haastatteluaineistojen väliset solmukohdat olivat moninaisia. Eräs näistä oli marjat. Haastatteluissa palveluntarjoajat kertoivat marjojen keräämisen ja tarjoamisen olevan iso osa elämystuotettaan, mutta myös omissa ruokamuistoissani korostui ruuan kerääminen ja marjoihin liittyvät muistot. Marjat edustivat siis voimaantumista tapana pystyä tarjoamaan itse kerättyä ruokaa, joka edustaa autenttista osaa suomalaisesta kulttuurista. Marjat ja niiden säilöminen edusti myös kulttuurisia käytäntöjä, joiden kautta matkailijoiden on helpompi ymmärtää syvällisempiä merkityksiä suomalaisesta ruokakulttuurista kuten

säästeliäisyyttä, resurssiviisautta, omavaraisuutta, pula-aikoja ja sesonkiluontoisuutta. Kahdenlainen aineisto myös toi omat haasteensa luokitteluun ja analyysiin, mutta toisaalta taas toisiaan täydentävät aineistot tarjosivat enemmän työskentelymateriaalia. Aineistoa oli riittävästi, ja aineiston analyysi eli tutkielman edetessä.

5. KULTTUURIPERINNÖN VÄLITTYMINEN JA VOIMAANTUMINEN

5.1 Matkailukohteen kulttuuriperinnön välittyminen ruokamatkailun kautta

Tässä luvussa vastaan osatutkimuskysymykseeni: Miten ruokamatkailun avulla voidaan välittää kohteen kulttuuriperintöä matkailijoille? Tarkastelen kulttuuriperinnön välittämistä ruokatajien avulla. Tarkastelussa näkyy erityisesti osallistuvasta havainnoinnista ja cooking as inquiry -metodin avulla kerätty aineisto. Autoetnografisen aineiston ja haastattelujen avulla selvitan, millaisien kohtaamisten, reseptien ja raaka-aineiden kautta kulttuuria voidaan välittää. Etsin yhtäläisyyksiä aineistojen välillä, ja analysoin niiden merkitystä.

Ruokatavat (foodways) tarkoittavat ruokaan liittyviä tuoksujia, näkyjä, ääniä, ja alueen tai sen ihmisten ruokailukäytäntöjä, sekä myös ruokareittejä, nähtävyyksiä ja maisemia (Dallen, 2013). Ruuanlaittoon liittyvät tekniikat, reseptit, raaka-aineet, ruokailutavat, sosiaaliset merkitykset, rituaalit ja festivaalit, metsästys ja maanviljely ja perhesiteet ovat kaikki osa ruokatajia, mutta myös niiden vaikutusten alaisia asioita (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis ja Cambourne, 2003; Hashimoto & Telfer, 2008; Timothy & Ron, 2013, Dallen, 2013, s. 99 mukaan).

Dallen (2013) argumentoi, että ruokatavat, keittiöt, gastronomia ja epikurolaiset herkut ovat kaikki osa laajempaa kulttuuriperintöjärjestelmää. Ne kantavat sisällään etnistä symboliikkaa, sukupolvien välisen tiedon siirtymistä, ympäristödeterminismia, kestäviä makuja, sosiaalishengellisiä käytäntöjä, poliittisia valtataisteluja, luontosuhteita, tarinoita toimeentulosta ja selviytymisestä, vihjeitä ihmisen aistillisuudesta, alkuperäiskansojen inspiraatiota sekä köyhyyttä ja vaurautta. (Dallen, 2013, s. 99.) Ruokakulttuuria muovaavia ja sen kehitykseen vaikuttavia asioita ovat arvot, arvostukset, sosiaaliset tavat sekä erilaiset myytit ja tabut. Ruoalla on voima yhdistää, mutta myös erottaa ihmisiä sosiaalisesti ja kulttuurisesti. (Finfood Suomen ruokatietory., 2009, s. 16.)

Ruokatajia näkyi molemmissa aineistoissa selvästi. Osa havainnoista oli selkeämpiä tunnistaa kuten reseptit, raaka-aineet tai alueiden ruokaperinteet. Toiset havainnot olivat hankalimpia määrittellä suoraan suomalaista ruokakulttuuria edustaviksi tai yleistettävissä, kuten metsästystavat tai kotiin liittyvät asiat. Luokittelin aluksi osan havainnoista osaksi kulttuurista voimaantumista, mutta tarkasteltuani autoetnografista aineistoa, löysin yhteneväisyyksiä ja siirsin osan havainnoista osaksi kulttuuristen käytänteiden analyysiä.

Raaka-aineita luonnosta

Merkittävässä osassa molemmissa aineistoissa oli raaka-aineet ja niiden kuvailu. Ensimmäisenä kiinnostavana havaintona marjat ja keräily. palveluntarjoajien kertomuksissa vilisi monia eri marjoja, ja niihin liittyviä sesonkeja, reseptejä, tapoja ja muistoja elämyksistä. Mainittuja marjoja olivat ainakin puolukka, lakka, mustaherukka ja mustikka. Eräs palveluntarjoaja kertoi tarjoamastaan elämystuotteesta yksityiskohtaisemmin marjojen osalta.

Joo minun keräämää ja lähiluonnosta poimittua ja siinä on useita eri marjoja mitä tarjoan. Glögissä on kolmea eri marjaa yksi niistä on minun puutarhasta mustaherukka, luonnosta sitten puolukka ja mustikka ja niistä tehty mehu on sen glögin pääraaka-aine sitten mausteita seassa. Sitten on puolukkahillo poronkärityksen kera. Itse olen kerännyt sen puolukan ja tehnyt survoksen ja hillon ja yhdistänyt. Sitten on vielä jälkiruuassa aidot lakat eli hillat..... Näytän heille myös omasta kännykästä valokuvia niistä itse keräämistä herkkutateista ja sitten puolukan keräämisestä on pieni video missä kerään puimurilla puolukkaa ja miten se mätäs on todella punainen puolukasta ja ne on tosi mielenkiinnolla katsoneet niitä kuvia. (H3)

Palveluntarjoaja kertoi yleästi elämyksensä aitoudesta marjojen osalta, ja korosti sitä, että ne on itse kerättyjä ja niistä on tehty kotona glögiä ja hilloa. Marjojen kerääminen, säilöminen, mehun tekeminen, hilloaminen ja muut raaka-aineeseen liittyvät aktiviteetit edustavat aineistossa suomalaista ruokakulttuuria. Myös kurssilla, jolle osallistuin, oli osa elämystä marjojen maistelu. Marjat herättivät sielläkin keskustelua matkailijoiden ja meidän paikallisten välillä. Keskustelu herätti pohtimaan omaa suhdettani marjastamiseen.

Puhumme marjastamisesta, ja siitä miten käytämme niitä niin kauan kuin niitä riittää. Maistelemme hillaa, mikä on itselleni harvinaisempi marja etelämpää tulevana. Surkuttelen omaa tyhjää pakastinta mielessäni, sillä en viime kesänä lähtenyt marjaan. Tämä on monille matkailijoille uutta. Meille niin tuttua. Muistan miten lapsuudessa kesällä istuttiin marjapuskassa viikonloppuisin. Yöttömän yön valossa hyttyset söivät nilkkoja ja ruoho kutitti paljaita varpaita. Maalla ei paljoa kenkiä pidetty kesäisin. Muovinen sanko tuntui pohjattoman suurelta, kun se piti kerätä täyteen. Mustaviinimarjat hajosivat käsiin kun olivat niin kypsiä. Heinäsirkat sirittävät ja välillä oksa raapi naarmuja käsiin. Lähdettiin ajamaan mökille, kun tuli odotettu puhelu että mustikat on kypsiä. Myös mansikat kerättiin itse poimimalla, sillä niissä säästi rahaa. Mansikkamaat olivat pelottavia paikkoja loppukesän äkäisten ampiaisten armoilla. Lopulta alkoi jo omenasesonki ja sen jälkeen sadonkorjuu ja nostettiin perunat ja porkkanat maasta. Tuo kaikki ei tunnu niin kaukaiselta pelkästään lapsuuden takia, vaan myös siksi että olen asunut aikuiselämäni kaupungeissa. En koe kaipuuta maalle, mutta koen tarvetta yhdistyä uudelleen luontoon ruokani keräämisen kautta.

Muistoissani nousi esille oleellisia havaintoja marjoihin liittyen, kuten sesongit. Marjat ja muut sadonkorjuutehtävät rytmittävät elämää ja keittiössä tehtäviä reseptejä suomalaisessa ruokakäytännössä. Marjojen perässä myös liikuttiin välillä pitkiäkin siirtymiä, sillä Etelä-Pohjanmaalla hyvään mustikkametsään oli välillä matkaa, ja riippuen säästä, kylmyydestä tai kuivuudesta, osa vakiomarjapaikoista saattoivat olla hyödyttömiä joinain vuosina. Vakiomarjapaikat ovat kulkeneet suvussamme mummolta ja paapalta, joilla on molemmilla omia suosikkipaikkoja, mutta myös yhteisiä paikkoja. Marjastus ei ole suinkaan vain naisten työ, vaan marjastamassa on kaikki, jotka pysyvät pystyssä. Marjojen jatkojalostus kuten siivoaminen, mehun keitto tai hilloaminen ovat usein jääneet kuitenkin suvun naisten töiksi.

Havainnoin tehdessäni kenttätutkimusta reaktiotani marjamehuun.

Elämyksen host on tehnyt omista marjoistaan mehua. Hänen mehuaan maistaessani kuitenkin hämmästyin. Odotin suhteellisen hapanta viinimarjojen makua, mutta mehu onkin ihan erilaista. Se on tehty mansikoista ja puolukoista. Hassua, miten sitä suomalaisena katsoo jotain tuotetta ja luulee tietävänsä miltä se maistuu.

Koin hämmästyksen, kun tutun näköinen ruokatuote ei kohdannutkaan maultaan mielikuvaani marjamehusta. Olen kotoisin alueelta, jossa useammalta takapihalta löytyy viinimarja -pensaita ja eri lajikkeita niistä. Olenkin saanut elämässäni juotavaksi erilaisia variaatioita viinimarjamehuista, joissa vaihtelee eri marjojen osuudet, sokerin määrä, tai väri. Maku on usein kuitenkin hyvin tunnistettava, tuttu ja turvallinen. Kiinnostavaa on, miten asetin perinteiseksi kokemaleni ruualle kulttuurini ohjaamana ennakko-oletuksen.

Marjat edustavat ruokatapoja Dallenin (2013) tarjoaman kuvauksen useammalla osa-alueella: sukupolvien välisen tiedon siirtymistä, kestäviä makuja, poliittisia valtataisteluja, luontosuhteita, tarinoita toimeentulosta ja selviytymisestä, vihjeitä ihmisen aistillisuudesta, sekä köyhyyttä ja vaurautta. Sukupolvien välistä tiedon siirtymistä näkyy marjapaikkojen periytymissä, sekä marjastamiseen liittyvien tapojen oppimisessa vanhemmilta sukupolvilta. Kestävät maut näkyvät resepteissä, joilla marjat säilötään jatkokäyttöön. Säilymisperinne kertoo myös tarinoita toimeentulosta ja selviytymisestä, sekä tulee ajoista, jolloin omavaraisuus pelasti henkiä taloudellisesti vaikeampina aikakausina. Eräs palveluntarjoaja muistelee juuriaan haastattelussa.

Minä oon syönyt aina, elikkä minun kotiperheessä myös isän ja äidin paikassa kuulemma meillä oli niin iso talovelka että oli pakko syödä paljon sieniä, paljon kalastaa, paljon metsästää, syödä niitä omia keräämiään ruokia. Paljon käytiin

marjassa. Se on jäänyt minulle se systeemi päälle että näin tehdään ja näin kuuluu tehdä ja se on hyvä ja terveellistä. (H3)

Haastateltava kuvailee, että tapa kerätä ruokaa luonnosta on opittu, ja niin kuuluu tehdä. Hän myös mainitsee terveellisyyden aspektin, mikä nousi haastatteluissa yllättävän vähän esille. Terveyshyödyt ovat yksi syy marjastaa ja pitää perinnettä yllä. Marjojen avulla voidaan välittää monenlaista kulttuuriperintöä matkailijoille. Marjastaminen kertoo aineistossani tarinoita kohteen metsätyypistä, historiasta, luontosuhteesta, resurssiviisaudesta kuten säilömisestä, sekä osoittaa arvostuksen puhdasta ja terveellistä ruokaa kohtaan. Marjastuksen, kalastuksen ja metsästyksen tärkeys korostui pulan vuosina (Sillanpää, 1999, s. 93).

Marjat näyttäytyivät elämystarjoajien tarinoissa tuotteena, jonka alkuperästä kerrottiin ylpeästi ja huolellisesti, ja matkailijat osoittivat kiinnostusta marjoja kohtaan. Marjat edustivat myös kulttuuriperinnön periytyvyyden aspektia, sillä ruuan kerääminen luonnosta näkyi molemmissa aineistossa aiemmilta sukupolvilta perittynä ruokatapana.

Marjojen lisäksi myös muita raaka-aineita nousi esille aineistosta, joita pidettiin tärkeänä osana suomalaista keittiötä. Maininnat liittyivät usein ruisleipään, salmiakkiin, karjalanpiirakoihin, poronkäritykseen, lohikeittoon tai korvapuusteihin. Eräs isossa osassa aineistossa oleva raaka-aine ryhmä, joka herätti keskustelua, oli maitotuotteet.

Viime vuonna vaihdossa Skotlannissa pidin Suomi-illan, kuten myös muut kämp-pikset pitivät oman maansa ruokaillan. Tarjosin Suomi-illassani juuri samaa menua kuin kokkauskurssilla tänään tehdään, lohikeittoa ja karjalanpiirakkaa. Siellä haasteena oli löytää sopiva kerma keittoon. Keskustelemme siitä, että menu on suunniteltu laktoosittomaksi, ja miten paljon maitotuotteita ylipäätään käytämme ruuanlaitossa. Matkailijoita kiinnostaa, miksi Suomessa on niin paljon laktoosi-intoleranssia, vaikka joka ruuassa on maitoa. Minuakin kiinnostaisi tietää.

Kurssin jälkeen syvennyin pohtimaan maitotuotteiden asemaa ruokakulttuurissamme (kuva 2). Kerman lisäksi elämyksessä maistelimme viiliä ja rahkaa. Käännyin haastatteluaineiston puoleen tutkimaan maitotuotteiden esiintymistä. Muiden elämystarjoajien tuotteissa mainittiin myös voin käyttö, juusto sekä jäätelövalikoima.

