



Jarkko Saarinen

Matkailu ja paikallisuus

Matkailukehityksen, paikallisuuden ja kestävyysyhteensovittamisen haasteet Suomen Lapissa

Tourism and localities: challenging issues in the relationship between tourism development, local communities and sustainability in Finnish Lapland

Recently the role of localities – local communities, cultures and place-specific traditions – has been stressed in tourism studies and development discussions and strategies. The rise of locality has been based on the changing modes of touristic production and consumption in Western societies and on an increasing need for sustainability in tourism development. This paper aims to provide an overview to the challenging relationship between tourism development, local communities, cultures and sustainability. The focus is set on conventional (mass) tourism and its local connections in peripheral regions. In spite of the rhetoric turn addressing the new role of localities the tourism-centric modes of development and sustainability tend to situate local communities and cultures to a staged and marginal position in tourism supply and demand systems. This tendency is discussed and demonstrated in the context of Finnish Lapland by utilising selected touristic representations of Sami culture as case examples.

Keywords: tourism development, locality, sustainable tourism, Lapland

Johdanto

Parin viime vuosikymmenen aikana matkailun ja paikallisuuden suhteeseen on ryhdytty kiinnittämään enenevässä määrin huomiota. Tämä on koskenut sekä matkailun tutkimusta että alan käy-

tännön kehityskeskustelua ja -työtä. Viime mainittuun liittyen paikallisuuden ja siihen viittaavien kulttuuristen tekijöiden merkitystä korostetaan nykyisin muun muassa monissa matkailun kehittämissstrategioissa (ks. *Lappi...* 2003; Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006).

Matkailussa paikallisuuden korostumisen taustalla vaikuttavat monet laajat yhteiskunnalliset prosessit. Markkinoiden ja kulutuksen yksilöllistymisen lisäksi eräänä keskeisimpänä muutostekijänä on toiminut kestävä kehityksen ajattelu. Matkailussa se on käsitteellistynyt kestäväksi matkailuksi. Sillä viitataan yleistäen matkailukehitykseen, joka huomioi kohdealueidensa ekologisen ympäristön hyödyntämisen rajat, tuottaa matkailijoiden tarpeita tyydyttäviä kokemuksia ja pyrkii aktiivisesti lisäämään alueen paikallisyhteisöjen elämänlaatua ja elinmahdollisuuksia taloudellisen toiminnan ja työllistämisen kautta (Cater 1993; Liu 2003). Kestävä matkailun vallitsevan nykytulkinnan mukaan kaikenlainen matkailutalous – mukaan lukien massaturismi – voi periaatteessa pyrkiä kestävyteen (Clarke 1997; ks. Selänniemi 1996; WTO 2003).

Kestävä matkailun käsite on useissa yhteyksissä todettu haasteelliseksi. Kriittisimmät keskustelijat ovat jopa ehdottaneet luovuttavan koko käsitteestä (ks. Butler 1999; Sharpley 2000). Vastaavanlainen keskustelu on aiemmin käyty matkailun kantokykä-käsitteeseen liittyen (ks. Wall 1982; Lindberg *et al.* 1997; McCool & Lime 2001). Kestävä

matkailun kohdalla ongelmallisena voidaan pitää nimenomaan paikallisuuden, paikallisyhteisöjen ja -kulttuurien huomioimista matkailukehityksessä. Tämä johtuu pitkälti matkailuliikkeen perusluonteesta. Matkailuun ja matkailutalouteen liittyy aina jonkinasteinen ulkopuolisuus; matkailijat ovat lähtökohtaisesti kohdealueen ulkopuolista väestöstä, kehittämisideat, -toimijat ja -pääomat tulevat usein alueen ulkopuolelta ja globalis�ituvasa taloudessa myös yritysraakenteen omistajuus on enenevässä määrin ulkopuolista. Matkailumaantieteilijä Donald Getz (1999: 24) onkin todennut matkailun tilojen, esimerkiksi matkailukeskusten, tarkoituksena olevan ensisijaisesti matkailijoiden palveleminen. Matkailutalouden toimintojen ja kehittämisen tavoitteena on siten tyydyttää alueen ulkopuolisten ihmisten tarpeita. Tämä lähtökohhta voi periaatteessa olla, ja usein käytännössä on, ristiriidassa paikallisyhteisön tai sen eri ryhmien tavoitteiden ja arvojen sekä kestäväen kehityksen ideologian kanssa (Saarinen 2006).

Erityisen ongelmallinen matkailun ja paikallisuuden suhde on syrjäseuduilla niin sanotun konventionaalisen matkailutalouden ja sen kehittämisen yhteydessä. Konventionaalisisella (perinteisellä/tavanomaisella) matkailutaloudella viitataan massaturismin kaltaiseen määrälliseen kasvuun keskittyvään matkailuun, jonka kehitykselle ovat luonteenomaisia kohdealueen ulkopuolinen kontrolli ja päätöksenteko.

Tarkastelen tässä artikkelissa matkailun ja paikallisuuden suhdetta. Tarkoituksena on luoda katsaus konventionaalisen matkailun paikallisyhteyksentöihin sekä matkailuun nykyisin liitetyn kestävyuden kysymyksiin syrjäseuduilla. Tarkastelu perustuu tältä osin pääasiallisesti kirjallisuuteen. Tutkimuskirjallisuudessa massaturismin hyötyjen on usein nähty kohdistuvan perifeerisillä kohdealueilla lähinnä primaarisiiin matkailuyrityksiin ja taloudellisten virtojen ohjautuvan suhteellisen nopeasti ulos alueelta. Erityisesti suurten ja monikansallisten matkailuyritysten toiminnan nähdään johtavan voimakkaisiin aluetalouden vuotoihin syrjäseuduilla (ks. Britton 1991; Mbaiva 2005). Taloudellisten kerrannaisvaikutusten ohuuden ei kuitenkaan tutkimuksissa katsota estävän matkailusta koituvien haitallisten vaikutusten heijastumista paikalliskulttuuriin ja -talouden muuhun toimintaan. Tämä voi johtaa matkailukehityksestä aiheutuvien hyötyjen ja haittojen epätasaa-arvoiseen jakautumiseen kohdealueilla, joka on osaltaan korostanut tarvetta pohtia miksi ja millaista matkailua erilaisilla kohdealueilla tulisi kehittää. Monet matkailun alueelliset kehittämisstrategiat pyrkivät

kin vastaamaan näihin kysymyksiin.

Aluksi artikkelissa tarkastellaan lyhyesti paikallisuuden ja kestävyuden näkökulmasta miksi matkailua halutaan syrjäseuduilla kehittää. Tämän jälkeen luodaan katsaus konventionaalisen matkailutalouden menestystekijöihin ja paikallisuuden rooliin matkailun kehittämistyössä. Paikallisuudella viitataan tässä yhteydessä ensisijassa kohdealueiden paikalliskulttuuriin, -yhteisöisiin ja -taloudellisiin piirteisiin ja rakenteisiin, jotka ovat toimineet ja olleet nykyisillä matkailun kohdealueilla myös jo ennen matkailutalouden kehittymistä. Paikallisuuden konkreettista roolia matkailussa tarkastellaan aiemman tutkimuksen ja esimerkin kautta, jotka pyrkivät valottamaan paikallisuuden merkitystä ja matkailullista tuottamista konventionaalisen matkailutalouden yhteydessä Suomen Lapissa. Lopuksi pohditaan paikallisuuden roolia matkailun kehittämisstrategioissa ja konventionaalisen matkailutalouden toimintaan kohdistuvia muutospaineita sekä niiden kautta rakentuvan matkailukehityksen, paikallisuuden ja kestävyuden uudenlaista jäsentämistarvetta.

