

Kuluttava matkailija ja kestävä kehitys – mahdollisuuksia vai mahdottomuuksia?
Sosiologinen näkökulma matkailun kestävään kehitykseen

Katja Kastinen
Jyväskylän Yliopisto
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
sosiologia
Pro gradu –tutkielma
heinäkuu 2006

TIIVISTELMÄ

Katja Kastinen: Kuluttava matkailija ja kestävä kehitys – mahdollisuuksia vai mahdottomuuksia? Sosiologinen näkökulma matkailun kestäväan kehitykseen

Pro gradu -tutkielma: 102 sivua + 2 liitesivua
Jyväskylän yliopisto
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Sosiologia
Ohjaajat: Jorma Pohjanen ja Kaj Ilmonen
Heinäkuu 2006

Tutkielman tarkoituksena on kartoittaa keskustelua matkailun kestävästä kehityksestä. Matkailuhan on mittavimpia teollisuudenaloja globaalissa maailmassa ja vihreät arvot ovat vahvasti esillä. Matkailun kestäväa kehitystä määritelläänkin kovin erilaisista tulkinnoista käsin.

Sosiologisessa matkailututkimuksessa on laajasti tutkittu yksilön tarvetta kokea matkaelämyksiä. Esittelen työssäni Urryn (2002) ja Selänniemen (1996) tutkimuksia arjen vastavoimasta eli matkan liminaalitalasta, habituksen eksplikointiin liittyvästä distinktiivisyydestä (massa-, anti ja postturismin suhdetta pohtineet Jokinen ja Veijola), MacCannellin analysoimasta aitouden etsinnästä, esimerkiksi Smithin tutkimasta ”*guests ja hosts*” –suhteesta sekä Rizerin ja Liskan mcdonaldisaatio-teesistä matkailussa. Näistä tieteenalakohtaisista traditioista käsin jäsenän matkan monimerkityksellisyyttä.

Kestäväan kehityksen matkailussa Mowforthin ja Muntin (1998) lisäksi tukeudun kansainvälisten järjestöjen kuten Yhdistyneiden Kansakuntien, *World Tourism Organizationin* ja *World Wildlife Fundin* määritelmiin. Lisäksi suomalaisesta keskustelusta nostan esille Reilun matkailun yhdistyksen puheenjohtajan Mari Meron sekä Aurinkomatkojen Tom Selänniemen ajatuksia. Kestäväan kehityksen määrittämisessä olen erityisesti perehtynyt Adamsin (2001) kirjaan *The Green Development*.

Matkailua ja kulutusta ei voi erottaa toisistaan. Beckin (1999) mukaan kuluttajan valinnat ja valitsematta jättämiset ovat ”väline” vaikuttaa ja siten liittyvät oleellisesti demokratiaan. Matkailussa ilmiö nimeltä viherpesu aiheuttaa päänvaivaa oikeudenmukaisuudesta kiinnostuneelle kuluttajalle. Erityisesti kehitysmaamatkailussa – missä matkailuun käytettävistä varoista noin 50 % palautuu takaisin länsimaihin mutta turismin negatiiviset seuraukset jäävät kohteeseen – on sosiaalinen ja ekologinen kestävyys erittäin haasteellista. Lähestynkin turismia MacCannellin pohjalta: turismitutkimus on myös modernin yhteiskunnan rakenteellisuuden analyysiä. Tällaista ajatusta tukee myös riippuvuus-teoria.

Avainkäsitteet:

liminaali, distinktiojärjestelmät, aitous, konsumerismi, turismitoollisuus, modernisaatio, riippuvuus-teoria, matkailija kuluttajana, viherpesu, sosiaalinen oikeudenmukaisuus

Johdanto	5
1. Turismiteollisuus - käsitteitä ja lukuja	9
2. Matkailun historiaa ja nykypäivää	13
3. Miksi matkustaa? Teoreettisia turismisosiologian näkökulmia	18
3.1. Matkan liminaalitila työn ja arjen vastavoimana	19
3.2. Distinktiojärjestelmät ja habitus	22
3.2.1. Massa-, anti- ja postturismi	23
3.2.2. Identiteetin rakentaminen ja elämäkokemusten keräily	27
3.3. Matkailija aitouden etsijänä	30
3.3.1. Aitous ja ” <i>sight-seeing</i> ”	31
3.3.2. Aitous ja ” <i>life-seeing</i> ”	33
3.3.3. Merkitsijä eli ” <i>marker</i> ” kulttuurisena osoittajana	36
3.3.4. Aitouden dilemmissuus	38
3.4. Uteliaisuus toiseuteen: ” <i>guests and hosts</i> ”-suhde	40
3.5. Kuluttajamatkailija mcdonaldisaatiossa	43
4. Kestävä kehitys – teoreettista ja historiallista taustaa	49
4.1. Kestävän kehityksen turismi	53
4.1.1. Ekoturismi	55
4.1.2. Reilun matkailun aate	59
4.1.3. Kulttuuriperintö	63
4.1.4. Alkuperäisväestön asema	64
4.2. Kritiikkinä ”viherpesu”	67
5. Kansainvälisiä järjestöjä matkailun ja kestävyuden määrittelyssä	69
5.1. Suuria kehitysagentteja	71
5.1.1. Esimerkkinä <i>World Tourism Organization</i>	74
5.2. Ruohonjuuritason toimintaa	76
5.2.1. Esimerkkinä <i>World Wildlife Fund</i>	79