And I also try to give them tips like go and have a look at the finish ice cream selection at the supermarkets because it's something I think Finnish people don't even notice that they have so many different flavours. And it it's not really

common in other places to have so such a wide selection of ice cream, even during the winter time in the supermarkets. (H4)



Kuva 2 Elämystarjoajien keittiössä

Palveluntarjoaja kertoi, että antaa usein matkailijoille vinkin käydä vilkaisemassa suomalaisessa kaupassa jäätelöosastoa. Hän kuvaili, että niin suuren valikoiman löytäminen ei ole tyyppistä muissa maissa. Vuodelta 2019 olevan tilaston mukaan, suomalainen syö keskimäärin 13 litraa jäätelöä vuodessa, joka on Euroopan korkein määrä. Edelle jäätelön kulutuksessa menevät vain Yhdysvallat, Australia ja Uusi Seelanti. (Yle, 2019) Palveluntarjoaja oli siis oikeilla jäljillä pohtiessaan jäätelön syömisen erikoisuutta.

Resurssiviisaat reseptit

Ainutlaatuisten ruokien ja annosten lisäksi pohdintaa elämyksen aikana herätti suomalaisten resurssiviisaus. Monet suomalaisten klassikkoruoista ovat niin kutsuttuja jämäruokia. Vaikka kyseessä olisi uusikin ruoka, ainekset käytetään usein säästeliäästi, ja ruuanlaitosta syntyneet jätteet kierrätetään ja lajitellaan huolellisesti. Tämä ei ole pelkästään suomalainen ilmiö, mutta se näkyi aineistossa, joten koin tärkeäksi ottaa säästeliäisyyden perspektiivin mukaan kulttuuriseksi ruokatavaksi.

Karjalanpiirakkojen leipominen on hauskaa, ja mietimme miksi “jämä” ruoka on parasta Suomessa. Tiedämme kertoa matkailijoille, miksi käytämme ruuantähteitä. Nälkävuodet, sotavuodet, lamavuodet. Suosikkeja nousee keskustelussa, kuten pyttipannu, karjalanpiirakat, hernekeitto, johon meillä kotona käytettiin aina joulukinkun loput pakastimesta. Suomalaisia ryhmässä yhdisti kollektiivinen kokemus siitä keittokattilasta, joka ei vaan koskaan tyhjene. Liedellä hiljaa kiehuva liemikattilassa oranssista nesteestä kohoaa harmaa kalanpää ja tyhjät silmät tuijottavat kuolleina. Elämyksen ohjaaja siivilöi kalaliemestä kalan ruodot ja jäänteet, jotta niistä irtoavan pehmeän lihan saa nostettua haarukalla irti keittoon. Mitään ei heitetä hukkaan.

Autoetnografisesta aineistosta nousee esille kiinnostavia havaintoja keskustelusta, jota kävimme elämyksen aikana. En ollut aiemmin ymmärtänyt, että lempiruokani olivat aina jonkinlaisia jämäruokia. Koko kalan käyttö liemen mausteena ja kalan puhtaaksi perkaaminen oli myös konkreettisia ruokatapoja, jotka edustavat resurssiviisautta aineistossa (kuvat 3 & 4). Dalenin (2013) tarjoaman ruokatapojen jaottelun mukaisesti, jämäruuat edustavat useampaa syvällisempää merkitystä, kuten vaikeampia aikoja historiassa, jolloin ruuasta oli pulaa joko koko ajan tai tiettyinä sesonkeina.

Viimeiset nälkävuodet Suomessa ajoittuivat vuosille 1867–1868. Katovuosiksi nimitetyn ajanjakson jälkeen tapahtui muutos maanviljelyssä. Leipäviljan tuotannosta siirryttiin lypsykarjan pitoon. (Räsänen, 1980, s.42–43, Sillanpään, 1999, s. 38 mukaan.) Suomen itsenäisyyden ensimmäinen vuosi 1918 oli ruokahuollon puolesta surullinen, sillä ensimmäinen maailmansota ja Venäjän vallankumous vaikeuttivat elintarviketuontia Suomeen. Sisällissota pahensi asiaa ja Valtion kotitaloustoimikunta neuvoikin ihmisiä pettuleivän tekoon tiedonannossaan. (Sillanpää, 1999, s. 28–29.)

Sillanpään (1999) lukemien lähteiden mukaan toisen maailmansodan aikana Suomessa ei koettu varsinaista nälänhätää. Pahimman puutteen talvi osui vuosille 1942–1943, jolloin

suomalainen laihtui keskimäärin 6–7 kiloa. Pula kohdistui tiettyihin elintarvikkeisiin, kuten liha, voi ja kerma. (Lapsuuden ruokamuistoja 1940-luvulta, Suomen ruokatieto; Anna 43/1987, s. 47, Sillanpään, 1999, s. 88 mukaan.) Matkailijoille rakentuu syvällisempi ymmärrys esimerkiksi kalakeitosta ja siihen liittyvästä työstä ja historian ohjaamasta säästeliäisyydestä, kun he valmistavat sen itse, verrattuna ravintolassa saatavaan kokemukseen kalakeitosta.



Kuva 3 Lohikeiton liemen valmistus kokonaisesta kalasta



Kuva 4 Lohen perkeiden siivous

Elämyksessäkkin edustettuna ollut karjalanpiirakka oli matkailijoille hauska kokemus leipoa. Se on myös itselleni aina hauskaa, sillä ryhdyn tekemään karjalanpiirakoita alusta-asti hyvin harvoin. Käännyin kenttämuistiinpanojeni puoleen muistelllessani taikinan tekemistä.

Pyörin epätoivoisena etsien pöydältä teelusikkaa, jolla mittaan suolan. Vieraassa keittiössä leipominen on hieman kömpelöä aina. Unohdan melkein tekeväni tutkimusta ja pyydän kaveriani ottamaan kuvia minusta, kun vaivaan taikinaa. Elämyksen hostin karjalanmummolta perimä resepti todella on hyvä. Taikina alkaa irrota kulhon reunoista ja muotoutua kauniiksi palloksi. Mietin, miten arvokkaita taitoja voi periä, kuten taikinan teon. En ole itse perinyt montaa reseptiä, paitsi joululaatikkojen salaisuudet ja sämpyläreseptin mummolta. Täytyy pitää niistä huolta.

Muistiinpanoissani kiinnostavaa on havainto kulttuurin perimisestä. Perinnön käsite johtaa keskusteluihin jatkumosta menneisyyden ja tulevaisuuden välillä, tarjoten historiallista syvyyttä ja pysyvän kuvion jatkuvasti muuttuvassa maailmassa. (Besiere, 1998, Jerochenkova, ym., 2016, s. 20 mukaan.) Gastronominen kulttuuriperintö on sellainen osa kulttuuriperintöä, johon kuka tahansa yhteisön jäsen voi ottaa yhteyden, erilaisista olosuhteista huolimatta. Se osoittaa ymmärryksen kansallisesta arvosta, joka on kumuloitunut vuosien saatossa. (Jerochenkova ym., 2016, s. 25.)

Sodan takia siirretyt ja uudelleenasetetut karjalaiset eivät aina omaksuneet uuden paikkakunnan kovaa leipää, klimppisoppaa tai muita perinteisiä ruokia, ja kantaväestö vierasti karjalaiselle perinteelle ominaisia hapanruokia. Kuitenkin karjalanpiirakka, sekä karjalanpaisti juhlapöytään sopivina ruokina levisivät nopeasti kantaväestön pöytiin Suomessa. (Sillanpää, 1999, s. 110.) Karjalanpiirakka edustaa suomalaiselle ruokaperinteelle ominaista idän ja lännen yhteentörmäystä. Siksi se onkin loistava valinta elämykseen, sillä se paljastaa historiallisia aikoja, sekä karjalaisen kulttuurin vaikutteita, jotka elävät pakkosiirroista ja assimilaatiosta huolimatta.

Ruokamatkailu mahdollistaa tarinankerronnan keinoin kulttuurin periytyvyyden esittämisen matkailijoille. On merkityksellistä, miksi juuri tietyt reseptit periytyvät suvussa, ja se luo myös arvoa matkailijoiden kokemukselle, kun he pääsevät osaksi suvun salaisuuksia jaettujen reseptien avulla.

Taikina lepää ja keskustelu on kääntynyt pullopantteihin, ja kierrättämiseen Suomessa. Ryhmässä oleva suomalainen tietää jättää vihannesten kuoret erilleen muista roskista, että ne on helpompi kipata biojäteastiaan myöhemmin. Aina unohdan miten vierasta kaiken mahdollisen kierrättäminen voi olla monissa muissa maissa asuville. Kuorimme perunoita pöydän ääressä ja se tuntuu hassulta.

Koen palavaa halua änkeä itseni jo täynnä ihmisiä olevaan rakoon tiskialtaan luo, jotta voin kuoria perunat altaan päällä. Onkohan kyseessä peritty taito?

Autoetnografisessa aineistossa pohdin kierrättämisen merkitystä osana ruuanlaittoa. Se kertoo myös tarinaa resurssiviisaudesta ja luontosuhteesta, sekä yhteiskuntamme rakenteista laajemmin. Kenttämuistiinpanoissa mielenkiintoista oli myös autoetnografialle ominainen kahden roolin yhtäaikainen omaksuminen: minä tutkijana ja minä kokijana. Perunankuoriminen väärässä osassa keittiötä aiheutti heti kehollisen epämukavuuden kokemuksen. Perttula (2008) kuvaa ihmiskehon olevan yksi elämäntilanteen ulottuvuuksista, sekä paikka, jossa ihminen kokee. Iso osa elämäntilanteesta saa merkityksen paikasta johon keho on asettunut. (Perttula, 2008.) Kehollinen epämukavuus toi esiin konfliktin tutun ruokatavan ja vieraan keittiön välillä. Ruokatavat voivat olla hyvinkin henkilökohtaisia tai paikkasidonnaisia. Ruokamatkailun avulla voidaan välittää myös vakiintuneempia sanomattomia ruokatapoja, tai henkilökohtaisia tapoja valmistaa ruokaa.

Vieraanvaraisuutta ja symboliikkaa

Katamme lautasia pitkän pirttipöydän päälle. Muistan myös, miten meidän perhe ahtautui mökillä pirttipöydän ääreen istumaan. Istuvilla pitää olla yhteinen taktiikka nousta, vetää penkkiä kohti pöytää ja istua. Ison pöydän ääressä ruokailu on kotoisaa, ja ojentelemme munavoita, karjalanpiirakka-vatia ja mehukannnuja toisillemme. Pyydämme vieraitamme eli matkailijoita aloittamaan keiton ottaminen ensimmäisenä. Huvitamme vieraita kertomalla hostaamiseen liittyviä suomalaisia tapoja, kuten kursailu kun kutsutaan vieraat kahvipöytään, sen seitsemän sortin periaate ja äitien armoton höösäys ennen vieraiden saapumista. Jossain muualla voitaisiin ehkä pitää epäkohteliaana, että vieraat raahautuvat ujoin kahvipöytään vasta kolmannella kehotuksella, mutta suomalainen tietää, että se on kunnioittavaa. Eikä ainakaan kukaan halua olla ensimmäinen ottamassa kakkua kesäjuhlissa tai kiilaamassa jonosta kauhomaan karjalanpaistia padasta.

Aineisto-otteessa kuvaan yhteistä ruokailuhetkeä kenttäkurssin aikana. Yhdessä ruokailussa kulminoituu elämyksen opit, oivallukset ja maut. Yhdessä ruokaa laittamalla opitaan tiettyjä kulttuurisia taitoja ja tapoja, mutta yhtä valaiseva kokemus voi olla paikallisten kanssa ruokailu samassa pöydässä. Kokemuksessani näkyy ruokailuun liittyviä tapoja kuten vieraiden kunnioittaminen ja huomioiminen sekä ruuan tarjoaminen ensin. Varmasti monikin näistä ruokatavoista on myös globaaleja, mutta tilanteessa olleita suomalaisia yhdisti kokemukset tietyistä ruokatavoista.

Dallenin (2013) mukaan ruokatavat kantavat sisällään sosiaalishengellisiä käytäntöjä, sekä symboliikkaa. Usein sen seitsemän sortin periaate ei aina tarkoita tasan seitsemää eri tarjottavaa, vaan viittaa runsaisiin tarjottaviin. Myös kahvinkeittoon liittyvä kuuluisa lausahdus: ”Ei minua varten tarvitse keittää”, kertoo kokemukseni mukaan tarinaa kulttuurista, jossa itsensä nostamisesta jalustalle ei pidetä hyvänä asiana. Kahvi-kulttuurissa on ollut tarkkoja sääntöjä sen suhteen, kuka saa ottaa ensin ja missä järjestyksessä ruokalajeja nautitaan. Tavat kuitenkin poikkeavat riippuen alueesta, ja joissain paikoissa viivytelyn perinne kahvipöytään siirtymisessä voi olla huonoa käytöstä. (Suomen ruokatieto, Suomalaisen ruokakulttuurin ulottuvuuksia, 2009, s. 22.)

Ruokamatkailun avulla voi saada syvempää ymmärrystä kulttuurin sisällä vallitsevista sanomattomista säännöistä, ja sosiaalisista asetelmista, jotka voivat olla muuten hyvin näkymättömiä. Myös ruokatapoihin sisältyvän runsaan symboliikan ymmärtäminen voi olla helpompaa tilanteessa, jossa elämyksen tuottajat ovat valmiita jakamaan tietoaan ja ymmärrystään kulttuurin edustajina.

Meillä todella on uniikki kulttuuri, mietin kun maistelemme salmiakkia ja googletamme matkailijoille halvimman salmiakkishottia tarjoavan baarin kaupungissa. Kertasimme yhdessä myös parhaat vinkin kotona karkkivodkan tekemiseen.

Erilaiset alkoholijuomat ovat yksi osa suomalaista ruokailu- ja juhlaperinnettä. Aineistossa alkoholijuomia edusti aiheesta käyty keskustelu ruokailun aikana. Vaikka alkoholinkulutuksen huippuvuodet ovat takanapäin ja sober curious -liike saavuttanut jalansijaa myös Suomessa, voidaan alkoholijuomia silti analysoida osana suomalaista ruokakulttuuria.

Mäkelän (2018) mukaan Suomessa alkoholinkäyttö jakautuu huippusesonkeihin sekä tasaisen ja vähäisemmän kulutuksen jaksoihin. Vuodessa juomasesonkeja edustavat loma-ajat, sekä juhlapyhät. Alkoholialue kuluu erityisesti juhannuksena, vappuna ja uutenvuotena, mutta yllättäen myös jouluna alkoholin myyntitilastojen mukaan. Jouluna ja juhannuksena alkoholia kulutetaan yksityisissä paikoissa kuten mökeillä tai maalla. Lauantai on suosituin käyttöpäivä, mutta myös perjantai-illalla on vakiintunut asema nykyään. Tätä selitetään 1970-luvulla tapahtuneella muutoksella viisipäiväisen työviikon vakiintuessa Suomessa (Simpura, 1985, Mäkelä, 2018, s. 141 mukaan). Vuonna 2016 tilastojen mukaan eniten alkoholia myytiin joulukuun sekä kesäkuun

aikoina. Keskimääräisesti korkeampi myyntikuukausi oli myös heinäkuu, joka on tunnetusti Suomessa kesälomien kuukausi. (Mäkelä, s. 135–141, 2018.)