Miksi matkailua kehitetään?

Kysymys matkailun kehittämistä ja sen tavoitteista on muodostanut erään keskeisimmän matkailun tutkimuksen aihepiirin. Aluksi tutkimuksissa oltiin kiinnostuneita matkailun liiketaloudesta ja alan edistämisestä. Nämä teemat ovat edelleen ajankohtaisia, mutta viime vuosina on kiinnitetty kasvavassa määrin huomiota siihen, millaista matkailua tulisi kehittää (ks. Burns 1999; Butler 1999). Matkailun kehittämisen määrälliset tai laadulliset tavoitteet ovat luonnollisesti riippuvaisia näkökulmasta, joita avautuu muun muassa elinkeinon, aluetalouden, paikallisyhteisöjen ja kestävyuden kautta (ks. Hall 2000: 21–39). Eri näkökulmat eivät ole toisiaan täysin poissulkevia, mutta niiden ensisijaiset tavoitteet poikkeavat usein toisistaan.

Elinkeinoen näkökulmasta matkailussa on tiivistetysti kyse (liike)taloudesta, jossa matkailun menestys ilmenee matkailutalouden liikevaihdon tunnusluvuista ja niiden kasvusta. Aluetalouden lähtökohdista korostuvat matkailun kehittämisen kerrannais- ja verotulovaikutukset, paikallisyhteisö -näkökulmasta painottuvat sosiaaliset kysymykset, kuten pysyvän työllisyyden rakentuminen sekä alueen elin- ja palvelutasoa nostavat tekijät. Kestävyuden näkökulmassa pyritään ikään kuin yhdistämään kaikki edellä mainitut kokonaisvaltaisesti ekologisiin pitkän aikavälin tavoitteisiin. Paikal-

lisyhteisöjen, aluetalouden ja kestävyuden kautta tarkastelun mittakaava myös nousee yksittäisiä yrityksiä ja yhtä elinkeino laajemmaksi kysymykseksi. Tällöin Butleria *et al.* (1998) mukailen matkailun kehittämisen perusteluja syrjäseuduilla ovat muun muassa seuraavat tavoitteet:

- (1) Matkailu ylläpitää ja luo paikallisesti tuloa, työllisyyttä ja kehitystä tuottaen taloudellisia hyötyjä myös välittömään matkailutalouden ulkopuolisille yrityksille ja toimijoille.
- (2) Matkailu kannustaa monipuolistamaan aluetaloutta sekä ylläpitää ja kehittää laajemmin alueen taloudellista ja sosiaalista infrastruktuuria ja toimintaa sekä osallistaa paikallisväestöä ja eri toimijoita aluetalouden kehittämiseen ja yhteistyöhön.
- (3) Matkailu auttaa paikallisväestön elinympäristön ja palvelujen säilyttämisessä ja parantaa asukkaiden elämänlaatua tuottamalla palveluja, joita ei olisi mahdollista ylläpitää alueella ilman ylipaikallista kysyntää eli matkailua.
- (4) Matkailu kannustaa arvostamaan ja siten suojelemaan kohdealueiden luonto- ja kulttuuriperintöä.

Edellä lueteltujen tavoitteiden voidaan todeta muodostavan kestävä matkailun kehittämisen yleiset päämäärät (ks. Swarbrooke 1999). Matkailupolitiikassa ja -taloudessa kestävyuden näkökulma perustuu ajatukseen, jonka mukaan matkailua voidaan käyttää monia muita talouden muotoja, kuten metsätaloutta tai kaivostoimintaa, paremmin välineenä pyrittäessä kestävä kehityksen mukaiseen toimintaan (Butler 1999; ks. Ympäristöministeriö 2002). Matkailun kehittämisen menestystekijöitä arvioitaessa kestävyys tai paikallisuus eivät kuitenkaan toistaiseksi ole nousseet keskeiseen rooliin. Tämä koskee erityisesti konventionaalisen matkailukehityksen toimintamallia.

Massaturismin menestystekijät

Matkailun kehittämiseksi ei ole olemassa mitään yksityiskohtaista ohjetta tai toimenpideluettelo, joka takaisi matkailutalouden menestyksen tietyllä alueella. Historiallisesti kehitystyön onnistuminen on ollut riippuvainen hyvin monista tekijöistä, joista vain osaa matkailukohteiden suunnittelussa ja kehitystoiminnassa on mahdollista ylipäätään kontrolloida. Esimerkiksi terrorismi ja sen vastaisen taistelun vaikutukset, valuuttakurssien heilahdukset, maailmanpoliittiset ja -taloudelliset kriisit sekä kulutustottumusten muutokset ovat matkailun kohdealueiden kehittämistyöhön voimakkaasti vaikuttavia mutta pääsääntöisesti niiden päätäntä-

vallan ulkopuolella oleva tekijöitä. Tässäkin suhteessa matkailutaloudelle on leimallista ulkopuolisuus.

Karkealla tasolla matkailun menestystekijät voidaan jaotella primaarisiin, sekundaarisiin ja muihin tekijöihin. Erityisesti konventionaalissa matkailussa menestyvän kohteen keskeisimmäksi elementiksi on ymmärretty *saavutettavuus* (Hall 2005: 69–73, 250). Matkailun käytännön kehittämisspuheessa todetaankin matkailukohteiden, erityisesti suurten keskusten, menestymisen olevan ensisijaisesti ja viime kädessä riippuvainen saavutettavuudesta. Saavutettavuus on tärkeä tekijä, mutta se ei kuitenkaan yksinomaan riitä, vaan se edellyttää rinnalleen *vetovoimatekijöitä* ja erityisesti matkakohteeseen tuotettuja ja sidottuja *attraktioita* (Saarinen 2005). Esimerkiksi Pohjois-Suomessa on monia saavutettavuudeltaan erinomaisia alueita, joilla kaikilla ei kuitenkaan ole matkailullisesti juurikaan merkitystä, sillä niiltä puuttuu vetovoimaisuus ja attraktiot. Saavutettavuus on tärkeä tekijä myös muunkaltaisessa kuin konventionaalissa matkailutaloudessa, mutta jotkut matkailun erityisluonteiset, kuten erämaamatkailu tai vuorikiipeily (seikkailumatkailu), voivat perustua nimenomaisesti kohteen heikkoon saavutettavuuteen ja sen tuottamaan attraktiivisuuteen.

Massaturismissa kohteiden vetovoimaisuus on perustunut lähinnä luonnonmaantieteellisten tekijöiden hyödyntämiseen (mm. *sun, sea* ja *sand* tai *snow*) (Vuoristo 2003). Myös kulttuurisia tekijöitä on hyödynnetty massaturismissa (esimerkiksi tapahtumamatkailussa), mutta luonnontekijöitä vähäisemmässä määrin (Vuoristo 1998). Saavutettavuuden ja attraktiivisuuden lisäksi matkailussa on kyse erityisesti talouden muodosta, jonka ytimenä on yritystoiminta. Menestyäkseen matkailun kohdealueet tarvitsevat *palveluja*, toisin sanoen matkailijoita palvelevia yrityksiä. Jost Krippendorf (1987: 19) onkin todennut matkailutalouden prosessoivan ja osaltaan ”tuottavan matkailijoita” (ts. tarpeen matkailla), ja ilman palvelurakennetta on vaikea luoda kysyntää ja vastata siihen.