6. Globaali matkailuteollisuus	83
6.1. Globalisaatio	84
6.2. Turismiteollisuus ”riippuvuus-teorian” valossa	86
7. Yhteenveto	89
Liitteet	95
Matkailualan järjestöjä	
Lähteet	97

Johdanto

Matkailuun liittyvien elämysten etsintä kuuluu länsimaiseen kulutuskäyttäytymiseen. Turismi on maailman mittavampia teollisuudenaloja ja turismiteollisuudella on laajat vaikutuksensa kohdemaihin. Matkailu edustaakin globalisaatiota konkreettisimmillaan. Matkailussa eivät ainoastaan liiku pääomat ja investoinnit, vaan myös ihmiset. Ensimmäisessä luvussa tarkastelen turismin peruskäsitteitä, turismivirtojen rakenteellisuuksia sekä matkailusektoria työllistäjänä. Toinen luku käsittelee matkailun kehittymistä ja nykypäivää.

Sosiologisessa tutkimuksessa käydään keskustelua matkailun tilasta ja kehittämisestä. Perinteisesti on tutkittu matkailijan tarvetta päästä hetkeksi pois palkkatyöstä ja arjen normatiivisista kontrollimekanismeista. Tom Selännien (1996) ja John Urryn (2002) mukaan tällaisessa matkan liminaalitulassa unohdetaan arjen stressitekijät ja heittäytyään vapaamielisyyden hurmaan virkistäytymään ja kokemaan uutta. Koti-identiteetin ja työmoraaalin kurinalaisuus jää taakse, kohteessa ollaan vain käymässä, ja siksi matkalla luodut sosiaaliset kontaktit mielletään vapaammiksi kuin arjen normatiivisessa kontrollissa. Mainonta myy matkakohteita eksoottisina ja fantasianomaisina, mikä osaltaan korostaa romanttista toiseutta sekä vastapainoa arjen ja työn rutiinimaisuuteen. Matkailu onkin hyvin valikoivaa ja siihen liittyvät distinktiojärjestelmät ovat kiinnostaneet sosiologeja. Suomalaisista tutkijoista Eeva Jokinen ja Soile Veijola ovat perehtyneet massa-, anti- ja postturismin keskinäiseen suhteeseen. Eliitin ja tavallisen kansan matkakohteet sekä matkustusmieltymykset ovat hyvin erilaisia. Erottautumista korostetaan. Matkakohteiden valinnat ja niihin liittyvä ”hyvä maku” ja ”huono maku” liittyvät habituksen ilmaisuun ja ilmentämiseen. Erottautumisen ja yhteenkuulumisen kautta rakennetaan sosiaalisia identiteettejä, ja matkailuun liittyvissä kokemuksissa etsitään ja todistetaan omaa asemaa sekä kehitetään sitä. Matkailija etsii myös aitoutta ja syvempiä kokemuksia. Dean MacCannellin (1999) mukaan aitoutta etsitään julkisivun takaa löytyvästä Goffmanin nimeämästä ”*back stage*”. Tämän (semioottisen) lähtökohtaisuuden mukaan ”*sight seeing*” ja ”*life seeing*” noudattavat pitkälti samaa strukturalistista kaavaa, kuin maallistuneen pyhiinvaeltajan tarve kokea ja nähdä tietty paikka. Osa sosiologeista kokee matkailututkimuksen keinotekoiseksi, jos tutkimuksessa unohdetaan paikalliset ihmiset. Vieraiden ja paikallisten suhdetta (*hosts and guests*) on käsitelty muun muassa Valentine

L. Smith (2001). Idealistisimmat tämän näkökulman edustajat korostavat uusien tapojen kohtaamisen ja erilaisuuden yhteyttä suvaitsevaisuuteen ja maailmankuvan laajenemiseen. Turismin aikaansaamat ongelmat jäävät kuitenkin kohteeseen ja paikallisten kokemukset turismista voivat olla hyvin paljon kriittisempiä kuin turistien. Osa yhteiskuntatieteilijöistä kritisoikin turistista aitouden kaipuuta. Turisti etsii matkallaan samankaltaisia turvallisia rutiineja ja rakenteita kuin omasta arkielämästä. George Rizerin (1997) ja Benjamin R. Barberin (1996) mukaan mcdonaldisaatio ja konsumerismi (eng. *consume* = kuluttaa, käyttää) edustavat länsimaisia kulutusta ihannoivia arvoja, jotka valloittavat maailmaa niin globalisaatiossa kuin matkailussakin. Kolmannessa luvussa tarkastelen sosiologisia lähtökohtia ihmisen kiinnostukselle kokea matkaelämyksiä ja näihin teemoihin sopivia tapaustutkimuksia. Lisäksi nämä lähtökohdat tarjoavat turismisosiologian peruskäsitteistöä ja välineitä keskusteluun turismin tilasta ja tulevaisuudesta, eli ne liittyvät perustavanlaatuisesti matkailun kestävään kehitykseen.