Tigerstedt, Karlsson ja Härkönen (2018) kuvaavat, Suomen kuuluvan muiden pohjoismaiden joukkoon, joissa väkevän alkoholin nauttimisella on kauas ulottuvat perinteet. Pohjoismaiden juomakulttuuria on kutsuttu humalahakuiseksi juomisen painottuessa vapaa-ajalle, viikonloppuihin ja juhlapäiville. Suomalaisen 1950-luvun alkoholipolitiikan keskiössä oli miedontaa väkeviin terveydelle turmiollisiin viinoihin keskittyvää kulutusrakennetta. Mietoutta edistävä alkoholipolitiikka kulmineoitui vuonna 1969 uuden alkoholilain vapauttaessa keskioluen ruoka-kauppoihin nostaan alkoholin keskikulutuksen korkeaksi. Myös väkevien myynti lisääntyi ja pysyi suhteellisen korkeana aina lamavuoteen 1991 asti, jolloin se lähti jyrkkään laskuun. (Tigerstedt, Karlsson & Härkönen, s.101–110, 2018.) Suomalaiseen viinakulttuuriin on vaikuttanut valtion harjoittama politiikka, sekä taloudelliset suhdanteet ja globaalit suuntaukset.

Salmiakkiwiinon tekeminen kertoo tarinaa suomalaisten suosikkimausta. Salmiakkin suosio ei näytä horjuvan, vaan edelleen pitää paikkansa suomalaisten karkkipusseissa. Salmiakilla alkoholin maustaminen kuvaa suomalaisen keittiön luovempaa puolta ja kokeilunhalua. Tämä voi opettaa matkailijalle uuden puolen suomalaisesta juhlakulttuurista.

5.2 Voimaantuminen palveluntarjoajien kokemuksissa

Toinen osatutkimuskysymykseni kartoittaa voimaantumisen teoreettisia osa-alueita. Sheyvensin ja van der Wattin määrittelemän voimaantumisen viitekehyksen (2021) mukaan voimaantuminen voi ilmetä kuudella eri ulottuvuudella. Olen rajannut tutkielmani tavoitteiden kannalta keskeisimmät ulottuvuudet mukaan jo tutkimuskysymysten muotoiluvaiheessa. Tarkastelen voimaantumista neljällä teoreettisella ulottuvuudella, joita ovat kulttuurinen, psykologinen, poliittinen ja sosiaalinen ulottuvuus (kuvio 4). Voimaantumista ilmentävien vastausten ohella tutkin myös voimattomuutta edistäviä ja ylläpitäviä asioita. Voimaantuminen ilmenee janalla, ja onkin tärkeää ymmärtää myös voimaantumista estäviä tekijöitä. Nämä voimaantumista estävät tekijät voivat olla esteenä sille, että paikallinen palveluntarjoaja kokisi matkailun tuomia positiivisia paikallisvaikutuksia ja haluaisi jatkaa matkailun parissa työskentelyä.



Kuvio 4 Voimaantumisen ulottuvuudet, uusi viitekehys. Lähde: Scheyvens & van der Watt, (2021) mukailten. Vapaasti käännetty suomeksi.

Psykologinen voimaantuminen

Psykologista voimaantumista ilmentäviä asioita nousi selvästi esille haastatteluaineistosta. Teorian määrittelemät ulottuvuudet ovat pienemmässä roolissa, mutta muita yllättäviäkin asioita nousi esille palveluntarjoajien kertomuksissa. Sheyvensin (1999) mukaan psykologisesta voimaantumisesta kertoo se, että monien yhteisön jäsenten itsetunto on parantunut ulkopuolelta tulevan tunnustuksen myötä. Ulkopuolelta tuleva huomio voi liittyä tunnustukseen paikallisen kulttuurin uniikkiudesta ja arvosta, luonnollisista resursseista ja perintötiedosta. Voimistunut itsetunto voi johtaa jatkokoulutuksen pariin hakeutumiseen ja parempaan elintasoon. (Sheyvens, 1999, s. 247.) Tarkastelen erikseen kulttuurisen voimaantumisen ilmenemistä. Ulkopuolelta tuleva tunnustus näkyi haastatteluvastauksissa erityisesti palautteen korostamisena. Kaikki palveluntarjoajat osasivat kertoa alustalla saamistaan palautteista, kannustuksellisista sanoista ja kiitossähköposteista. Palautetta annettiin niin alustalla, suoraan elämyksen jälkeen ja aikana, sekä myöhemmin elämyksen jälkeen eri kanavissa. Eräs elämystarjoajista osasi kertoa tarkasti oman luokituksensa alustalla: *On se 4.96 tällä hetkellä* (H2). Palveluntarjoajat myös korostivat hyvien palautteiden määrää. Palautteet koettiin tärkeäksi, sillä jakamistalouden alustalla luokituksella on väliä.

I think I'm the highest rated culinary experience on the platform and the second highest rated in total. So I believe that the people who join my course, they like it. (H4)

Palautteet on ollut kaikki tosi hyviä, että ei ihan 5 tähden mutta pikkaisen alle. (H1)

Huonon palautteen kerrottiin olevan harvinaista. Huonon palautteen tunnistettiin olevan negatiivisilta vaikutuksiltaan merkittävää palveluntarjoajan motivaation kannalta. Eräs palveluntarjoaja muotoili mahdollisen huonon palautteen olevan syy lopettamiselle.

Jos olisi tämän tästä joku negatiivinen palaute, että olipa mautonta tai suolatonta tai jotain muuta niin se kannustaisi jopa lopettamaan, mutta ei mulla nyt ole aikomusta lopettaa. (H3)

Kiinnostavaa oli kahden eri palveluntarjoajan huomio siitä, että ehkä kotona tapahtuva, ruokaan liittyvä elämys on luonteeltaan sellainen, että rohkeasti ja avoimin mielin ruokailevat ihmiset hakeutuvat elämyksen pariin. Oikean kohderyhmän osallistumisella palveluun koettiin olevan positiivinen vaikutus kokemukseen.

Ja päällisin puolin tai enimmäkseen kaikki on tosi ystävällisiä ja mukavia ihmisiä ketä meillä on käynyt, että... Onko tuo tapahtumakin vähän sen tyyppinen, että ei sinne mitkään nirpanokkat edes tule tämmöisiin. (H2)

But it's always good because people who sign up for cooking course, they are always open minded for food. So I don't really have to be worried about that they will be not trying the food or they will have a bad experience because I made them eat something. (H4)

Psykologista voimaantumista näkemykseni mukaan aineistossa edusti myös uusien taitojen oppiminen, sekä omien vahvuuksien ja taitojen arvostaminen. Suurimmalla osalla elämystarjoajista oli joko ammattikokkin pätevyys, tai harrastelijataustaa, jota pidettiin tärkeänä apuna elämyksen onnistumisen kannalta. Vahva kokemus kurssien ja kokkikoulujen vetämisestä katsottiin myös avuksi. Eräs palveluntarjoaja mainitsi yllättyneensä siitä, miten viihdyttävä hän on opettajan roolissa.

I'm a trained cook, so I knew I could cook. I wasn't so aware that I'm so entertaining, but maybe it's because there is like a difference in power in a cooking course because I'm always playing the role of the teacher. The teacher-student relationship is not equal, so they have to react, or they react a certain way. (H4)

Moni vastaaja pohti myös oman kielitaidon kehittymistä ja sen yllättävyyttä, sekä sitä että uskaltaa puhua englantia. Omien vahvuuksien kehittäminen ja niiden huomaaminen ulkopuolelta

tulevan vaikutuksen myötä on osa psykologista voimaantumista. Kielitaidon kehittymistä kuvailtiin maailmaa avaavana asiana, mahdollistavana tekijänä uusiin kohteisiin matkustamiseen ja elämään:

Kun nyt on pitänyt tämän ruokailun yhteydessä kertoa saamelaisista ja minun metsästyksestä ja elämästä täällä Lapissa mitä he haluaa tietää, minä kuitenkin osaan puhua sittenkin. Minun puhuminen on tosi paljon kehittynyt tämän ruokakulttuuri -systeemin, puitteissa ja aikana. Mulla oli niin huono englanti, että en voinut kuvitellakaan, että voisin mennä johonkin sellaiseen maahan matkailijana jossa mä joutuisin puhumaan englantia. —Mutta nyt minä voisin mennä tämän jälkeen kun minä olen muuttanut kielen englanniksi niin vaikka Lontooseen ei kaduttais yhtään. (H3)

Sheyvensin (1999) voimaantumisen teoria tunnistaa kasvaneen itsetunnon osaksi psykologista voimaantumista. Mahdollisuus kokea henkilökohtaista kehitystä ja kykyä tutustua uusiin maihin ja kulttuureihin voi luoda parempaa itsetuntoa, ja johtaa parempaan elämään. Siksi kielitaidon kehittymisen huomioiminen osana tätä prosessia on tärkeä osa matkalla kohti paikallisen parempaa itsetuntoa.

Asia, mikä toistui vastauksissa, oli myös jakaminen ja aito yhteys muiden ihmisten kanssa. Asiakkaiden kanssa jaettiin reseptejä, hetkiä, tunteita, tarinoita, elämänmuutoksia, ruokamuistoja ja lopulta myös kaveruus ja ystävyys. Jakamiseen liittyi vastavuoroisuus, ja lämpimiä muistoja. Matkailijoiden kanssa toimiminen oli myös antanut uutta perspektiiviä esimerkiksi revontulien katseluun, omaan koulutusjärjestelmään, kierrättämiseen, eri kansalaisuuksien kohtaamiseen ilman ennakkoluuloja ja luontosuhteeseen.

Jos minä tuolla kylällä nään joku aasialaisen niin se on vaan ollut aiemmin, että taas noita kiinalaisia tuossa. Mutta jokaisella asiakkaalla on oma tarina ja oma juttunsa miksi ne on täällä ja että ei ole mikään mitään massaa vaan ne jokainen on oma yksilönsä. (H3)

Mahdollisuus muuttaa tuntemattoman elämää ja olla osa muiden elämäntarinoita koettiin myös palkitsevana osana työssä palveluntarjoajana:

Actually, there is already a couple who met in my cooking course and have started a family together. So, you never know how you can change somebody's life, so I really enjoy to share with people. And I'm happy that they feel safe enough to share with me as well. (H4)

Palveluntarjoaja kuvaili tuntevansa iloa siitä, että asiakkaat kokevat olonsa turvalliseksi, jotta voivat jakaa tunteita ja tarinoitaan. Positiiviset ja onnistuneet kohtaamiset ja niihin liittyvät tunteet ehdottomasti vahvistavat psykologisen voimaantumisen kokemusta.

Psykologista voimattomuutta suoraan teorian suuntaisesti ilmentäviä asioita nousi esille huonosti. Sheyvensin (1999, s. 247) mukaan psykologista voimattomuutta ilmenee erityisesti niiden keskuudessa, jotka eivät ole päässeet osallisiksi matkailun hyötyihin, ja ovat kohdanneet ongelmia matkailun takia, johtaen lopulta hämmennykseen, turhautumiseen tai mielenkiinnon kadottamiseen. Enemmän pohdintaa liittyi niihin syihin, miksi kotikokkauskurssit eivät ole saaneet laajempaa huomiota suomessa, ja miksi suomalaiset eivät halua alkaa palveluntarjoajiksi. Psykologista voimattomuutta etsittiin muiden mahdollisesti palveluntarjoajiksi haaveilevien kautta.

Esteiksi palveluntuottamiselle miellettiin suomalaisten vaatimattomuus omaa kulttuuriperintöään kohtaan: *Finnish people are in general, quite modest when it comes to their cultural heritage, and ohh it's just some Finnish food (H4)*. Muita syitä olivat tietämättömyys ja hämmennys omasta kulttuurista, omien kykyjen epäily sekä epävarmuus omaan kotiin päästämisestä.

Jos pystytään tehdä noin, että siellä (Italiassa) lapsenlapsi tulkkaa ja mummo puhuu siellä ja tehdään ja näin, niin että miksei täälläkin toimi se homma? Ehkä suomalainen ruokakulttuuri, niin ehkä muut ei sitä näe vielä että mitä se on, ei osattaisi sitä tehdä ja ajatellaan että pitäisi tietää jotenkin hirveän hyvin meidän ruokakulttuuri. (H1)

No siis no joo totta kai reviiiri on meille hirveän tärkeä. Onko tää nyt riittävän siisti tää meidän koti? Osaanko minä nyt tätä niin kun tehdä? Elikkä niin paljon semmoisia epäillään omia kykyjä toimia siinä. (H1)

Yksi syistä miksi halusin tutkia juuri kotikokkauskurseja, ja kotona tapahtuvia elämyksiä oli niiden vähäinen tarjonta Suomessa. Myös palveluntarjoajat kokivat, että olisi positiivinen muutos, mikäli Suomessa yhä useampi alkaisi tuottamaan samanlaisia elämyksiä. Muutama vastaajista oli myös valmis antamaan aloittelijoille valmiita reseptejä ja sparrausta, jotta he uskaltisivat aloittaa.

Kulttuurinen voimaantuminen

Kulttuurinen voimaantuminen tunnistaa ja arvostaa paikan kulttuuriperintöä ja ihmisiä, jotka muodostavat matkakohteen (Sheyvens & van der Watt, 2021, s.12–13). Yksi inklusiivisen matkailun fokuksista on löytää tapoja, joilla vierailtavat yhteisöt mukaan lukien alkuperäiskansat ja haavoittuvassa asemassa olevat ihmiset voivat edustaa itseään ja kulttuuriaan heidän sopivaksi ja arvokkaaksi hyväksymällä tavalla (Sheyvens & Biddulph, 2017, s. 14). Kotona tuotettavat paikallisten ruokaelämykset tarjoavat lähtökohtaisesti hyvän tavan ja aseman oman kulttuurin representaatioon itselle sopivalla tavalla. Ruokakulttuurista, perinteistä ja kulttuurieroista nousi paljon keskustelua haastatteluissa. Kulttuurista voimaantumista ilmentäviä asioita oli haastavaa luokitella, sillä monet havainnot liittyivät päällekkäisiin ilmiöihin, sekä edustivat osittain myös sosiaalista ja psykologista voimaantumista. Haastatteluissa tuli ilmi myös yllättäviä asioita, joita en ajatellut etukäteen kuuluvan osaksi kulttuurista voimaantumista.