Nämä kolme kokonaisuutta – saavutettavuus, attraktiivisuus ja palvelut – ovat muodostaneet erityisesti massaturismin kehittymisen kannalta ensisijaiset eli primaariset menestystekijät (taulukko 1). Niihin verrattuna muun muassa markkinointi, liiketaito-osaaminen ja työvoimakustannukset tai toimintaa kohdealueella tukeva perusinfrastruktuuri ovat aiemman modernin matkailukehityksen valossa sekundaarisessa roolissa (ks. Hall 2005: 250–251). Tämä ei tarkoita, että kyseiset tekijät eivät olisi olleet tärkeitä matkailun kehitystoimin-

Taulukko 1. Matkailukohteen yleiset menestystekijät konventionaaliossa matkailutaloudessa (Saarinen 2005; osin Hall 2005, taulukko 8.2 mukaan).

Table 1. Elements of success in conventional mass tourism (Saarinen 2005; partly after Hall 2005, table 8.2).

Primaariset tekijät	Sekundaariset tekijät	Muut tekijät
Saavutettavuus	Markkinointi	Osaava henkilökunta
Vetovoimatekijät ja attraktiot	Liiketaito-osaaminen	Tutkimustiedon saatavuus
Palvelut	Työvoimakustannukset	Kytkenät paikalliskulttuuriin ja -talouteen

nassa, mutta suhteessa primaarisiin tekijöihin ne ovat kuitenkin olleet ”toissijaisia”.

Sekundaarisista menestystekijöistä erityisesti markkinointi nostetaan usein menestyvän matkailukohteen ytimeen. On totta, että markkinoinnilla on suuri merkitystä matkailijoiden kohteenvalinnassa. Tästä huolimatta sen voidaan nähdä jäsentyvän vasta toissijaisena tekijänä suhteessa saavutettavuuteen, attraktioihin ja palveluihin; mikäli ensisijaiset tekijät eivät ole matkakohteen osalta kunnossa, on niitä vaikea pitkäjänteisesti ja uskottavasti sellaisiksi markkinoinninkaan avulla tuottaa. Toisaalta ilman toimivaa markkinointia primaariset tekijät eivät vielä takaa menestystä. Siten taulukossa 1 esitetyistä tekijöistä ja tasoista monet ovat sidoksissa toisiinsa.

Edellä mainittujen lisäksi konventionaalisen matkailun kehittämiseen vaikuttavat monet muutkin tekijät, kuten osaava henkilökunta, tutkimustieto ja sen saatavuus sekä kytkenät paikallistalouteen ja -kulttuuriin. Näiden rooli on kuitenkin yleisesti ottaen jäänyt edellisiä huomattavasti vähäisemmäksi (Hall 2005: 250–251). Esimerkiksi yritysten henkilökunnan osalta työvoimakustannukset ovat painottuneet osaamisen ja koulutuksen kustannuksella. Tämä selittää sen, miksi kansainvälisessä matkailutaloudessa hyödynnetään laajasti opiskelijatyövoimaa, jonka koulutusala, tulo-ammattikuva ja osaaminen viittaavat usein aivan muuhun kuin matkailu- ja palvelualalle. Voidaan ajatella, että kynnys siirtyä matkailualalle työntekijäksi ja myös yrittäjäksi on alan osaamisen ja koulutustaustan osalta todennäköisesti suhteellisen matala.

Verrattuna moneen muuhun talouden alaan konventionaalinen matkailutalous ei myöskään ole ollut tietointensiivistä eikä käytännön kehittämistyössä ei ole useinkaan koettu erityisen tarpeelliseksi hyödyntää alan (uusinta) tutkimustietoa (Hall 2005: 250), vaan menestykseen on uskottu

erityisesti primaarisia tekijöitä kehittämällä. Konkreettisimmillaan tämä on ilmennyt majoituskapasiteetin tarjonnan yksipuolisena määrällisenä kehittämisenä (ks. Wolfe 1983). Vastaavasti yhteydet paikallisuuteen – siten kuin paikallisuus tässä yhteydessä ymmärretään – ovat toimineet lähinnä muina tekijöitä matkailun kehitystyössä. Matkailutalous voi tosin hyödyntää ”paikallisuutta” omista lähtökohdistaan käsin, mutta hyödyntämisen tapa ja lopputulos voivat poiketa huomattavasti siitä, miten paikallisuus jäsentyy alueen asukkaiden ja kulttuurin näkökulmasta. Tämä on näkynyt matkailuattraktioiden tuotteistamisessa paitsi kulttuurisen aitouden vähäisyytenä tai aitouden kaupallisina vääristyminä (ks. Greenwood 1989), myös konventionaalisen matkailun puutteellisissa aluetaloussuhteissa (ks. Britton 1991). Matkailutaloutta onkin kehitetty pääosin sen itsensä vuoksi ja tarpeista käsin.

Matkailukehityksen ja paikallisuuden suhteen rakentuminen: esimerkkinä Lapin matkailu

Paikallisuus tuotteena: Lapinkaste

Edellä esitetyssä konventionaalisen matkailun menestystekijöitä luotaavassa yleismallissa paikallisuuden marginaalinen rooli ei tarkoita, että paikallisilla ihmisillä ja kulttuureilla ei olisi lainkaan merkitystä ja arvoa matkailukehityksessä. Niiden tärkeys on kuitenkin jäsentynyt suhteellisesti ottaen huomattavasti vähäisempänä kuin monien muiden matkailussa hyödynnettyjen tekijöiden. Tämä ilmenee muun muassa tarkasteltaessa konventionaaliseen matkailukehitykseen perustuvien kohteiden vetovoimatekijöitä ja niihin matkustaneiden vierailijoiden matkailumotiiveja. Esimerkiksi Saariselällä, joka oli ensimmäinen keskitetyn matkailurakenteen avulla kehitetty suuri matkai-

lukeskus Pohjois-Suomessa, tärkeimpiä matkailijoiden vierailusyitä olivat keskuksessa vuonna 1995 suoritettun kyselytutkimuksen mukaan alueen ”tunturimaisemat” ja ”erämainen luonto”; kyselyyn vastanneesta 1102 kotimaisesta matkailijasta edellistä tekijää piti vähintään tärkeänä 94 prosenttia ja jälkimmäistä 90 prosenttia (Saarinen 1996). Vastaavasti ”mahdollisuus tutustua paikallisiin ihmisiin” kiinnosti 18 prosenttia ja ”kulttuurinähtävyydet” 13 prosenttia vastaajista. On omalla tavallaan kuvaavaa, että vastanneista matkailijoista suurempi osa piti tärkeämpänä ”tutustua muihin matkailijoihin” (39 %) ja ”muiden matkailijoiden paljoutta” (23 %) kohteessa kuin edellä mainittuja paikallisuuteen viittaavia tekijöitä.

Paikallisuuden marginaalinen rooli tulee esille myös matkailupalveluja tarjoavien toimijoiden käsityksiä valottavissa kyselytutkimuksissa. Esimerkiksi Alakiutun ja Juntheikin (1998) mukaan Inarin kunnassa toimivat matkailualan yrittäjät (n=75) pitivät kunnan tärkeimpinä matkailun vetovoimatekijöinä ”ruskaa”, ”erämaista ja puhdasta luontoa” sekä ”kauniita maisemia”. Paikallisuuteen viittaavista tekijöistä ”poronhoitoa”, ”saamenkulttuuria” ja ”paikallista elämäntapaa” pidettiin lähinnä keskinkertaisina tai sitä heikommina tekijöinä. Viime mainittu – paikallinen elämäntapa – arvioitiin yrittäjien toimesta kyselyn 24 valmiista vaihtoehdosta vähiten vetovoimaiseksi!

Edellä esitetty kuvaa erityisesti kotimaisen matkailukysynnän rakennetta, joka ei nykytutkimusten perusteella ole muuttunut suuresti verrattuna 1990-lukuun (ks. Järviluoma 2006). Kansainvälisen kysynnän osalta tilanne voi joiltakin osin olla toinen, mutta kotimaisen matkailun hegemonisen roolin perusteella voidaan tehdä johtopäätelmä, jonka mukaan konventionaalinen matkailukehitys suuntaa Lapin matkailukysyntää ja -tarjontaa muihin kuin paikalliskulttuuriin ja -väestön elämäntapaan perustuviin tekijöihin. Niihin viittaavia vetovoimatekijöitä ja attraktioita on toki hyödynnetty myös Lapin matkailukehityksessä, mutta konventionaalille matkailukehitykselle on ollut luonteenomaista tuottaa paikallisuutta painotetusti omista ja usein alueen ulkopuolisista lähtökohdista käsin.

Lapin matkailutalouden rakentamista ja hyödyntämistä paikallisuuden kuvauksista ja tuotteista näkyvimmit liittyvät saamelaisuuteen. Tämä ilmenee paitsi poronhoitoon liittyvissä ohjelmanumeroissa, matkamuistojen tuottamisessa ja saamenpuvun sekä muiden saamelaisuuteen viittaavien kulttuurielementtien matkailullisessa hyödyntämisessä. Terminä saamelaisuus edustaa paikalliskulttuurin

vastinetta negatiivisia merkityksiä sisältävälle lappalaisuus-sanalle, mutta se on matkailutalouden ja -tutkimuksen yhteydessä vielä varsin tuore käsite. Esimerkiksi 1970-luvulla tehdyssä lapinmatkailijoille tarkoitetussa hakusanakirjassa (Mäkinen 1976: 130) termin *saamelainen* kohdalla lukee: ”Saamelaiset, lapinkieliseen sanaan *sabme* perustuva (...) lappalaisten itsestään käyttämä nimitys. Katso: Lappalaiset.”

Näin ollen lappalainen on lappalainen käyttipä hän itsestään mitä nimitystä hyvänsä. Kieli ja sanat, joita matkailutaloudessa käytetään, eivät kuitenkaan ole neutraaleja tai viattomia. Edellä mainittu hakusanakirja kuten muukin vastaava matkakirjallisuus rakentavat paikallisuutta usein lähes yksinomaan matkailijoiden kulttuurin, historian, kielen ja arvojen kautta. Tämän tulee esiin myös Lapinkasteessa.

Matkailutalouden nykykielellä Lapinkaste on ohjelmanpalvelutuote: ”Lapinkaste on ikimuistettava kokemus aitoon lappalaiseen tapaan. Lapinkaste kannattaa tilata ennakkoon, minimi 10 henkeä” (Myllyniemi info 2006). Lapinkasteessa on viitteitä paikalliskulttuuriin, toisin sanoen saamelaisuuteen, sisältäen shamanistisia elementtejä, kasvojen nokeamista, alkoholia ja viittauksia seksuaalisuuteen. Esimerkiksi Suomi24-keskustelupalstalla (17.2.2006) esitetty kuvaus Lapin kasteesta kertoo seuraavaa:

”Ainakin täällä Rovaniemellä Lapin kasteen saa Napapiirillä ja Kampsuherran valtakunnassa ja varmaan kaikki ohjelmanpalveluyrittäjät järkkäilee sellaisia tarvittaessa. Siihen kuuluu ainakin loitsuamista, nokea kasvoihin ja taikajuomaa.. Itse en oo koskaan ottanut sellaista, kun meidän saadaan se jo syntyessä:) Ja noitanainen kun olen, niin leikkillisesti nimitän aidoksi Lapin kasteeksi sitä, jos on ollut ”silleesti” aidon Lapin naisen/miehen kanssa... Tervetuloa Rovaniemelle ;D. Nimimerkki Lapin nainen 17.2.2006.” (28.11.2006, <http://keskustelu.suomi24.fi/>)

Lapin kaste siis viittaa ”paikallisuuteen” olematta sitä varsinaisesti. Mistä Lapin kasteessa sitten on kyse?

Lappi, sen kulttuuri ja luonto ovat kiinnostaneet eurooppalaisia matkajia ainakin 1500-luvulta lähtien. Perustaa Lappi-kiinnostukselle loi Tacitus jo ajanlaskun ensimmäisellä vuosisadalla kirjoitetulla *Germanialla* (Tacitus 1976: 75–77) ja erityisesti Olaus Magnus Gothus vuonna 1555 ilmestyneellä *Pohjoisten kansojen historialla* (Gothus

1973). Hieman myöhempi, matkailun ja historiallisesti muodostuneen Lappi-kuvan kannalta merkittävä teos oli vuonna 1673 ilmestynyt Johannes Schefferuksen *Lapponia*-tietoteos, josta tuli pitkiksi ajoiksi ”virallinen matkaopas” varhaisille lapinmatkaajille (Schefferus 1963). Toisin kuin Gothus, Schefferus ei kuitenkaan itse vierailut Lapissa, vaan hänen kuvauksensa perustuivat aikalaiskertomuksiin (Vahtola 1983).

Keskeisenä edellä mainittuja ja myöhempiä matka- ja aluekuvauksia yhdistävänä piirteenä ovat saamelaiden shamanistisia rituaaleja kuvaavat elementit. Tähän ”meistä” saamelaiset erottaviin rituaaleihin ja toiseuden tuottamiseen kytkeytyvät Lapin kasteen sisältämät elementit, kuten ”noitarummun” käyttö, ”kaste” ja muu ”loitsuaminen”. Kasteessa yksilö otetaan tietyn yhteisön jäseneksi. Myös lapinkasteen toinen elementti, kasvojen nokeaminen, toimii osaltaan rituaalisena yhteisön jäseneksi ottamisena. Monet varhaisista Lapin matkailijoista, kuten ranskalainen näytelmä- ja komediakirjailija Jean-François Regnard (1982), joka vieraili Lapissa vuonna 1681, keskittyivät kuvaamaan saamelaisuutta omista kulttuurisista lähtökohdistaan käsin korostamalla muun muassa sen alhaista tasoa, omituisia tapoja, uskomuksia ja yleistä epäsiisteyttä. Kotimaisena esimerkkinä voidaan mainita kielitieteilijä Matias Aleksanteri Castrén, jolle saamelaiset ilmensivät pitkälti toiseutta; saamelaiset olivat ”vieraita, likaisia ja oppimattomia, mutta onneksi nöyriä” (Lehtola 1997: 15). Likaamalla turistin kasvot rituaalisesti hänet liitetään osaksi tätä matkailun (matkanteon) ja paikallisuuden kohtaamisen kautta syntyneitä kuvitteellista yhteisöä.