Yhteinen havainto, joka elämystarjoajien kertomuksista löytyi, oli saatu käsitys oman kulttuurin erityisyydestä matkailijoiden kiinnostuksen kautta. Matkailijoiden arvostus oli auttanut tunnistamaan erityisiä asioita, joita oli pitänyt tavallisena aiemmin. Palveluntuottajana toimiminen oli myös auttanut tunnistamaan oman kulttuurin rajoja ja erityispiirteitä. Palveluntarjoajien kokemusten mukaan matkailijat saattavat kokea suomalaisen ruokakulttuurin eksoottiseksi tai superfoodiksi.

No oikeastaan itselle on selkeytynyt se, että miten ainutlaatuinen meidän ruokakulttuuri on. Koska alkuun tuntuu vähän haastavalta, että mikä meidän ruokakulttuuri on. Itse tunnistin, että meillä on ruokakulttuuri, mutta sitten on lähtenyt sitä sen opettamisen ohjaamisen kautta selvittämään niin kyllä se on niinku uniikki. (H1)

Itsellä on tullut ehkä ymmärrys enemmänkin siihen, että mikä se suomalainen ruokakulttuuri on tai aikaisemmin ehkä sillä lailla miettinytkään tai kiinnittänyt huomiota semmoiseen, mutta tän eventin myötä enemmänkin. (H2)

Vastauksissa myös korostui ajatus oman kulttuurin tai ruuan tavallisuudesta, ja muutos ajattelussa palveluntarjoajana toimimisen myötä. Palveluntarjoajat kokivat elämyksensä sisältävän hyvin arkisia tai tavanomaisia raaka-aineita ja tekniikoita, joita matkailijat eivät tunnista tai käytä kotimaassaan. Ajatuksen muutoksessa apuna toimii usein matkailijoiden kertomat kommentit, ja elämyksestä jätetyt palautteet.

Tää on ollut mulle niin normaali tapa hankkia ruokaa, kerätä se itse, enkä mä ole sitä nähnyt mitenkään erityisenä taikka mahtavana asiana. Mutta hyvin hyvin hyvin monet palautteen kirjoittajat kirjoittavat että ”elämystarjoajan itsensä keräämää ja ampumaa lähiluonnosta hankittua ruokaa” ne niinku korostavat sitä. Mutta se on mulle tullut uutena se, että tosiaankin sehän on superfoodia oikeastaan. Ennen se oli tavallista. (H3)

It's nothing special, but most of the time there is always something on the table that's very unique and very exotic to the people because they haven't seen it in their own country. So I really like to highlight that that this is very basic staple food in Finland, but it's something super interesting and exotic to you, to many people. (H4)

Toinen mielenkiintoinen kulttuurista voimaantumista ilmentävä havainto liittyi siihen, miten suomalaisia sukujuuria omaavat asiakkaat tulevat kokkauskurssille erilaisella motivaatiolla. Heidän motivaationsa kohdistuu haluun ymmärtää suomalaista kulttuuria, johon heillä ei ehkä ole enää yhteyttä, tai suomen kielen taitoa.

A lot of people, especially from Northern America, they come with the family stories, because their grandparents were Finnish, and they didn't really connect to culture because they don't speak Finnish and they haven't been visiting yet. So it's always nice to listen to the stories of those people because they came with a different mindset to the cooking course. They want more like, find something in the experience that makes their memories.” Ohh yeah, those korvapuustit smells just like how my grandma used to make” so they really cherish those traditional recipes. (H4)

Alustalla toimiva kokkauskurssi on hyvä ja helposti lähestyttävä tapa kohdata muita paikallisia, ja päästä vaihtamaan kokemuksia jaetusta kulttuurista. Kulttuurien jakaminen ja muihin kulttuureihin tutustuminen näkyi vahvasti vastauksissa. Kulttuurien jakamisessa arvostettiin sitä, että pystyy oppimaan maan asukkaiden itsensä näkökulmasta heidän elämäänsä. Eräs elämystarjoaja kertoi muistojaan kohtaamisesta singaporelaisen perheen kanssa.

Singaporelainen perhe oli syömässä niin noin kolmaskymmenes kuudes kerroskohan se oli heidän koti niin koulu oli siellä alakerrassa katutasolla samoin kauppa ja siinä parin korttelin päässä oli lähimmäinen toinen koulu samanlainen. Mutta pienellä alalla 4 ja puoli miljoonaa ihmistä asuu. Tällaiset asiat mitä he kertovat omasta maastaan niin sekin on todella mahtava asia minun kuulla ja kokea heidän ihmisten oikeitten ihmisten kertomana sitä oman maan juttua. (H3)

Elämysasiakkaat toivat mukanaan lahjoja omasta maastaan, jakoivat reseptejä ja ravintolasuosituksia ja kertoivat tarinoita omasta elämästään. Yhdessä elämystään järjestävät palveluntarjoajat pohtivat keskustelussaan kokemuksiaan siitä, miten he ovat saaneet uusia kontakteja, sekä paikkoja yöpyä ympäri maailmaa.

No se on ollut ihan kivaa, että samalla kun opetetaan heille meidän kulttuuria, niin sitten saadaan vastapalveluksena heidänkin kulttuuristaan tipsejä ja asioita ja... (H2)

Vinkkejä asuinalueesta ja monet aina sanoo että laita viestiä jos tulette käymään. Tuolla nyt ympäri maailmaa on paikkoja mihin jos on menossa, niin voi laittaa viestiä, että hei olen lähistöllä. (H1)

Me oltiin Lontoossa käymässä justiin yhden pariskunnan luona. (H2)

Joo kuka on airbnb kautta majoittunu meillä. (H1)

Konkreettisten yöpaikkojen ja ystävien lisäksi erityisesti arvostettiin mahdollisuutta oppia muista kulttuureista. Kulttuurieroista aiheutuvia tilanteita myös muisteltiin palveluntarjoajien toimesta haastatteluissa. Tällainen tilanne on esimerkiksi kenkien riisuminen sisällä Suomessa, joka ei ole kaikille tuttu käytäntö. Palveluntarjoaja kuitenkin tunnisti, että matkailijat tekevät tutkimusta maan tavoista ja kulttuurista etukäteen.

Mutta ehkä se on yllättänyt tuossa, että kun vieraat tulee niin ne ei tiedä uskaltaako ne tulla kengillä sisään vai ei. Että on kulttuurista otettu selville mutta ihan ei tiedetä, että miten on sopivaa käyttäytyä. (H1)

Ja osa riisuu kengät jo käyttävässä pois. (H2)

Kiinnostusta matkailijoissa herättää myös Suomen koulutusjärjestelmä, sekä lasten kasvattamiseen liittyvät käytännöt. Myös niistä palveluntarjoajat tunnistivat kulttuurieroja.

Monet kyselee just meidän koulusysteemistä. Aasialaisia kiinnostaa se, että miten teidän lapset opiskelee, mitä harrastuksia. Sitten ovat vähän ihmeissään, että ei me olla pakotettu niitä minkään harrastukseen, niitä ei kiinnosta. Niistä on vähän outoa se, että ei soiteta pianoa tai viulua ja käydä joka ilta jossain harrastuksessa. (H1)

Aineistossa ilmeni myös kulttuurista voimattomuutta edustavia vastauksia. Palveluntarjoajien kertomuksissa kulttuurisesta voimattomuudesta kertoi epävarmuuden ja epätietoisuuden kokemukset. Epävarmuus liittyi siihen, mikä omassa tuotteessa tai kulttuurissa edustaa autenttista

suomalaista tai lappilaista ruokakulttuuria, ja pohdinnat oman kulttuurin ”tavallisuudesta” koettiin esteeksi muille mahdollisille palveluntarjoajiksi haluaville lähteä viemään omaa kulttuuria. Eräs palveluntarjoajista pohti oman tuotteensa kulttuurista edustavuutta, ja kuvaili sen olevan sekoitus eri kulttuureita, tai mielikuva tietyistä ruuista.

Siinä on sekaisin tässäkin minun tarjoamassa tuotteessa on heti lappilaista ja saamelaisista elikkä lappilainen ei välttämättä ole saamelaisista. Minun herkkutattikastike on siinä ei saamelaista ruokaa mutta kuitenkin voisi olla lappilaista ruokaa tai suomalaista ruokaa en mä osaa sitä sen enempi sanoa mutta se on vähän sekaisin. Ja se ruisleipäkin onko se nyt sitten lappilaista taikka saamelaista, on se suomalaista. Ehkä se on semmoinen, että se on vaan jopa mielikuva siitä mikä se lappilainen taikka saamelainen ruoka voisi olla, että siellä on vähän sekoitettu. (H3)

Eräs palveluntarjoajista myös selkeästi koki, että hänen työnsä ja tarjoamansa palvelu ei osallistu suomalaisen ruokakulttuuriperinteen säilyttämiseen eikä ylläpitämiseen. Syyksi kerrottiin, että asiakkaina on suurimmaksi osaksi kansainvälisiä matkailijoita, jotka tulevat vain kokemaan kulttuurin, mutta eivät vie sitä eteenpäin.

Tämä on vaan semmoinen elämyskokemus heille ja se ei minun mielestäni auta siinä perinteen jatkumisessa koska he on ulkomaalaisia ja ei heillä ole tärkeää se että he saavat itse sitä jatkaa vaan niille on tärkeä kokea se meidän perinne mikä meillä on perinteistä. (H3)

Myös päinvastaisia mielipiteitä löytyi. Kysymys siitä, auttaako ruokakulttuurin tarjoaminen ja harjoittaminen kulttuurin säilyttämisessä jakoi aineistossa mielipiteitä.

Nyt vasta kun ruokamatkustus Suomessa on uusi juttu että muualla maailmassa sitä tapahtuu jo, niin jotenkin kiva sitä suomalaista kulttuuria tän tapahtuman kautta pitää yllä. (H1)

Molemmat kokemukset edustavat ongelmaa, jota tutkin. Se, että kulttuuria esitetään matkailijoille, ei välttämättä auta kulttuurin säilyttämisessä oman talon ulkopuolella muiden paikallisten kesken. Kuitenkin matkailuun osallistuminen alustan kautta tarjoaa keinoja esittää kulttuuria autenttisesti ja omilla ehdoilla, joka voi johtaa parhaimmillaan usean palveluntarjoajan kulttuurisen voimaantumisen kokemukseen. Ilmiön marginaalisuus Suomessa ei mahdollista vielä laajempaa ymmärrystä siitä, miten monen palveluntarjoajan voimaantuminen vaikuttaisi kulttuurin säilymiseen tai ylläpitämiseen.

Sosiaalinen voimaantuminen

Sheyvensin (1999) mukaan sosiaalisesta voimaantumista kertoo se, että matkailun parissa työskentely parantaa yhteisön koheesiota. Matkailusta saatua taloudellista hyötyä ohjataan esimerkiksi koulujen tai teiden rakentamiseen. Tätä kysymystä pyrin kartoittamaan kysymällä palveluntarjoajilta heidän kokemuksiaan yhteisöllisyydestä matkailun ansiosta. Kotona pidettävä ruokaelämys on kuitenkin hyvin yksityinen tapa osallistua matkailun tuottamiseen, eikä onnistuakseen vaadi palveluntarjoajilta esimerkiksi verkostoitumista muiden alueen toimijoiden kanssa. Yksi palveluntarjoaja oli verkostoitunut tarjoamansa Airbnb -majoituksen takia muutama alueen palveluntarjoajiin.

Mulla on ollut pientä verkostoitumista silloin kun tuon Airbnb-asunnon avasin...näille asukkaille olen hankkinut elämispalveluita sieltä sun täältä. Ne on kaikki hyvin pieniä yrityksiä ei ole mitään massaturismia vaan vaikkapa moottorikelkkamatkan niin että turistit itse ajaa niin siinä firmassa on viisi moottorikelkkaa. Näihin tämmöisiin pieniin olen verkostoitunut. Elikkä välitän heidän palveluita ja sitten yksi firma välittää minun palveluita, mutta heillä on niin paljon omaa juttua että en mä ole sietä montaakaan varausta saanut. (H3)

Haastattelija: Koetko että oot nykyään yhteisöllisempi, kun ennen?

En koe, se on kännykän kautta viestittelyä ja ei ole oikeastaan yhteisöllisyyttä. (H3)

Eräs palveluntarjoaja koki elämyksen tarjonnan mahdollisuuden löytää uusia ihmisiä, sillä hän koki Suomessa ihmisiin tutustumisen vaikeaksi: *It's also a way for me to meet new people, because in Finland it's really hard to do that on a regular basis to get a set of new people for discussion, so it's also a way to cope with looking for that human connection* (H4). Sosiaalista voimaantumista aineistossa edusti myös palautteiden jakaminen muiden Airbnb-majoittajien kanssa. Palautteiden yhdessä vaihtaminen luo yhteyttä muiden tarjoajien kanssa, ja saattaa vahvistaa identiteettiä palveluntarjoajana ja innostaa muita paikallisia jatkamaan elämystarjoajana tai majoittajana.

Sosiaalista voimattomuutta ilmenee, jos matkailutoiminta alueella on aiheuttanut rikollisuutta, kerjäämistä, ruuhkautumista, autenttisuuden menetystä, perinteisten maa-alueiden omistajuuden vaihtumista tai prostituutiota (Mansperger, 1993, Sheyvensin, 1999, mukaan). Sosiaalista voimattomuutta ilmeni vähemmän palveluntarjoajien vastauksissa. Maininnat liittyivät

enimmäkseen massaturismiin, ja sen huomioimiseen omassa työssä. Massaturismi nousi aiheeksi palveluntarjoajan kertoessaan verkostoitumisestaan alueella:

Ja tuolla on muutamia yrityksiä joilla on 30 kelkkaa ja nämä kaikki 30 kelkkaa on yhtä aikaa tuolla jonossa ajamassa joen jäällä ja mä en missään tapauksessa haluaisi minun asiakkaita semmoiseen jonoon ajamaan. Kaikki on pienryhmiä, pienissä 1–2 ihmisen yrityksissä. Ja sitten on husky- safari, niillä on yhdeksänkymmentäkuusi koiraa ja ...vaikka siellä on useampi työntekijä niin siellä on yleensä neljä rekeä lähtee kerrallaan liikkeelle ja yhdessä reessä on kaksi ihmistä ja seki on semmoista pienmatkailua ei mitään massaturismia siltikään. (H3)

Pienempien ryhmien, reppureissaajien ja omatoimimatkailijoiden nähtiin erottuvan muista matkailijoista monin tavoin. Palveluntarjoajien kokemuksista nousi esille, että pienryhmissä liikkuvat koettiin kunnioitavampina paikallista kulttuuria kohtaan. Pienryhmillä nähtiin olevan myös enemmän aikaa matkasta nauttimiseen ja halua ymmärtää ja oppia lisää kulttuurista, sekä parempi ymmärrys kulttuurista jo ennen matkaa. Pienryhmät koettiin yleisesti mukavana kohderyhmänä tuottaa palvelua.