Regnard oli yksi ensimmäisistä tunnetuista Lapin ”turistisista” vierailijoista ja yhdessä aiempien kuvausten kanssa hän loi osaltaan esimerkin Lapin ja saamelaisuuden myöhemmälle kuvaamiselle. Regnardin kuvaus perustui pitkälti Schefferuksen esittämiin tietoihin (Lehtola 1997), mutta sisälsi myös omakohtaisia kokemuksia saamelaiden mieltymyksestä väkijuomiin ja saamelaisnaisten suloudesta ja siveellisyydestä. Nykyisillä saamelaiden alkoholisuhdetta korostavilla matkailukuvauksilla ja -muodoilla (ks. Länsman 2004) on siten pitkä historia, ja esimerkiksi italialainen matkailija Giuseppe Acerbi (1984) totesi paikallisilla (”lappalaisilla”) olevan kolme mielihalua: viina, viina ja viina. Samaa kuvaamisen tapaa uusinnetaan television viihdeohjelmissa, mainonnassa, matkamuistoissa ja Lapinkasteen alkoholiryöpyissä (Saarinen 1999).

Alkuperäiskulttuurien kuvaamiseen on länsimaissa liittynyt kiinteästi myös alkukantaisuuden,

”villeyden” ja niihin kytketyn seksuaalisuuden korostaminen (Miles 1994: 33, 47). Näin on tehty saamelaidenkin kuvaamisen yhteydessä. Vaikka esimerkiksi Regnard (1982: 94) toisaalla yleistää, että ”kaikki Lapin miehet ja naiset ovat erittäin rumia ja muistuttavat apinoita”, hän onnistuu kuitenkin samalla mystifioimaan ja erotisoimaan saamelaisnaisen. Englantilainen Sir Henry George Liddell puolestaan laivasi 1700-luvun lopulla kaksi nuorta saamelaisnaista (viiden poron kera) mukanaan Englantiin näytettäväksi (Hirn & Markkanen 1987). Tämä vastaa ”hottentottien” (*khooiden*) Venukseksikin nimitetyn Sara Baartmanin kuljetusta näytteille Etelä-Afrikasta Lontooseen vuonna 1810 (ks. Holmes 2006).

Yhteistä varhaisille ja nykyisille saamelaisuuden kuvauksille – muodostuivatpa ne matkakirjallisuuden, elokuvien, mainonnan tai matkailun ohjelmajalustojen kautta – on saamelaisuuden rakentaminen erilaisuutena ja toiseutena kuvaajan oman kulttuurin kautta perustuen pitkälti historiallisesti tuotettuihin myytteihin ja uskomuksiin. Lapinkasteessa seksuaalisuus ilmenee kertomusten ja vihjailujen sekä poronsarviuutteen tehon korostamisen ja kuvauksen kautta. Ohjelmajalustan lopuksi turisti saa vierailustaan usein materiaalisien muistojen, esimerkiksi nimellään varustetun (Lapin) kastetodistuksen.

Lapinkasteen kautta matkailutalous tuottaa saamelaisuutta ja paikallisuutta pääosin menneisyyden ja historiallisesti rakentuneen matkailun ja paikallisuuden kohtaamisen kautta. Tässä mielessä menneisyydellä ei ole vain ajallinen ulottuvuus, vaan sillä voi olla myös maantieteellinen sisältö ja kytkös tiettyyn tai tietynkaltaiseen paikkaan; modernin elämäntavan hävittävä alkuperäisyys, alkukantaisuus ja aitous ovat ikään kuin edelleen löydettävissä kaukaisista periferioista (Knuutila 1994: 125). Tämänkaltaisen menneisyyden matkailullisen tuottamisen vaarana on paikallisuuden ja paikalliskulttuurien museointi viehättäväksi matkakohteiksi (ja -tuotteiksi) palvelemaan ensisijaisesti alueen ulkopuolisia tarpeita.

Toisaalta aiemmin on esitetty, että matkailu muuttaa paikallisuutta. On huomattava, ettei paikallisuus ole luonteeltaan staattista vaan jatkuvassa muutoksessa. Zygmunt Bauman (1996: 268) onkin viitannut siihen, ettei paikallisuutta ja aitoutta voi olla ilman ulkopuolisuutta ja epäaitoa: ”Jotta traditio nähtäisiin ja nimettäisiin (...), uusien tuulien täytyy ensin haastaa traditio.” Tämä on ymmärrettävää, mutta kulttuurisen kestävyysnäkökulmasta on kokonaan eri asia hyväksyä se, että paikallisuus ja paikalliset traditiot alkavatkin mää-

rittä yksipuolisesti haastajan – tässä tapauksessa matkailutalouden – kautta ja ehdoilla. Kysymykset paikallisuuden muutoksesta tai pysyvyydestä sekä niiden kautta rakentuneiden paikallisuuden kuvausten hyväksyttävyydestä ovatkin viime kädessä sidottuja vallankäyttöön.

Lapinkaste ja sen eri elementit tuottavat ja uudelleen kuvaavat, representoivat, Lappia *etnisenä maisemana*, jonka merkitykset ovat pitkälti tuotetuja ulkopuolisen katseen kautta perustuen muun muassa matkakirjallisuuden ja matkailumainonnan kuvauksiin saamelaisuudesta. Matkailussa paikallisuus ja sitä määrittävät aitouden piirteet ovat useimmiten konstruoituja jäsenyten ensisijaisesti matkailun ja matkailijoiden tarpeiden, kulttuurihistorian ja kokemusten kautta (ks. Boorstin 1973; Wang 1999). Kriittisesti tulkittuna Lapinkasteen kautta avautuvassa etnisessä maisemassa on kyse paikallisuuden (saamelaisen identiteetin) *kestämättömydestä* hyödyntämisestä. Tämänkaltaisesta tilanteesta ulospääsemiseksi on matkailutaloudessa ja -politiikassa viime vuosina ryhdytty korostamaan paikallisuuden laajempaan huomioimista aluekehitystyössä.

Paikallisuuden “strateginen” nousu

Kansainvälisessä matkailun tutkimuksessa ja matkailupolitiikassa on korostettu paikallisuuden merkitystä ainakin jo 1990-luvun vaihteesta lähtien (ks. Urry 1990). Matkailupolitiikassa paikallisuuden painotuksen muuttuminen ilmenee esimerkiksi tarkastelemalla viime aikaisia kotimaisia matkailustrategioita. Edellinen vuoteen 2000 tähännyt valtakunnallinen matkailustrategia korosti Suomen olevan luontopainotteisen aktiivilomailmaa (Kauppa- ja teollisuusministeriö 1996), jota työ- ja kulttuurimatkailu lähinnä täydentävät (Vuoristo 1998). Matkailun edistämiskeskuksen johtaja Jaakko Lehtonen (1999: 3) kommentoi nimityksensä jälkeen tuoreeltaan strategian luontomatkaileu-painotusta korostamalla tarvetta monipuolistaa Suomen matkailullista kuvaa, tai muutoin ”asiakkaat harvenevat.” Vuonna 2006 julkaistu Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 kirjaaikin maan vahvuudeksi puhtaan luonnon rinnalle ”omaperäisen suomalaisen kulttuurin”: ”Suomi on Euroopan huipulla; houkutteleva ja helposti saavutettava työ- ja vapaa-ajan matkailumaa, jossa yritykset menestyvät tarjoamalla elämyksiä eri vuodenaikoina hyödyntäen puhdasta luontoa, suomalaista kulttuuria ja kestävä matkailun periaattein rakennettuja matkailukohteita.” (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006: 14, 19).

Näin luonto, paikalliskulttuuri (”suomalaisuus”) ja kestävyys korostuvat yhdessä ja ikään kuin tasavertaisina tekijöinä, eivätkä ”työ- ja kulttuurimatkailu” ole enää alistaisia luontoon perustuvan matkailun kehittämistavoitteille. Vastaavat painotukset ovat läsnä myös monissa alueellisissa matkailun kehittämissasiakirjoissa, kuten Lapin matkailustrategiassa (ks. Lappi... 2003).

Nykyisille matkailustrategioille yhtenä keskeisenä yhteisenä nimittäjänä yhdessä kestävyuden ja teemapohjaisen kehittämisen kanssa on tavoite kohdistaa kehittämistoiminta matkailukeskuksiin. Käsitteenä matkailukeskus on monimerkityksellinen (ks. Saarinen 2004). Yksinkertaistetusti strategioissa sillä viitataan kapasiteetiltaan suurehkoihin useiden matkailuyritysten muodostamiin suhteellisen rajattuihin aluekokonaisuuksiin, joissa yritykset ovat tavalla tai toisella (esimerkiksi markkinoinnissa) verkostoituneet keskenään. Tässä mielessä esimerkiksi Saariselkä, Levi ja Ylläs ovat matkailukeskuksia, mutta eteläisessä Suomessa myös suuret kaupungit voidaan ”strategisesti” ymmärtää sellaisiksi. Matkailukeskusten kehittämisellä pyritään synnyttämään ”kriittistä massaa” (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006: 23) ja rajallinen julkinen tuki on tarkoitus kanavoida ensisijaisesti matkailukeskusten kehittämiseen (ks. Lappi... 2003: 32).

Varsin yleisesti katsotaan, että matkailukohteiden kehitys samankaltaistaa matkailualueita yhä enemmän toisiaan muistuttaviksi ja/tai matkailijoiden lähtöalueiden kaltaisiksi (ks. Relph 1976). Suomen Lapistakin löytyy 1990-luvun vaihteen nopean kehityksen jäljiltä muun muassa tiivistä ja lähiömäistä lomaosakkeiden rivitalorakentamista sekä tirolilaistyyppisiä ja keskieuropalaiseen rakennusperinteeseen viittaavia fasadeja (ks. Hautajärvi 1995), joita uusi 2000-luvun kansainvälisen matkailun nousukausi on tuonut keskuksiin kasvavalla vauhdilla lisää. Toisaalta matkailukeskusten kasvaessa ja muuttuessa ne alkavat erottautua ympäröivästä aluerakenteesta paitsi ulkonaisesti myös toiminnallisesti ja kulttuurisesti. Tähän erilaistumiseen viitataan enklavisaation käsitteellä (ks. Britton 1982; 1991; Edensor 1998); tällöin konventionaalisen matkailun luomat suuret keskukset ovat eriytyneet kohdealueen paikallisuudesta ja alkuperäisen paikallisyväestön arkielämästä ja (alue)taloudesta.

Nämä kaksi näkökulmaa – alueellinen samankaltaistuminen ja erilaistuminen – eivät ole toisiaan poissulkevia prosesseja, vaan pikemminkin saman kolikon eri puolia. Matkailukohteiden samankaltaistuksessa suhteessa muihin kohteisiin ja matkailijoiden lähtöalueisiin ne myös erottautuvat

rakenteellisesti, toiminnallisesti ja sosiaalisesti ympäröivästä aluerakenteesta (Saarinen 2004). Tällöin paikallisyväestön ja -kulttuurin näkökulmasta odotetut ja edellä mainituissa strategioissakin korostetut myönteiset aluetaloudelliset heijastusvaikutukset voivat jäädä toteutumatta tavoitellulla tavalla (ks. Kauppila 2004). Matkailun kehittämistoiminnan ja julkisen tuen kanavoiminen pääosin keskusten kautta tapahtuvaksi voikin olla ristiriidassa strategioissa esille tuotujen kestävän matkailun periaatteiden kanssa. Tämä tosin riippuu siitä, mitä kestävällä matkailulla tarkoitetaan ja mihin sillä viime kädessä pyritään. Kestävä matkailu määritellään esimerkiksi ”taloudellisesti elinkelpoiseksi matkailutoiminnaksi, joka ei kehittyessään tuhoa niitä resursseja, joista matkailutalouden tulevaisuus riippuu, erityisesti fyysisistä ympäristöä ja kohdealueiden yhteisöjen sosiaalista rakennetta” (Swarbrooke 1999: 13).

Edelläkuvatun kaltaiset määritelmät edustavat valitsevaa matkailukeskeistä näkökulmaa kestävyysteen. Tällöin kestävän matkailun tavoitteeksi muodostuu matkailun resurssiperustan turvaaminen. Samalla se pyrkii tukemaan matkailun oikeutusta hyödyntää toimintaympäristöään (Mowforth & Munt 1998) esimerkiksi verrattuna johonkin toiseen samoista resursseista kilpailevaan elinkeinon. Matkailukeskeinen kestävyys saattaa kuitenkin olla ristiriidassa kestävän kehityksen kanssa (Hunter 1995). Kestävä kehitys viittaa ensisijassa ihmisten ja yhteisöjen – ei yksittäisten elinkeinon tai taloudenalojen – tarpeisiin ja ekologisen, sosiaalisen ja kulttuurisen ympäristön hyödyntämiseen taloudellisesti niin, että se turvaa ihmisten ja yhteisöjen mahdollisuudet tyydyttää tarpeensa myös tulevaisuudessa (ks. WCED 1987; Spangenberg 2005).

Johtopäätöksiä: paikallisuus ja matkailutalouden muutostekijät

Huolimatta viime vuosien suunnittelu- ja kehityspaneeleiden paikallisuutta korostavasta ”retorisestä käänteestä” matkailun kehittämistä ja kestävyyttä pyritään strategisissa käytännöissä edistämään yhä edelleen varsin matkailu- ja keskusvetoisesti. Matkailukeskusvetoisessa kehittämisessä – yhdistyneenä matkailukeskeiseen kestävyysteen – paikallisuuden korostunut rooli palautuu pitkälti konventionaalisen matkailutalouden malliin. Samalla se todennäköisesti tuottaa strategioissa tavoitteena olevien teemapohjaisten tuotteiden kehittämisen (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006: 23) kanssa Lapinkasteen kaltaisia ohjelmalveluja, joiden yhteys paikallisuuteen on paitsi ohut myös mah-

dollisesti eettisesti ongelmallinen. Vaikuttaa myös siltä, että kestävyuden sijaan markkinoiden kansainvälistyminen ja kasvava kilpailu ovat edistäneet paikallisuuden ja siihen viittaavan kulttuurin korostamista matkailun kehittämistyössä.

Suomessa konventionaalisen matkailutalouden irrallinen asema muusta aluerakenteesta on tullut esille esimerkiksi alueellisissa matkailustrategioissa siten, että matkailun kehittämisen nähdään lähes poikkeuksetta kanavoituvan (suurten) matkailukeskusten kautta; toisin sanoen matkailukehityksen asemoidaan tapahtuvaksi nimenomaan keskuksissa, jotka voivat olla suhteellisen irrallisia syrjäseutujen muusta alueloudesta. Esimerkiksi Pekka Kaupilan (2004) väitöstutkimuksen mukaan Pohjois-Suomen suurimpien matkailukeskusten myönteiset talousvaikutukset ovat keskittyneet lähinnä keskusalueille.