Jotenkin tuntuu, että tämmöiset pienryhmissä liikkuvat ottaa selvää paljon enemmän asioista etukäteen ja kunnioittaa sitä paikallista meininkiä ehkä enemmän, verrattuna näihin isoihin ryhmiin, milloin kaikki järjestetty etukäteen niin ne vaan menee massana eteenpäin tuolla. (H2)

Noilla pienillä ryhmillä on aikaa enemmän niin kuin tutustui siihen kulttuuriin ja nauttia siitä olemisesta. Ja moni just haluaa täällä mennä uudestaan kauppaan kun ollaan keskusteltu ja saada sitä ymmärrystä ja tietämystä kulttuurista lisää. (H1)

Varsinkin omatoimimatkailijoiden ja reppureissaajien tavoittamisessa Airbnb:n sovelluksen suorittama markkinointi nähtiin hyödyllisenä tapana saada asiakkaita.

Mulla käy näitä reppureissaajia elikkä niillä on oma majoitus ne ei ole missään ohjatussa ryhmässä, vaan on itse kehilleet oman reissunsa ja omat palvelunsa. Ja löytänyt tämä minun palvelun Airbnb-sivustolta. Ja se on aika hyvä itse asiassa koska nämä reppureissaajat käyttää Airbnb-majoituspalveluita ja kun he siellä selaavat ja löytävät jotain eivätkä välttämättä vielä edes varaa, mutta selaavat alueen tarjontaa niin Airbnb lähettää heille jo mainoksia minun elämyksistä mitä mulla on ja parista muusta mitä tällä alueella on. (H3)

Airbnb kertoo nettisivuillaan algoritminsa toiminnasta seuraavasti: ”Airbnb:n hakualgoritmi määrittelee kohteiden järjestyksen hakutuloksissa useiden tekijöiden avulla. Kaikkia tekijöitä ei painoteta yhtäläisesti. Kohteen hinta, laadukkuus ja suosio vaikuttavat paljon siihen, miten

kohde näkyy hakutuloksissa. ” (Näin Airbnb -haku toimii... 11.5.2022) Kohteen laadusta ja suosioista kertovat tietenkin jätetyt arvostelut ja tuotetta katselleiden määrä, joten siksi sivustolla nousu arvostelujen avulla saattaa palveluntarjoajalle olla todella tärkeää tulevien varausten varmistamiseksi.

Palveluntarjoajat selvästi tunnistivat massamatkailun aiheuttamat haitat alueellaan. Heidän havainnoistaan kuitenkin nousee läpi halu taistella massamatkailua vastaan alueella tarjoamalla erilaisia elämyksiä, jotka suosivat pienempiä ryhmiä, reppureissaajia tai yksin matkustavia. Palveluntarjoajat tunnistavat oman tuotteensa tärkeyden ja merkityksen matkailun laajemmassa kontekstissa vastustavana voimana haitallisemmille ja perinteisemmille turismin muodoille. Vastustavan voiman ylläpito viittaa myös poliittisen voimaantumisen keskusteluihin, mutta koin tärkeänä käsitellä ilmiötä sosiaalisena pysyen uskollisena teoriaohjaavalle analyysimenetelmälleni.

Poliittinen voimaantuminen

Sheyvensin (1999) mukaan matkailun poliittinen voimaantuminen edellyttää, että yhteisön poliittinen rakenne edustaa kaikkien yhteisön ryhmien intressejä ja tarpeita sekä sisältää forumin, jonka kautta ihmiset voisivat nostaa huolia esille ja saada vastauksia matkailuun liittyviin kysymyksiin. Uusista ekomatkailuhankkeista ja niiden implementoinnista vastuussa olevien toimijoiden tulisi kuulla paikallisyhteisöjen ryhmien mielipiteitä (mukaan lukien naiset, nuoret ja muut sosiaalisesti vaikeammassa asemassa olevat). Heille tulisi myös tarjota mahdollisuuksia olla edustettuna päätöksiä tekevissä elimissä. (Sheyvens, 1999, s. 247–249.) Sheyvensin (1999) esittelemä poliittinen ulottuvuus on sidottu hänen teoreettisessa viitekehysessään ekomatkailun kontekstiin, mutta soveltuu laajemmin ymmärrettäväksi.

Aina matkailua kehittäessä tulisi ottaa huomioon paikallisyhteisöiden mielipiteet ja intressit, vaikka valitettavasti monellakaan ryhmällä ei ole keinoja vaikuttaa tai osallistua matkailuun liittyvään päätöksentekoon. Selvitin haastatteluissa palveluntarjoajien kokemuksia poliittisesta voimaantumisesta kysymällä, onko heillä mahdollisuuksia olla osana matkailua koskevassa päätöksenteossa tai paikallisessa kehittämisessä. Jos ei vielä ole, kokevatko he tarvetta päästä osaksi päätöksentekoa tai vaikuttamaan päätöksentekoon? Vastaukset vaihtelivat hyvin paljon haastateltavien välillä.

Poliittista voimaantumista edustavia vastauksia löytyi jonkin verran, ja niissä korostui halu päästä osaksi erityisesti alustatalouden matkailun kehittämistä ja pienryhmämatkailua. Samoissa vastauksissa ilmeni yhtäaikaaisesti sekä poliittista voimaantumista (halua kehittää), että voimattomuutta (ei mahdollisuutta päästä osaksi päätöksentekoa tai kehittämistä). Voimaantumisen tutkimuksessa on yleistä, että ilmiö edustaa voimaantumista ikään kuin janalla tapahtuvana. Aghzamanin ja Huntin (2017, s. 333) mukaan voimaantuminen on moniulotteinen, kontekstiriippuvainen ja dynaaminen prosessi, joka tarjoaa ihmisille yksittäin tai kollektiivisesti suuremman voiman, vapautta ja kapasiteettia parantaa elämänlaatuaan osallistumalla matkailun ilmiöön.

Ei ole oikein ollut mahdollisuutta. Sitten se, että no halutaanko kehittää? Nyt vähän riippuu minkälainen projekti tai mihin suuntaan? Ehkä enemmän just sitä pienryhmien matkailuun... Kun toisaalta mä oon koittanut tätä ihmisille sanoa, että tekkää sama kuin minä, että kopioikaa tää että tässä olisi muillekin teke- mistä... Ja en osaa vielä sanoa, että olisiko mitään mitä osaisin antaa siihen ke- hittämiseen. Onko tarvetta? Ainahan mua kehittäminen kiinnostaa niin kun se on ihan mukavaa pohdintaa. (H1)

Myös toinen palveluntarjoaja oli halukas auttamaan muita aloittamaan oman elämystuotteensa, mikäli mahdollisuus tulisi. Palveluntarjoajat kokivat, että konsepti on helppo kopioida ja ottaa käyttöön, ja se sopisi monelle. Palveluntarjoaja kertoo kokemuksessaan, että ihmiset Suomessa ehkä eivät tiedä mahdollisuuksista ryhtyä elämystarjoajaksi alustalla.

Of course, I always aim at making things better. Or making things easier or more clear for others. This would be an opportunity for many people who are here in Finland, they don't even know where to start and how to start and what possibilities they have. (H4)

Poliittisen voimattomuuden merkkejä ovat yhteisön itsevaltainen johto ja epäonnistunut paikallisten kuuleminen ja osallistaminen päätöksenteossa (Sheyvens, 1999, s. 247–249). Aineistosta nousi poliittisesta voimattomuudesta kertovia asioita. Eräs palveluntarjoaja koki olevansa pienenä toimijana isolla kentällä, ja siten koki hänen mielipiteensä olevan merkityksetön laajemmassa kuvassa.

So once, you are such a small entity in the whole landscape of tourism in in Finland it doesn't really have any effect. If you have anything to say. (H4)

Eräs palveluntarjoaja ei kokenut halua olla osa kehittämistä tai poliittista vaikuttamista. Hän oli kuitenkin osallistunut aiemmin alueensa matkailun kehittämisen seminaariin. Siellä hän koki

kuitenkin olevansa liian pieni toimija muiden osallistujien joukossa, ja ei siten kokenut kuuluvansa joukkoon.

Mä oon käyny yhdessä tällöisessä matkailualueiden yhteisessä seminaarissa, mutta se oli niin semmoista suurta ja kasvuun tähtäävää ja ne oli isompien yritysten johtajia ja markkinointi-ihmisiä jotka siellä oli ja minä en kokenut kuuluvani siihen porukkaan. Mä olin yhden ihmisen melkein tällöinen harrastelija. En koe millään tavalla enkä halua olla siellä kehityspuolella ollenkaan se ei ollut minun juttu. Koin että olin väärässä paikassa. Olin hiljaa ja kuuntelin ja ihmettelin mitä visioivat nämä ihmiset siellä ja sen päälle oli vielä illallinen ja olin sielläkin vähän ulkopuolinen mielestäni. (H3)

Poliittisen voimattomuuden vastauksissa korostui pienen toimijan yksinäinen rooli ja paikan puute matkailun kehittämisessä. Tulevaisuuden tutkimuksen kannalta olisikin hyvä selvittää mahdollisuuksia, joilla jakamistalouden alustoilla toimivat palveluntarjoajat pääsisivät mukaan vaikuttamaan päätöksentekoon ja osaksi keskustelujä.

6. VOIMAANTUMINEN KULTTUURIN VÄLITTÄMISEN KAUTTA JAKAMISTALOUDESSA

6.1 Voimaantuminen

Tässä tutkielmassa olen analysoinut aineistoani osatutkimuskysymysten avulla. Olen tutkinut kulttuuriperinnön välittymistä ruokamatkailussa sekä voimaantumisen ilmenemistä palveluntarjoajien kokemuksissa. Seuraavaksi vastaan analyysistä saatujen tulosten avulla päätutkimuskysymykseeni: Miten ruokamatkailuelämysten tarjoaminen jakamistalouden alustan kautta voidaan kokea voimaannuttavana tapana osallistua matkailuun Suomessa?

Tarkastelin voimaantumisen ilmenemistä haastatteluaineistossa teoriaohjaavan sisällönanalyysiin avulla. Sheyvensin ja van der Wattin (2021) kuudesta voimaantumisen osa-alueesta valitsin tarkasteluun kulttuurisen, psykologisen, poliittisen ja sosiaalisen voimaantumisen ulottuvuudet. Samalla tutkin myös voimattomuutta ilmentäviä vastauksia.

6.2 Psykologinen voimaantuminen

Sheyvensin teorian (1999) mukaista psykologisesta voimaantumista on, että monien yhteisön jäsenten itsetunto on parantunut ulkopuolelta tulevan tunnustuksen avulla. Ulkopuolinen huomio voi näyttäytyä tunnustuksena paikallisen kulttuurin uniikkiudesta ja arvosta, luonnollisista resursseista ja perintötiedosta. Voimistunut itsetunto voi edesauttaa jatkokoulutuksen pariin haakeutumiseen ja parempaan elintasoon. (Sheyvens, 1999, s. 247.) Psykologista voimaantumista ja ulkopuolelta tulevaa tunnustusta edusti aineistossa vahvasti palveluntarjoajien saama palaute. Kaikki mainitsivat palautteista ja saamistaan arvosteluista alustalla. Palautteet nostivat palveluntarjoajien motivaatiota ja mielialaa, sekä toivat ilmi matkailijoiden osoittaman kiinnostuksen suomalaista ruokakulttuuria kohtaan. Huonolla palautteella koettiin olevan negatiivisia vaikutuksia mielialaan ja motivaatioon jatkaa palveluntarjoajana.

Toinen psykologista voimaantumista edustava havainto analyysissä liittyi uusien taitojen oppimiseen, ja sitä kautta itsetunnon kehittymiseen. Uusia taitoja, joita palveluntarjoajat oppivat työssään olivat vieraiden viihdyttäminen sekä kielitaito. Kielitaidon merkitys elämänlaadulle nähtiin parantavana, sillä se saattoi mahdollistaa esimerkiksi uusiin maihin matkustamisen. Psykologista voimaantumista aineistossa edusti myös palveluntarjoajien kokemukset elämäntapahtumien, hetkien ja tarinoiden jakamisesta matkailijoiden kanssa. Myös ruokamatkailun

yhdistämät ystävyyssuhteet ja perheet nähtiin positiivisena asiana. Psykologista voimattomuutta ilmeni keskusteluissa, jotka liittyivät alustalla tapahtuvien kokkauskurssien vähäiseen määrään Suomessa. Psykologisesta voimattomuudesta kertoi ujous ja uskalluksen puute aloittaa palveluntarjoajana toimiminen, epävarmuus omasta kulttuurista ja kodista, sekä asiakkailta saatu huono palaute.

Psykologisen voimaantumisen hyödyt näyttäytyivät vastauksissa ennen kaikkea positiivisia tunteita luovina hyötyinä, jotka vahvistivat motivaatiota jatkaa työskentelyä ruokamatkailun parissa. Kaikissa vastauksissa näkyi vuorovaikutuksellisuus palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä, korostaen elämyksen kanssatuottajuuden tärkeää roolia ruokamatkailussa. Myös kulttuurien ja kielten väliset vuorovaikutukset loivat parempaa itsetuntoa ja nostivat mielialaa vastauksissa. Vastauksista näkyi läpi myös palveluntarjoajien suuri kiinnostus ja kunnioitus muita kohtaamiaan kulttuureja kohtaan, vaikka heidän työnsä liittyikin nimenomaan suomalaisen ruokakulttuurin välittämiseen.

Psykologisen voimattomuuden vaikutukset olivat päinvastaisia, eli motivaatioon negatiivisesti vaikuttavia, tai palveluntarjoajana toimimista estäviä tekijöitä. Analyysini mukaan psykologisen voimaantumisen ulottuvuus on tärkeä osa voimaantumisen kokemusta, sillä se voi motivoitua jatkamaan työtä tai lopettamaan sen puuttuessaan. Psykologinen voimaantuminen myös näyttää rakentuvan hyvin sosiaalisesti ja vuorovaikutuksellisesti riippumatta siitä tuottaako palveluntarjoaja palveluaan yksin. Psykologisen voimaantumisen tapahtumisen keskiössä onkin sosiaaliset suhteet, vuorovaikutus, kohtaamiset ja positiiviset motivaatiota vahvistavat tunteet.

6.3 Sosiaalinen voimaantuminen

Sheyvensin (1999) määrittelemän mukaan sosiaalista voimaantumista ilmenee, kun matkailun parissa työskentely on johtanut yhteisön parempaan koheesioon ja matkailusta saatava taloudellinen hyöty kohdistetaan paikallisen infrastruktuurin rakentamiseen. Alustalla tarjottu elämys ei vaatinut palveluntarjoajilta esimerkiksi verkostoitumista muiden alueen matkailutyötä tekevien ihmisten tai yritysten kanssa. Verkostoituminen matkailun kontekstissa muihin paikallisiin jäi vähäiseksi. Palveluntarjoajat myös jakoivat palautteita muiden Airbnb:ssä toimivien tuttujensa kanssa, hakien vertaiskokemuksia jo olemassa olevista verkostoista. Palveluntarjoajat tunnistivat elämyksensä olevan helppo tapa tavata uusia ihmisiä, vaikka Suomessa se olisi muuten välillä haastavaa.

Sosiaalisesta voimattomuudesta kertoo matkailutoiminnan alueella aiheuttama rikollisuus, kerrääminen, ruuhkautuminen, autenttisuuden menetys ja muut haitalliset ilmiöt (Mansperger, 1993, Sheyvensin, 1999, mukaan). Liikamatkailu ja massaturismi nousivat esille analyysissä sosiaalista voimattomuutta edustavina kokemuksina. Palveluntarjoajat tuottivat kaikki palveluun pienille ryhmille, ja suosivat reppureissaajia ja omatoimimatkailijoita. He kokivat pienryhmissä liikkuvat kunnioittavampina paikallista kulttuuria kohtaan. Pienryhmillä katsottiin olevan enemmän aikaa matkalla nauttimiseen sekä halua ymmärtää ja oppia lisää vierailemastaan kulttuurista. Palveluntarjoajien kokemuksissa pienryhmillä ja omatoimimatkailijoilla on parempi ymmärrys kulttuurista jo ennen matkaa, kuin pakettimatkalaisilla. Airbnb:n algoritmin suorittama markkinointi alueen elämyksistä nähtiin hyvänä tapana saavuttaa yksittäisiä matkailijoita.

Sosiaalisen voimaantumisen kokemus linkittyi tutkimassani kontekstissa erilaisen matkailun elämyksen tuottamisen hyötyihin. Palveluntarjoajat tunnistivat massamatkailun aiheuttamat haitat alueellaan, ja kokivat luovansa tuotteellaan tilaa vähemmän kohdetta kuluttavalle tavalle tehdä matkailua. Sosiaalinen voimaantuminen rakentui tarpeesta ja innosta tehdä pienryhmille sopivaa matkailua ja vastustaa samalla liikamatkailun mukanaan tuomia haittavaikutuksia. Verkostot ympärillä tukivat halua jatkaa työtä ja jakaa kokemuksia muiden alustalla elämyksiä tarjoavien kanssa. Sosiaalinen voimaantuminen liittyi myös laajemmassa keskustelussa kohteen suojelemiseen massamatkailun muilta haitoilta kuten autenttisuuden menettämiseltä tai kulttuurien väärin esittämiseltä.

6.4 Poliittinen voimaantuminen

Sheyvensin (1999) määritelmän mukaan matkailun poliittisen voimaantumisen edellytyksiä ovat: kohteen poliittinen rakenne, joka edustaa kaikkien yhteisön sisällä olevien ryhmien intressejä sekä tarpeita, paikallisilla on foorumi jonka kautta he voivat tuoda esille huoliaan ja kysymyksiä liittyen matkailuun, sekä saada niihin vastauksia, uusien matkailuhankkeiden toimijat kuuntelevat paikallisyhteisöjen ryhmien mielipiteitä, sekä paikallisilla yhteisön jäsenillä on mahdollisuuksia olla edustettuna päätöksiä tekevissä elimissä. (Sheyvens, 1999, s. 247–249.)

Palveluntarjoajien vastauksissa ilmeni yhtäaikaaisesti sekä poliittista voimaantumista, että voimattomuutta edustavia kokemuksia, joka on hyvä esimerkki voimaantumisen janalla tapahtumisesta ilmiönä. Vastaajista suurin osa halusi osallistua kehittämiseen jollain tapaa. Kehittämistyötä, jota palveluntarjoajat haluaisivat tehdä, on pienryhmämatkailun edistäminen, sekä uusien palveluntarjoajien kouluttaminen ja auttaminen jakamistalouden alustoilla tapahtuvien ruuanlaittoelämysten pariin. Yksi palveluntarjoaja oli osallistunut matkailualueensa kehittämisseminaariin, mutta ei tuntenut pienenä toimijana sopivansa joukkoon. Myös toinen palveluntarjoaja koki, että hänen mielipiteillään tai sanoilla ei ole poliittista valtaa koko Suomen matkailun kontekstissa.

Poliittista voimattomuutta edustaa yhteisön itsevaltainen johto, sekä epäonnistuminen paikallisten kuulemisessa ja osallistamisessa osaksi päätöksentekoa (Sheyvens, 1999, s. 247–249). Tämä näkyi aineistossa, sillä jakamistalouden alustalla toimivat palveluntarjoajat ovat omanlaisensa ryhmä, eivätkä kuulu verkostoihin samalla tavalla kuin matkailuyritykset. Elämysten tuottajilla on paljon tietoa, kokemusta ja intoa matkailun kehittämiseen. Tulevaisuuden tutkimuksessa ja kehitystyössä tulisikin selvittää alustatoimijoiden roolia ja paikkaa alueellisessa matkailun kehittämishankkeissa, sekä kuulemisessa osana päätöksentekoa. Heitä tulisi kuulla erityisesti liittyen ruokamatkailun kehittämiseen ja strategiatyöhön sekä pienryhmämatkailun kehittämiseen tähtääviin hankkeisiin.

Poliittisessa voimaantumisessa korostui palveluntarjoajien voimattomuudesta noussut halu päästä kehittämään ilmiötä. Poliittinen voimaantuminen ei noussut niinkään sosiaalisesti tai vuorovaikutuksellisesta rakentuvana ilmiönä kuten muut voimaantumisen ulottuvuudet, vaan se syntyi eräänlaisesta yksinäisyyden kokemuksesta kertomuksissa. Yksin olemisen kokemukset isolla matkailun kentällä kertovat tilasta muille lähteä tuottamaan samanlaista palvelua, ja rakentamaan verkostoa, jotta poliittinen voimaantuminen voisi ylittää myös päätöksentekoon osallistamiseen ja nähdäksi tulemiseen ryhmänä.

Poliittinen voimaantuminen oli haastavin analysoida, koska se oli myös henkilökohtainen asia riippuen siitä, miten vastaaja koki halua päästä osaksi päätöksentekoa. Vastaukset vaihtelivat paljon, ja palveluntarjoajilla oli erilaisia kokemuksia ja toiveita aiheeseen liittyen. Kaikki vastaajat eivät kokeneet kiinnostusta ja halua olla mukana kehittämistyössä tai aluepolitiikassa, ja sekin on tärkeä huomio. Oletusarvo ei ole, että palveluntarjoajat haluavat lähteä mukaan matkailun laajempaan kehittämiseen. Kehittämiseen kuitenkin tulisi rakentaa mahdollisuuksia

niille yksittäisille palveluntarjoajille, jotka kokevat tarvetta päästä osaksi päätöksentekoa, ja saada äänensä kuuluviin matkailun alueellisissa kehittämistoimissa.

6.5 Kulttuurinen voimaantuminen

Tutkin kulttuurisen voimaantumisen ilmenemistä molempien osatutkimuskysymysten avulla. Sheyvensin ja van der Wattin (2021) teorian ohjaamana, analyysissä ilmeni kulttuurisen voimaantumisen osa-alueita palveluntarjoajien vastauksissa. Kulttuurinen voimaantuminen tunnistaa ja arvostaa kulttuuriperintöä ja ihmisiä, jotka muodostavat matkakohteen (Sheyvens & van der Watt, 2021, s.12–13). Eräs inklusiivisen matkailun fokuksista on ollut etsiä tapoja, joilla vierailtavat yhteisöt mukaan lukien alkuperäiskansat ja haavoittuvimmissa asemassa olevat ihmiset voisivat edustaa itseään ja kulttuuriaan heidän sopivaksi ja arvokkaaksi hyväksymällä tavalla (Sheyvens & Biddulph, 2017, s. 14).

Kulttuurisen voimaantumisen keskuudessa oleva itselle sopiva kulttuurinen representaatio näkyi vastauksissa. Kaikki palveluntarjoajat opettivat ja kertoivat omaa versiotaan suomalaisesta ruokakulttuurista, itselleen sopivalla tavalla. Myös kohonnut ylpeys tai arvostus omaa ruokakulttuuria kohtaan oli lisääntynyt joidenkin kokemuksissa ruokamatkailuun osallistumisen ansiosta. Ruokamatkailun avulla elämystarjoajille oli tullut uusia ajatuksia oman kulttuurin ainutlaatuisuudesta, koettuaan sen muualta tulevan silmien kautta.

Kulttuurista voimaantumista löytyi myös kokemuksista, joissa suomalaisia sukujuuria omaavat henkilöt tulevat asiakkaaksi elämykseen. Tässä yhteydessä voimaantumista voi kokea sekä asiakas, joka saa yhteyden omiin kulttuurisiin juuriinsa ruuan kautta, että myös palveluntarjoaja, jolla on mahdollisuus olla matkailijan tukena tässä kokemuksessa. Perinteiset reseptit ja muistot ovat tärkeässä roolissa näissä kokemuksissa. Kulttuurien vaihtaminen ja muista kulttuureista oppiminen oli myös tärkeä osa kulttuurista voimaantumista.

Kulttuurista voimaantumista tutkin myös kulttuurin välittämisen kautta. Kulttuurin välittäminen tapahtui ruoan laittamisen, syömisen ja ruokailuun liittyvän keskustelun ympärillä. Osa kulttuurin välittämisestä kokkauskurssilla on aktiivisempaa, kuten reseptit, tarinat ja opetukselliset hetket. Kulttuuria välittyi myös sanattomasti ja symbolisesti erilaisten tapojen kautta. Tarastelin kulttuurin välittämistä ruokatapojen avulla. Ruokatavat, keittiöt, gastronomia ja epikurolaiset herkut ovat kaikki osa laajempaa kulttuuriperintöjärjestelmää (Dallen, 2013, s. 99).

Ruokatavat (foodways) tarkoittavat ruokaan liittyviä tuoksuja, näkyjä, ääniä, ja alueen tai sen ihmisten ruokailukäytäntöjä, sekä myös ruokareittejä, nähtävyyksiä ja maisemia (Dallen, 2013).

Merkityksellinen osa kulttuurin välittämisestä tapahtui itse ruuan kautta. Raaka-aine valinnat olivat tärkeä osa prosessissa. Suomalaista kulttuuriperintöä välitettiin monien raaka-aineiden kautta, mutta aineistossa isoa osaa näyttelivät: marjat ja sienet, kalat ja kalastaminen, sekä metsästys, poronliha, maitotuotteet kuten viilit, rahkat ja jäätelö sekä kasvikset ja juurekset. Reseptit olivat oleellinen osa kulttuuriperinnön säilyttämistä ja välittämistä. Reseptit näyttelivät tärkeää osaa ruokaelämyksen tuottamisessa. Resepteihin sitoutui sukupolvien ylittävää tietoa, luontosuhteita, säilöntäperinnettä, luovuutta, kulttuurien yhteentörmäyksiä, pula-aikoja, sotia ja muistoja. Matkailija voi karjalanpiirakan leipomisen kautta saada uutta perspektiiviä Suomen historiaan, ja ymmärtää että suomalainen ruokakulttuuri on rakentunut monesta kulttuurista.

Ruuanlaittoon liittyi myös paljon tekniikoita ja tapoja, jotka paljastavat hiljaista tietoa ja yhteiskunnan rakenteita. Mielenkiintoinen havainto liittyi esimerkiksi ruuanlaitossa syntyneiden jätteiden kierrättämiseen, ja raaka-aineiden huolelliseen käyttämiseen. Matkailijalle nämä tavat paljastavat resurssiviisaan ja ympäristöstä huolehtivan kansan, joka nauttii ruokahävikistä valmistetuista aterioista pula-aikojen ulkopuolellakin.

Analyysi paljasti myös kulttuurisen voimattomuuden kokemuksia. Eräs haastateltavista pohti, että ruokamatkailu ei ylläpidä kohteen kulttuuriperintöä, sillä matkailijat tulevat vain kokemaan sen, eikä ole heidän kontollaan ylläpitää kulttuuria jatkossa. Toinen palveluntarjoaja taas koki päivittäin ylläpitävänsä omaa kulttuuriaan harjoittamalla sitä. Oman kulttuurin arkipäiväisyys ja tavallisuus myös nousi esille aiheena, josta oltiin epävarmoja. Kuitenkin matkailijan perspektiivistä kohdemaan arkipäiväinen ruokakulttuuri saattaa olla matkan kiinnostavaa antia.

Kokonaisuudessaan ruokamatkailu voidaan nähdä hyvänä tapana välittää kohteen kulttuuriperintöä matkailijoille. Paikalliset palveluntarjoajat varmistavat autenttisen ja omaehtoisen representaation esitettävästä kulttuurista. Ruokamatkailu välittää tietoa laajemmin kohteen yhteiskunnassa, sosiaalisista normeista, saatavilla olevista raaka-aineista, perimätiedosta, sekä historiasta. Ruokamatkailu on matalan kynnyksen aktiviteetti osallistua matkan aikana, sekä helppo tapa ottaa kontaktia paikallisiin. Ruokamatkailun elämyksen aikana luodut ihmissuhteet säilyvät pitkään ja voivat tuoda verkostoja ympäri maailmaa. Ruokamatkailuun osallistuminen on paikalliselle palveluntarjoajalle alustan avulla helppo tapa päästä osaksi matkailun ilmiötä.

Autoetnografian tekeminen opetti myös itselleni uutta suhtautumista suomalaiseen ruokakulttuuriin. Myös palveluntarjoajat kipuilivat rajanvedon kanssa siitä mitä on suomalainen ruokakulttuuri. Olen itse kasvanut lapsuuteni Pohjanmaalla ja sen jälkeen Etelä-Pohjanmaalla, mutta sukujuurien puolesta päässyt myös osaksi karjalaisia perinteitä. On mielenkiintoista perehtyä muiden saman kulttuurin edustajien kokemuksiin, ja keskustella jaetuista muistoista ja resepteistä. Omaan kulttuuriin yhteyden saaminen voi vaatia vuorovaikutusta muiden kanssa. Autoetnografian tekemisen keholliset kokemukset kuten uudet maut, epämukavuus vieraassa keittiössä tai perunoiden kuoriminen väärässä paikassa olivat itselleni tutkimusprosessin aikana valaisevia kokemuksia. Oma kehoni tiesi myös enemmän ruokatavoista kuin tietoisesti ajattelin.