Matkailun kehittämissasiakirjoissa ei myöskään oteta varsinaisesti strategista kantaa siihen, miten matkailukeskusten kehitys voisi mahdollisesti palvella laajemmin syrjäseutujen aluekehitystä ja ympäröivää aluerakennetta. Matkailun myönteiset aluetaloudelliset ja sosiaaliset vaikutukset eivät ohjaudu – ainakaan parhaalla mahdollisella tavalla – keskusten ulkopuolelle ja niissä toimiviin paikallisyhteisöihin. Tämä ei kuitenkaan ole välttämättä estänyt haitallisten vaikutusten heijastumista paikalliskulttuurin ja -talouden toimintaan.

Matkailun paikallisuuteen ja esimerkiksi tässä artikkelissa kuvatun Lapinkasteen kautta avautuvien poleemisten representaatioiden (ks. Moscovici 1988) tarkasteleminen onkin tässä mielessä tärkeää. Poleemiset paikallisuuden representaatiot viittaavat tilanteeseen, jossa matkailun, paikallisuuden ja paikallisyväestön vuorovaikutus perustuu enemmän tai vähemmän epätasarvoiselle vaihtosuhteelle (ks. Saïd 1993: 194–196). Tällöin esimerkiksi matkailun taloudelliset hyödyt siirtyvät laajemmille aluetasolle – eri alueille ja eri toimijoille – kuin matkailun negatiiviset seurausvaikutukset, jotka usein jäävät matkailun kohdealueille ja kohdistuvat paikallisiin ja alkuperäisiin sosiokulttuurisiin järjestelmiin (Greenwood 1989).

Konventionaaliseen matkailutalouteen ovat kuitenkin vaikuttamassa myös aidosti sitä haastavia prosesseja, joista eräitä keskeisimpiä ovat *globalisaatio* ja *uusi matkailu* sekä *kestävyyden* uudenlainen jäsentyminen syrjäseutujen matkailun aluekehitystyössä. Matkailutalouteen voimakkaasti vaikuttava globalisaatio ja siihen liittyvä kansainvälistyminen lisäävät kaikenlaisen matkailun, myös konventionaalisen massaturismin kaltaista tarjontaa ja kysyntää, mutta ne tuovat syrjäseuduille

myös uudenlaisia mahdollisuuksia ja asiakassegmenttejä. Uusien matkailijaryhmien tarpeiden tunteminen ja palveleminen edellyttävät aiempaa kehittyneempää liiketaito-osaamista, asiakastutkimusta sekä kestävyiden eri ulottuvuuksien hallintaa kohdealueilla. Erityisesti matkailutalouden globalisoituminen (syrjäseutujen yhä tiiviimpi sitoutuminen keskuksiin ja niissä tehtäviin päätöksiin sekä niissä sijaitseviin pääomiin, henkilöstöön ja osaamiseen) aiheuttaa sekä alue- että kestävän kehityksen näkökulmista haasteita menestymiselle.

Uuteen matkailuun viittaavien tekijöiden korostuminen liittyy monin osin matkailun kansainvälistymiseen ja globalisaatioon. Uusi matkailu korostaa ”aitoutta”, pienimuotoisuutta ja paikallisuutta sekä markkinoiden ja asiakkaiden tarpeiden aiempaa syvällisempää tuntemusta. Uusi matkailu viittaa kansainvälisessä matkailukehityksessä viime vuosikymmenen aikana voimakkaasti esillä olleisiin matkailun rakenteellisiin muutoksiin (Poon 1993). Tässä yhteydessä on erityisesti korostettu luontoon ja paikalliseen perinteeseen nojaavan matkailun voimakasta kasvua ja toisaalta massamatkailun suhteellisen merkityksen vähenemistä. Jälkimmäistä ei pidä tulkita niin, että massaturismin määrä vähenisi lähitulevaisuudessa; konventionaalinen matkailutalous tulee jatkossakin kasvamaan (ks. Honkanen 2004), mutta se saa rinnalleen yhä yksilöllisempiä, erottelevampia ja pienimuotoisempia matkailutoimintoja.

Matkailun kestävyiden uudelleen määrittäminen korostaa tulevaisuudessa paikallisuuden, primaarisen matkailutoiminnan ulkopuolisen paikallistalouden ja yhteisöjen hyvinvoinnin merkitystä sekä matkailun vaikutusten tuntemista, hallinnointia ja kanavoittoa palvelemaan aiempaa paremmin aluetaloutta ja ympäristöllisiä tavoitteita. Tämä edellyttää myös tutkimukseen perustuvan tiedon lisäämistä ja hyödyntämistä matkailun kehittämistyössä, mutta erityisesti matkailutalouden uudelleen asemointia aluekehityspuheessa. Nykyisessä matkailukeskeisessä kestävän matkailun kehittämisessä kysymys siitä, hyödynnetäänkö vai ei jotakin aluetta tai yhteisöä matkailullisesti, ei ole lähtökohtaisesti mahdollinen; kysymys on siitä, paljonko ja miten hyödynnetään (Saarinen 2006). Nämä kysymykset ovat käytännön kehittämistyön kannalta tärkeitä, mutta niiden ei voida tulkita perustuvan kestävän kehityksen mukaiseen ideologiaan (Sharpley 2000), johon nykyinen hegemoninen käsitys kestävästä matkailusta pyrkii kuitenkin retorisesti ja ajatuksellisesti nojaamaan.

Matkailulle on ilmiönä luonteenomaista paitsi ulkopuolisuus myös jatkuva muutos, jotka molemmat

vaikuttavat voimakkaasti matkailun paikallisuuskytkentöihin ja niiden luonteeseen. Matkailutalous edustaa aina jonkinasteista ja -suuntaista muutosta paikallisuudelle, mutta paikallisuus tai sen alkuperäisyys ja aitous eivät ole sisäsyntyisiä, tyhjiössä tuotettuja tekijöitä, vaan ne ovat rakentuneet ja rakentuvat suhteessa muihin paikkoihin, aluetasoihin ja kulttuureihin. Matkailukehityksen ja paikallisuuden vuorovaikutussuhteessa muutos itsessään ei olekaan keskeisin ongelma vaan haasteena on se, ketkä muutosprosessista ensisijaisesti päättävät ja miten se koetaan ja miten se näyttäytyy syrjäseutujen paikallisyhteisöjen näkökulmasta.

Tällöin on olennaista tutkia, onko paikallisyhteisöllä ja -kulttuurilla mahdollisuutta osallistua matkailutalouteen ja esimerkiksi vaikuttaa matkailun hyötyjen jakautumiseen tai matkailun tuottamiin paikallisuuden representaatioihin. Kysymys on siitä, kuka paikallisuutta tuottaa ja kenen ehdoilla ja miten tasaisesti matkailusta koituvat hyödyt ja haitat lopulta jakautuvat. Siten matkailun ja paikallisuuden problematiikassa onkin viime kädessä kyse kulttuurisista käytännöistä ja niihin kytkeytyvistä valtasuhteista, joiden kautta esimerkiksi saamelaiskulttuuria matkailussa esitetään. Tähän liittyen konventionaalisen matkailutalouden paikallisuus-suhteessa on vielä kehitettävää.