7. YHTEENVETO

Tässä tutkielmassa tavoitteenani oli tarkastella voimaantumisen ilmenemistä jakamistalouden alustalla toimivien palveluntarjoajien kokemuksissa. Selvitin tutkielmassani kulttuurin ja kulttuuriperinnön välittämiseen liittyviä tapoja ruokamatkailussa, ja rakensin sen kautta laadullista ymmärrystä kulttuurin välittämisen ja voimaantumisen kokemusten välisestä yhteydestä. Tutkielmani on laadullinen monimenetelmällinen tutkimus. Metodeina tutkielmassani käytin haastatteluita, sekä etnografisia metodeja kuten osallistuvaa havainnointia, autoetnografiaa, sekä ruuanlaittoa tutkimuksena. Tutkielmani teoreettinen viitekehys rakentui voimaantumisen teorioista, sekä ruokatapojen ja aineettoman kulttuuriperinnön tutkimuksesta. Aineiston analyysinä käytin teoriaohjaavaa sisällönanalyysia.

Ensimmäinen osatutkimuskysymykseni oli: Miten ruokamatkailun avulla voidaan välittää kohteen aineetonta kulttuuriperintöä matkailijoille? Analyysini osoitti ruokamatkailun olevan hyvä tapa välittää kohteen aineetonta kulttuuriperintöä matkailijalle. Monet ruokatavat paljastivat useita ulottuvuuksia koko kulttuurista laajemmin tai välillä symbolisesti. Ruokatapoihin liittyi historiallisista ajoista jääneitä perinteitä, sanomattomia sosiaalisia sääntöjä, perityviä tekniikoita, reseptejä ja salaisia marjapaikkoja, idän ja lännen yhteentörmäyksiä, sotia ja pulan aikoja sekä resurssiviisautta ja luontosuhteita.

Toinen osatutkimuskysymykseni oli: Millaisia voimaantumisen osa-alueita voidaan tunnistaa palveluntarjoajien kokemuksista? On selvää, että siellä missä voimaantumista ilmenee matkailun kautta, ihmisten hyvinvointi ja tulevaisuuden mahdollisuudet parantuvat (Sheyvens & van der Watt, 2021, s. 14). Tutkielmani tulokset osoittivat jakamistalouden alustoilla toimivien palveluntarjoajien voimaantumisen neljällä eri osa-alueella: psykologisesti, sosiaalisesti, poliittisesti ja kulttuurisesti. Yhteenvetona voidaan todeta, että kaikki valitsemani tutkielman kannalta oleelliset voimaantumisen osa-alueet nousivat vastauksissa esille, toiset enemmän kuin toiset. Varsinkin psykologisen voimaantumisen ulottuvuudet näkyivät moninaisina, samoin kulttuurisen voimaantumisen ilmeneminen. Psykologista voimaantumista ilmentäviä asioita, joita aineistosta nousi edustavat: kielitaito ja muiden taitojen kehittyminen sekä arvostaminen, hyvä palaute, uuden perspektiivin saaminen ja jakaminen. Psykologista voimattomuutta taas edusti ujous ja uskalluksen puute aloittaa palveluntarjoajana toimiminen, epävarmuus omasta kulttuurista ja kodista, sekä huono palaute.

Sosiaalisen voimaantumisen ilmeneminen oli melko pientä paikallistasolla verkostoitumisen kautta tarkasteltuna, sillä kokkauselämykset eivät vaadi onnistuakseen laajaa verkostoitumista, ja muita samanlaisia toimijoita on Suomessa hyvin vähän. Kuitenkin sosiaalista voimaantumista tapahtui verkostojen avulla, joita luotiin asiakkaiden kanssa, ja oppien muista kulttuurista. Poliittisen voimaantumisen ilmenemiseen liittyi hyvin ristiriitainen aspekti, kuvaten ryhmän halua kehittää ja osallistua, mutta samanaikaisesti ulkopuolisuuden tunnetta matkailun kentällä. Erilaiset epävarmuudet myös nousivat aineistossa usein esille, jotka ovat kiinnostavia analysoida sen suhteen, mitä ne edustavat.

Valitsemani teoreettinen viitekehys auttoi aineiston analyysissä hyvin aineiston luokkien nimeämisessä. Kuitenkin analyysissä teoreettinen viitekehys ei tarjonnut monia konkreettisia esimerkkejä voimaantumisesta kertovista asioista, joten sen soveltaminen vaati luovuutta.

Monipuolisinta voimaantumista ilmeni kulttuurisesti tarkasteltuna. Tulokset osoittivat myös, että palveluntarjoajilla oli voimattomuuden kokemuksia, jotka liittyivät usein epävarmuuteen omasta tuotteesta tai kulttuurista, yksinäisyyteen toimijana tai vaikutusvallan puutteeseen matkailun kehittämisen tai siihen liittyvän päätöksenteon kontekstissa. Voimattomuutta pohdittiin ulkopuolisten perspektiivistä, ja syiden kautta miksi muut Suomessa asuvat eivät uskalla lähteä tuottamaan samanlaista palvelua.

Voimaantumisen ja voimattomuuden kokemukset tapahtuivat usein yhtäaikaaisesti, ja vastaukset vaihtelivat paljon palveluntarjoajien välillä. Tarkasteluun valitsemillani neljällä osa-alueella kuitenkin pääsääntöisesti löytyi yhdistäviä kokemuksia eri palveluntarjoajien kesken. Voimaantuminen oli seurausta matkailuun osallistumisesta omalla tuotteella. On harvinaista löytää esimerkkejä tilanteista, joissa kaikki voimaantumisen ulottuvuudet ovat parantuneet matkailun vaikutuksesta (Sheyvens & van der Watt, 2021, s. 14). Jouduin tekemään tutkielmassani rajausta, jotta siitä ei tulisi aiheellisesti liian laaja, ja jätin pois tarkastelusta ympäristön ja taloudellisen ulottuvuuden.

Sheyvensin ja van der Wattin (2021) mukaan voimaantuminen voi todella tapahtua vasta kun luonnollista ympäristöä ei uhrata matkailulle, mikä lopulta johtaa sekä paikallisten että matkailijoiden terveyden ja elämänlaadun tuhoutumiseen. En voi siis täten määritellä, että tutkimani kohde, eli jakamistalouden alustalla toimivat paikallisten järjestämät ruokaelämykset tuottaisivat palveluntarjoajilleen täysin käyttämäni teoreettisen viitekehysten mukaista

voimaantumista. Tarkasteluissa mukana olevien osa-alueiden osalta kuitenkin voimaantumisen ilmeneminen on selvää.

Päätutkimuskysymykseni oli: Miten ruokamatkailuelämysten tarjoaminen jakamistalouden alustan kautta voidaan kokea voimaannuttavana tapana osallistua matkailuun Suomessa? Ruokatapojen avulla matkailija pystyi ymmärtämään syvällisemmin ruokaan liittyviä raaka-ainevalintoja, kohdemaan yhteiskunnallisia rakenteita sekä kohteen ainutlaatuista kulttuuriperintöä. Kotona tapahtuva elämys mahdollistaa pienessä ryhmässä toimimisen ja syvällisemmän ja rauhallisen keskusteluyhteyden paikallisen ja matkailijan välillä. Tämä mahdollistaa matkailijalle lisäkysymysten esittämisen ymmärryksen syventämiseksi.

Asetelma mahdollistaa paikalliselle palveluntarjoajalle kulttuurisen voimaantumisen kokemuksen, mikäli hänellä on mahdollisuus esittää omaa kulttuuriperintöään omaehtoisesti ja itselleen sopivalla tavalla. Kulttuurisesti voimaantunut matkailu myös varmistaa sen, että kulttuurin paikalliset edustajat tuottavat itselleen sopivalla representaatiolla matkailijoille käsitystä paikallisesta kulttuurista. Jakamistalouden alustat avaavat ovia maailmalle uuden kielitaidon tai kansainvälisten ystävyksien kautta.

Ruokamatkailu mahdollistaa sekä matkailijalle, että paikalliselle kokea kunnioittavassa hengessä toteutettu kohtaaminen kulttuurien välillä. Oppiminen muista kulttuureista koettiin palveluntarjoajien kokemuksissa hienona asiana, sillä sosiaalinen voimaantuminen rakentuu jaetussa tilassa, jossa molemmat kokevat turvalliseksi jakaa omaa kulttuuriaan muille osallistujille. Kulttuurieroista puhuttiin haastatteluissa kunnioittavaan sävyyn, ja niistä oltiin kiinnostuneita. Oman kulttuurin huomioiminen ulkopuolelta johti myös usein nousseeseen arvostukseen omaa kulttuuriaan tai ruokatapoja kohtaan.

Yksi osa-alue, josta olin kiinnostunut tutkielmassani oli matkailun positiiviset paikallisvaikutukset jakamistalouden alustoilla tapahtuvan matkailun kontekstissa. Usein Airbnb näyttäytyy majoitustoimintansa valossa mediassa negatiivisessa valossa. Airbnb tarjoaa kuitenkin myös elämykset -osion. Se mahdollistaa paikallisille matalan kynnyksen tilaisuuden osallistua matkailuun omalla kotipaikkakunnallaan. Paikallisilla on tietotaitoa ja ymmärrystä paikallisesta kulttuurista, ja varsinkin ruokamatkailussa he pystyvät tuottamaan matkailijoille autenttisia elämyksiä. Matkailijoiden ja paikallisten kohtaamiset myös lisäävät kohteessa tapahtuvaa kulttuurien välistä vuorovaikutusta.

Tutkielmani etnografinen orientaatio toi tutkimukseen havainnoivan ja osallistuvan metodin, josta oli apua kulttuurisen voimaantumisen ja kulttuuriperinnön välittämisen tutkimisessa. Eri-tyisesti kehollisuus tutkimuksen metodina oli itselleni uusi tapa tehdä tutkimusta. Kahdenlainen aineisto toi kuitenkin haasteensa analyysiin. Teoreettinen viitekehys sopi tutkielmaan teemallisesti, mutta sen voimaantumista koskevien kapeiden määrittelyjen ansiosta käytännön soveltaminen analyysiin oli vaikeaa. Analyysini kuitenkin onnistui, vaikka teoriaohjaavuus jäikin osassa kokonaisuuksista pienempään rooliin.

Useampi haastattelu olisi saattanut tuoda analyysiini parempaa yleistettävyyttä, sillä vastauksissa oli paljon ääripäitä. Myös haastattelukysymysten pilkkomisella osiin ja paremmalla muotoilulla olisin voinut saada yksityiskohtaisempia vastauksia joihinkin voimaantumisen osa-alueisiin. Haastatteluissa varsinkin haastateltavien omaa suhdetta kulttuuriin kartoittavat kysymykset oli muotoiltu huonosti ja eivät siten tuottaneet toivomaani syvällistä ilmiön kuvausta. Kaksi osatutkimuskysymystä oli sopiva ratkaisu tutkielmalleni, sillä se mahdollisti kulttuurin välittämisen yhdistämisen voimaantumisen tutkimukseen.

Tulevaisuuden tutkimuksen kannalta olisi hyödyllistä tutkia, miten kulttuurin välittämistä voitaisiin tuottaa yhä kestävämmällä tavalla osaksi matkailua paikallisten toimesta. Jatkotutkimustarpeita osoitti myös poliittisen voimaantumisen analyysi. Jakamistalouden alustoilla toimivissa palveluntarjoajissa piilee suuri potentiaali, mutta he jäävät usein ulos matkailun alueellisesta kehittämisestä, sekä erilaisista verkostoista. Tutkimukseni tavoitteena oli tuoda tämän pienen toimijoiden ryhmä näkyvämmäksi osaksi matkailun toimijuutta. Kuten palveluntarjoajat totesivat, tästä riittäisi monelle työtä ja tekemistä. Tulevaisuuden tutkimuksessa ja kehittämissankkeissa tulisikin huomioida haittojen lisäksi ne mahdollisuudet, joita jakamistalouden alustat voivat tarjota kohteen paikallisväestölle.

KIITOKSET

Haluan kiittää monia tahoja, joiden ansiosta tämä tutkielma on olemassa. Haluan osoittaa lämpimät kiitokset ohjaajalleni Maria Hakkaraiselle, joka on kannustanut minua tekemään itseni näköistä tutkimusta. Kiitos kommentteista ja rakentavasta palautteesta koko prosessin ajan. Kiitokset myös muille graduseminaarin ohjaajille, jotka antoivat kommentteja työhöni.

Haluan kiittää kaikkia Teitä, jotka suostuitte haastateltavaksi. Kiitos, että halusitte jakaa arvokasta tietoa ja kokemuksianne kanssani. Kiitos myös elämystarjoajille, jotka toivottivat minut tervetulleeksi kotiinsa, ja pääsin kokemaan itse ruokamatkailun elämyksen. Teidän ansiostanne, ruokamatkailun tutkimuskeskustelussa tapahtuu uusia käännteitä.

Kiitos kaikille graduseminaarissa työtäni kommentoineille lämpimästä vertaistuesta. Siitä on ollut paljon apua alusta asti. Viimeisenä haluan kiittää lähipiiriäni. Kiitos että kannustitte minua lähtemään opiskelijavaihtoon. Ilman sitä, en olisi ehkä koskaan tehnyt etnografista tutkielmaa. Ystävät, opiskelijakaverit ja perhe. Olette korvaamaton tuki elämäni karikoissa.

LÄHTEET

Adams, R. (1996). *Social Work and Empowerment*. London: Macmillan Press Ltd

Aghazamani, Y., & Hunt, C. A. (2017). Empowerment in Tourism: A Review of Peer-reviewed Literature. *Tourism Review International*, 21(4), 333–346. <https://doi.org/10.3727/154427217X15094520591321>

Aineeton kulttuuriperintö. Unescon sopimus. Haettu 11.9.2023: <https://www.aineetonkulttuuriperinto.fi/fi/unescon-sopimus>

Andereck, K. L. Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32 (4), 1056–1076.

Atsız, O. & Cifci, I. (2021). Exploring the motives for entrepreneurship in the meal-sharing economy, *Current Issues in Tourism*, 25(6), 864–873. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1908239>

Batliwala, S. (2007). Taking the power out of empowerment – an experiential account, *Development in Practice*, 17(4-5), 557–565, <http://dx.doi.org/10.1080/09614520701469559>

Boley, B. B., & McGehee, N. (2014). Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS), *Tourism Management*, 45, 85–94, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.04.003>

Brady, J. (2011). Cooking as inquiry: A method to stir up prevailing ways of knowing food, body, and identity. *International Journal of Qualitative Methods*, 10(4), 321–334.

Brewer, J. (2000). *Ethnography*. McGraw-Hill Education.

Cornwall, A. (2016). Women's empowerment: What works? *Journal of International Development*, 28(3), 342–359.

Cutolo, D., & Kenney, M. (2021). Platform-Dependent Entrepreneurs: Power Asymmetries, Risks, and Strategies in the Platform Economy. *Academy of Management perspectives*, 35(4), 584–605. <https://doi.org/10.5465/amp.2019.0103>

Dallen, J. T., & Amos, S. R. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: identity, image, authenticity, and change, *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 99–104, <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.767818>

Dewettinck, K., Singh, J. & Buyens, D. (2003). Psychological Empowerment in the Workplace: Reviewing the Empowerment Effects on Critical Work Outcomes. Working Paper 2003/210. Fac-ulteit Economie. Universiteit Gent.

Dredge, D., & Gyimóthy, S. (2015). The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices, *Tourism Recreation Research*, 40(3), 286–302, <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1086076>

Ellis, C. & Bochner, A. P. (2000). Autoethnography, personal narrative, reflexivity. Researcher as subject. (s. 733–768). Teoksessa N. Denzin & Y. Lincoln (toim.), *Handbook of qualitative research*. Second edition. Sage.

Finfood – Suomen ruokatieto ry. (2009). Suomalaisen ruokakulttuurin ulottuvuuksia. https://ruokatieto.fi/wp-content/uploads/2023/04/sru_katsaus_2702091.pdf

Fingerroos, O., & Kajander, K. (2022). Etnografia, paradigmat ja agendahypyt. In O. Fingerroos, K. Kajander, & T.-R. Lappi (Eds.), *Kulttuurien tutkimuksen menetelmät* (s. 25–44). Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Tietolipas, 274. <https://oa.finlit.fi/site/books/e/10.21435/tl.274>

Forsström, S. (2024). Helsingin ruokakonsepti 2024. (18.1.2024) Haettu 30.1.2024 osoitteesta <https://www.hel.fi/static/kanslia/ruokakaupunki/forsstrom-ruokakonsepti.pdf>

Hakkarainen, M., & Jutila, S. (2017). Jakamistalous matkailussa. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet* (s. 183–187). Rovaniemi, Finland: Lapland University Press.

Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. (s.1–24). Teoksessa C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis & B. Cambourne (toim.), *Food tourism around the world. Development, management and markets*. Routledge.

Havas, K., & Adamsson, K. (2020). Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028 - Yhdessä tekoja luonnosta ammentaen toimenpiteet 2020–2023. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/ruokamatkailu>

Huttunen, L (2010). Tiheä kontekstointi: Haastattelu osana etnografista tutkimusta. Ruusuvuori, J., Nikander, P., & Hyvärinen, M.(toim). (2010). *Haastattelun analyysi*. Vastapaino.

Höckert, E. (2009). Sociocultural sustainability of rural community-based tourism: case study of local participation in fair trade coffee trail, Nicaragua. Pro gradu -tutkielma. Lapin yliopiston matkailun ja liiketoiminnan tiedekunnan julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä.

Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 235–255. <http://dx.doi.org/10.2167/cit/229.0>

Jennings, G. (2010). Theoretical paradigms underpinning tourism research. G. Jennings (2010). *Tourism research*. Wiley.

Jeroscenkova, L., Kruzmetra, M., Rivza, B & Foris, D. (2016). Similarities and differences in the value manifestations and management of cultural heritage. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 38(1), 18–2. <http://dx.doi.org/10.15544/mts.2016.2>

Järvinen, M & Mik-Meyer, N. (2020) *Qualitative Analysis: Eight Approaches for the Social Sciences*. Yhdistynyt kuningaskunta: SAGE Publications.

Järvinen, T. (2009). Voimaantumisen (empowerment) arvioinnin haasteita. *Ammattikasvatuksen aikakauskirja*, 11(1), 8–17.

Kananen, J. (2014). *Etnografinen tutkimus: Miten kirjoitan etnografisen opinnäytetyön?* Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kunjuraman, V. (2022). Community-based ecotourism managing to fuel community empowerment? Evidence from Malaysian Borneo, *Tourism Recreation Research*, 47(4), 384–399, DOI: [10.1080/02508281.2020.1841378](https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1841378)

Kuokkanen, L. (2003). Nurse Empowerment: A model of Individual and Environmental Factors. University of Turku. Department of Nursing Studies. *Annales Universitatis Turkuensis D 558*.

Kyyrö, K. ym. (2020). Kulttuurisesti ja sosiaalisesti kestävä matkailun viitekehys. Teoksessa S. Veijola & K. Kyyrö (toim.), *Kestävä matkailun monitieteiset mittarit kulttuuriympäristöissä*. (s.29–51). *Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 26/2020* <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-934-9>

Lapadat, J. C. (2017). Ethics in autoethnography and collaborative autoethnography. *Qualitative inquiry*, 23(8), 589–603. <https://doi.org/10.1177/1077800417704462>

Lee, K. (2023). Cooking up food memories: A taste of intangible cultural heritage, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.11.005>

Lüthje, M., & Saari, R. (2018). Paikallisen ruoan matkailullinen vetovoima: Kirjallisuuskatsaus. *Matkailututkimus*, 14(1), 42–54.

Matunga, H., Matunga, H.P. and Urlich, S. (2020). From exploitative to regenerative tourism: Tino Rangatiratanga and tourism in Aotearoa New Zealand, *MAI Journal*, (9)3, 295–308.

Mendoza-Ramos, A. & Prideaux, B. (2014). Indigenous ecotourism in the Mayan rainforest of Palenque: empowerment issues in sustainable development, *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 461–479, <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2013.828730>

Moglen, H. (1983). Power and empowerment, *Women's Studies International Forum*, 6(2), 131–134 [https://doi.org/10.1016/0277-5395\(83\)90002-X](https://doi.org/10.1016/0277-5395(83)90002-X)

Munar, A. M. & Jamal, T. (2016). What are paradigms for? Teoksessa A.M. Munar & T. Jamal (ed.). *Tourism research paradigms: Critical and emergent knowledges*. 9–21. Emerald Publishing.

Mäkelä, P. (2018) Milloin suomalaiset juovat? Teoksessa P. Mäkelä ym. (toim.), *Näin Suomi juo. Suomalaisten muuttuvat alkoholinkäyttötavat*. (s. 134–146. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-343-146-1>

Nousiainen, M. & Veijola, S. (2023). Kirjallisten töiden tekniset kirjoitusohjeet. Lapin yliopisto. Matkailututkimus.

Näin Airbnb -haku toimii. 11.5.2022. Haettu 14.4.2024 osoitteesta: <https://www.airbnb.fi/resources/hosting-homes/a/how-search-works-on-airbnb-460>

Paloniemi, P., Jutila, S., & Hakkarainen, M. (2021). Sharing Economy in Peripheral Tourism Destinations: The Case of Finnish Lapland. Teoksessa M. Della Lucia, & E. Giudici (toim.), *Humanistic Management and Sustainable Tourism: Human, Social and Environmental Challenges* (s. 56–74). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003108955>

Patel, N. (2003). Clinical psychology: Reinforcing inequalities or facilitating empowerment?. *The International Journal of Human Rights*, 7(1), 16–39.

Pavlič, I., Portolan, A., & Puh, B. (2015). The Social Impacts of Tourism on Local Community's Quality of Life (20.4.2015). 3rd International Scientific Conference Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 3, 259–272, <https://ssrn.com/abstract=2637355>

Perkins, D. D., & Zimmerman, M. A. (1995). Empowerment theory, research, and application. *American journal of community psychology*, 23, 569–579.

Perttula, J. (2008). Kokemus ja kokemuksen tutkimus: Fenomenologisen erityistieteen tieteen-teoria. (s.115–162). Teoksessa J. Perttula & T. Latomaa (toim.), *Kokemuksen tutkimus. Merkitys-tulkinta-ymmärtäminen*.

Petrisalo, K. (2001). *Menneisyys matkakohteena: Kulttuuriantropologinen ja historiatieteellinen tutkimus perinnekulttuurien hyödyntämisestä matkailuteollisuudessa*. [Väitöskirja, Jyväskylän yliopisto] Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Päläs, J., Hovila, I., & Hakkarainen, M. (2021). Jakamistalous kaavoituksen ja asuintilojen käyttötarkoitussarvioinnin häirikönä - taltuttaako epätyypillisuusoppi häirikön? *Lakimies*, 119(7-8), 1269-1290. <https://www.edilex.fi/lakimies/1000400009.pdf>

Pärnänen, A., & Sutela, H. (2014). Itsensätyöllistäjät Suomessa 2013. Tilastokeskus. <https://urn.fi/URN:ISBN:978%E2%80%9393952%E2%80%9393244%E2%80%9393514%E2%80%93938>

Rappaport, J. (1987). Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology. *American journal of community psychology*, 15(2), 121–148.

Rastas, A (2010). Haastatteluaineistojen monet tehtävät etnografisessa tutkimuksessa. Teoksessa Ruusuvoori, J., & Nikander P & Hyvärinen M (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere

Rosin, A., Vuorinen, J., Koskinen, S., & Urho, M. (2019). Alustatalouden itsensätyöllistäjät työ- ja kilpailuoikeudessa. Teoksessa J. Päläs & K. Määttä (toim.), (2019). *Jakamistalousjuridiikan käsikirja*. Alma talent.

Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249. [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)

Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development, *Tourism Geographies*, 20(4), 589–609, <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1381985>

Scheyvens, R., & van der Watt, H. (2021). Tourism, Empowerment and Sustainable Development: A New Framework for Analysis. *Sustainability*, 13(22), 12606; <http://dx.doi.org/10.3390/su132212606>

Sekki, A. (2021). Alustatalousyrittäjyys. Opas sivutuloista kiinnostuneille. [IA&N Consulting].

Siitonen, J. (1999). Voimaantumisteorian perusteiden hahmottelua. Oulun yliopisto. Kasvatustieteiden tiedekunta. Väitöskirja.

Siivonen, K. (2009). Osallistava kulttuurituotanto. Pohdintaa kulttuurisesta kestävydestä. Teoksessa M. Grahn, & M. Häyrynen (2009). *Kulttuurituotanto: Kehykset, käytäntö ja prosessit*. (s.62–81). Suomalaisen Kirjallisuuden Seura; Turun yliopisto, Kulttuurituotannon ja maise-
mantutkimuksen laitos.

Sillanpää, M. (1999). Happamasta makeaan. Suomalaisen ruoka- ja tapakulttuurin kehitys. Hyvää Suomesta -hanke.

Slevitch, L. (2011). Qualitative and Quantitative Methodologies Compared: Ontological and Epistemological Perspectives, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(1), 73-81, <http://dx.doi.org/10.1080/1528008X.2011.541810>

Spry, T. (2001). Performing Autoethnography: An Embodied Methodological Praxis. *Qualitative Inquiry*, 7(6), 706–732. doi:10.1177/107780040100700605

TEM. (2017). Itsensätyöllistäminen ja jakamistalous työelämän murroksessa. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-201-9>

TENK. (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakkoarviointi Suomessa: Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 3/2019

TENK. (2023). Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 2/2023

Tigerstedt, C., Karlsson, T., & Härkönen, J. (2018). Suosivatko suomalaiset miedompia alkoholijuomia ja onko oluen ja viinin ruokajuominen yleistynyt? Teoksessa P. Mäkelä ym. (toim.), *Näin Suomi juo. Suomalaisten muuttuvat alkoholinkäyttötavat*. (s.101–111) Terveystien ja hyvinvoinnin laitos. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-343-146-1>

Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2009). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Tammi

Wall, S. (2008). Easier said than done: writing an autoethnography. *International Journal of Qualitative Methods*, 7(1), 32–53, <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/160940690800700103>

YLE (2019). Kolea sää ei näy kulutuksessa: Suomessa ahmitaan jäätelöä eniten Euroopassa. Haettu 1.5.2024 osoitteesta: <https://yle.fi/a/3-10879666>

Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American journal of community psychology*, 23, 581–599.

LIITTEET

Liite 1

Haastattelukysymykset

Psykologinen voimaantuminen

Miten matkailijat suhtautuvat tarjoamaasi palveluun ja tähän kohteeseen? Entä millä tavoin olet kokenut heidän kommenttinsa tai palautteensa?

Millä tavoin matkailijoiden parissa työskentely on muistuttanut sinua siitä, että jakamasi ja opettamasi ruokakulttuuri on ainutlaatuinen?

Mitkä ovat mielestäsi alueesi/kohteesi ainutlaatuisimmat perinteet? Millä tavoin matkailuun osallistuminen motivoi sinua jatkamaan alueen ainutlaatuisten piirteiden ja kulttuuriperinnön säilyttämisessä?

Kulttuurinen voimaantuminen

Mikä on yllättänyt matkailijoiden reaktioissa suomalaista ruokaperinnettä kohtaan? Entä mikä on yllättänyt itsessä tai omissa reaktioissa? Oletko oppinut jotain uutta itsestäsi?

Mitä positiivisia muistoja tulee mieleen ajastanne elämystarjoajana?

Koetko, että elämystarjoajana toimiminen on muuttanut suhdettasi tai suhtautumistasi omaan ruokakulttuuriisi?

Sosiaalinen voimaantuminen

Onko matkailuun osallistuminen tarjonnut sinulle tapoja olla yhteisöllinen tai tuntee yhteisöllisyyttä muiden paikallisten kanssa? Kerro esimerkkejä.

Poliittinen voimaantuminen

Onko sinulla mahdollisuus olla osana matkailua koskevaa päätöksentekoa tai paikallista kehittämistä? Jos ei vielä ole, koetko tarvetta päästä osaksi päätöksentekoa tai vaikuttamaan päätöksentekoon?

Appendix 1
Interview questions

Psychological empowerment

How do travelers feel about the service you offer and your destination? How have you experienced their comments and feedback?

In what ways has working with travelers reminded you that the food culture you share and teach is unique?

Has participating in tourism motivated you to continue preserving the region's unique features and cultural heritage?

Cultural empowerment

What has surprised tourists in their reactions to the Finnish food tradition? And what has surprised you in yourself or in your own reactions? Have you learned anything new about yourself?

What positive memories come to mind from your time as an experience provider?

Do you feel that working as an experience host has changed your relationship or attitude towards your own food culture?

Social empowerment

Has participating in tourism provided you with ways to be communal or to feel a sense of community with other locals? Give examples.

Political empowerment

Do you have the opportunity to be part of tourism decision-making or local development? If not yet, do you feel the need to be a part of decision-making or to influence decision-making?