Lähteet

- Acerbi, G. (1984). *Matka Lapissa v. 1799*. WSOY, Porvoo.
- Alakiuttu, K. & Juntheikki, R. (1999). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Inarin kunnassa. Teoksessa Alakiuttu, K., Juntheikki, R., Saarinen, J. & Kauppila, P. (toim.) *Inarin kunnan matkailututkimus*, 3–43. Nordia Tiedonantaja 4/1999.
- Bauman, Z. (1996). *Postmodernin lumo*. Vastapaino, Tampere.
- Boorstin, D. (1973). *The image: a guide to pseudo-events in America*. Atheneum, New York.
- Britton, S. G. (1991). Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space* 9, 451–78.
- Burns, P. (1999). Paradoxes in planning: tourism elitism or brutalism? *Annals of Tourism Research* 26:2, 329–348.
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies* 1:1, 7–25.
- Butler, R., Hall, C. M. & Jenkins, J. (1998, toim.). *Tourism and recreation in rural areas*. John Wiley & Sons, Chichester.
- Cater, E. (1993). Ecotourism in the Third World: problems for sustainable development. *Tourism Management* 14:2, 85–90.
- Clarke, J. (1997). A framework of approaches to sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 5:3, 224–233.
- Edensor, T. (1998). *Tourists at the Taj: performance and meaning at a symbolic site*. Routledge, London.
- Getz, D. (1999). Resort-centred tours and development of

- the rural hinterland: the case of Cairns and the Atherton Tablelands. *The Journal of Tourism Studies* 10:2, 23–34.
- Gothus, O. M. (1973). *Pohjoisten kansojen historia: Suomea koskevat kuvaukset*. Otava, Helsinki.
- Greenwood, D.D. (1989). Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditisation. Teoksessa Smith, V. L. (toim.) *Host and guest: the anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Hall, C.M. (2000). *Tourism planning: policies, processes and relationships*. Prentice Hall, Harlow.
- Hall, C. M. (2005). *Tourism: rethinking the social science of mobility*. Pearson Education, Harlow.
- Hautajärvi, H. (1995). Lapin läänin matkailuarkkitehtuurin historia. Lisensiaattitutkielma, Oulun yliopisto, Teknillinen tiedekunta.
- Hirn, S. & Markkanen, E. (1987). *Tubansien järvien maa: Suomen matkailun historia*. Matkailun edistämiskeskus & Suomen matkailuliitto, Helsinki.
- Holmes, Rachel (2006). *The Hottentot Venus*. Random House, Bloomsbury.
- Honkanen, A. (2004). Menneisyyden nykyisyys: postmodernit matkailuteoriat ja vapaa-ajan muutokset eräissä Euroopan unionin jäsenvaltioissa vuosina 1985 ja 1997. Keskustelua ja raportteja 5, Matkailualan verkostoyliopisto.
- Hunter, C. J. (1995). On the need to re-conceptualize sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism* 3:3, 155–165.
- Järviluoma, J. (2006). Turistin luonto. Lapin yliopistopaino, Lapin yliopisto.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö (1996). Suomen matkailustrategia vuoteen 2000. *KTM Julkaisuja* 3/1996.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö (2006). Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. *KTM Julkaisuja* 21/2006.
- Kauppi, P. (2004). Matkailukeskusten kehitysprosessi ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla: esimerkkeinä Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs. *Nordia Geographical Publications* 33:1, 1–260.
- Knuuttila, S. (1994). *Tyhmän kansan teoria: näkökulmia menneestä tulevaan*. SKS, Helsinki.
- Lappi: elämänvoimaa – Lapin matkailustrategia 2003–2006 (2003). Lapin liitto, julkaisu 10 A.
- Lehtola, V.-P. (1997). *Saamelaiser: historia, yhteiskunta, taide*. Kustannus-Puntsi, Inari.
- Lindberg, K., McCool, S. & Stankey, G. (1997). Rethinking carrying capacity. *Annals of Tourism Research* 24:2, 461–465.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism* 11:6, 459–75.
- Länsman, A.-S. (2004). *Väertisuhteet Lapin matkailussa*. Kustannus-Puntsi, Inari.
- Mbaiwa, J. E. (2005). Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management* 26:2, 157–172.
- McCool, S., & D.W. Lime (2001). Tourism carrying capacity: Tempting fantasy or useful reality. *Journal of Sustainable Tourism* 9:5, 372–388.
- Miles, R. (1994). *Rasismi*. Vastapaino, Tampere.
- Moscovici, S. (1988). Notes toward a description of social representations. *European Journal of Social Psychology* 18:2, 211–250.
- Mowforth, M. & Munt, I. (1998). *Tourism and sustainability: a new tourism in the Third World*. Routledge, London.
- Myllyniemi info (2006). Myllyniemessä lomailu. 28.11.2006, <http://netti.nic.fi/~kutuloma/info.htm>
- Mäkinen, V. (1976). *Lapin matkailutieto*. Suomen matkailuliitto, Helsinki.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive Strategies*. CAB International, Wallingford.
- Regnard, J.-F. (1731/1982). *Retki Lappiin*. Otava, Helsinki.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. Pion, London.
- Saarinen, J. (1999). Representations of indigeneity: Sami culture in the discourses of tourism. Teoksessa Sant, P. M. & Brown, J. N. (toim.) *Indigeneity: constructions and representations*. Nova Science Publishers, New York.
- Saarinen, J. (2004). "Destinations in change": the transformation process of tourist destinations. *Tourist Studies* 4:2, 161–179.
- Saarinen, J. (2005). Matkailu, kestävyys ja syrjäseutujen aluekehitys. Teoksessa Kangas, K. Siikamäki, Juntheikki, Kauppi, R. & Saarinen, J. : *Luonto, matkailu ja aluekehitys*. Naturpolis Tutkimuksia 2/2005, 119–136.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research* 33:4, 1121–1140.
- Säid, E.W. (1993). *Culture and imperialism*. Knopf, New York.
- Schefferus, J. (1963). Lapponia: eli Lapin maan ja kansan uusi ja todenmukainen kuvaus. Karisto, Hämeenlinna.
- Selänniemi, T. (1996). *Matka ikuisen kesään*. SKS, Helsinki.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism* 8:1, 1–19.
- Spangenberg, J. (2005). Will the information society be sustainable? Towards criteria and indicators for sustainable knowledge society. *International Journal of Innovation and Sustainable Development* 1:1, 85–102.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. CAB International, Oxon.
- Tacitus (1976). *Germania*. Gaudeamus, Helsinki.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. Sage, London.
- Vahtola, J. (1983). Maailmanmatkajia Lapissa. Teoksessa *Lappi I*. Karisto, Hämeenlinna.
- Vuoristo, K.-V. (1998). *Matkailun muodot*. WSOY, Porvoo.
- Wall, G. (1982). Cycles and capacity: incipient theory of conceptual contradiction? *Tourism Management* 3:3, 188–192.
- Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research* 26:2, 349–370.
- WCED (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford.
- Wolfe, R. I. (1983). Recreational travel, the new migration revisited. *Ontario Geography* 19:1, 103–124.
- WTO (1993). *Sustainable tourism development: guide for local planners*. Madrid: WTO.
- Ympäristöministeriö (2002). Ohjelma luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämiseksi. *Suomen ympäristö* 535, 1–48.