Matkailusosiologian yhteiskunnallista relevanssia lisää aikalaisdiagnostikkojen – mm. Zygmunt Baumanin ja Ulrich Beckin - käyttämä ”matkalla olo” metaforana kuvaamaan yksilön positiota globalisoituvan maailman muutoksessa. Kun esimerkiksi elämänkaaren pituisen työsuhteen itsestänselvyys on alkanut kyseenalaistua, perinteiset ajattelukaavat joutuvat mukautumaan ennustamattomuuteen ja rakenteelliset ehdottomuudet alkavat ”haihtua ilmaan”. Elämän kulkua verrataan matkalla olemiseen, varmuus on vaihtunut epätietoisuudeksi. Tällainen epävarmuus on sekä ahdistavaa että mahdollistavaa: juuri uteliaisuus ja kyky mukautua ovat vieneet ihmisen evoluutiota eteenpäin. Dean MacCannell (1999) korostaakin, että turismitutkimus on myös hyvin pitkälle modernisaation tutkimista. Kukapa edustaakaan osuvammin modernien arvojen levittäjää kuin turisti? Turistiset kokemukset ovat lähinnä länsimaisille kansalaisille ja kehitysmaiden eliitille.

Sosiologinen turismitutkimus on selkeästi painottanut länsimaisen matkailijan tuntemuksia. Matkailu on maailman mittavimpia elinkeinoja, jossa kiinnostus omatoimisuuteen ja aina vain eksoottisempiin kohteisiin kasvaa. Vuosittain kehitysmaihin matkustaa *World Wildlife Fundin* internet-sivujen mukaan noin 160 miljoonaa turistia. Valtaosa heidän käyttämistään rahavirroista palautuu kuitenkin takaisin länsimaihin, mutta massaturismin mukanaan tuomat ongelmat kuten luonnon roskaantuminen, jätevedet, seksiturismi yms. kasvattavat ongelmia kohteessa. ”Reilun matkailun” aate suosiikin paikallisia matkailuyrittäjiä

ylikansallisten yhtiöiden sijaan, jotta matkailun tuoma hyöty kohdemaahan ei jäisi näennäiseksi. Ekomatkailu huomioi luonnon kantokyvyn ja pyrkii matkailussa kestäväan kehitykseen. Neljännessä luvussa käsittelen tällaisia uusia käsitteitä, jotka pyrkivät asettamaan etusijalle luonnon ja paikallisväestön oikeudet. Näitä on myös kritisoitu niin idealismista kuin teennäisyydestä ja käytännön toteutuksen vaikeuksista. Kestävän kehityksen matkailun näkökulmassa tukeudun sosiologisten teorioiden lisäksi kansainvälisten järjestöjen toimintaan ja määritelmiin kahdesta syystä. Ensinnäkin, tällaiset järjestöt pyrkivät opastamaan matkailijoita antamalla ohjeistuksia käytännön tilanteisiin. Toiseksi, turistin tuntemuksia oleellisempaa ovat turismin seurannaisvaikutukset kohteessa, ja järjestötoiminta pyrkii yhteistyöhön paikallisten tahojen kanssa. Esittelen muutamia merkittäviä matkailualan kansainvälisiä järjestöjä viidennessä luvussa.

Kestävä kehitys tarkoittaa yksinkertaisimmillaan kehitystä, joka kestää tuleville sukupolville. Hankalaksi käsite muuttuu siinä vaiheessa, kun pohditaan *miten* tällaista kehitystä toteutetaan ja *keiden* näkökulmat, versiot ja intressit osallistuvat määrittämiseen. W. M. Adams (2001) sekä Martin Mowforth ja Ian Munt (1998) huomauttavatkin, että jo kehitys-käsite itsessään on kovin dilemmainen. Reformistisen teorian edustajat uskovat teknologian kykyyn tuottaa uusia sovellutuksia sekä markkinoiden kykyyn organisoida hyvinvointia. Radikaalin teorian edustajat puolestaan kritisoivat jo kehitys-käsitettä itsessään ja vaativat vaihtoehtoisia toimintatapoja. Kestävä kehitys onkin luonteeltaan hyvin poliittinen käsite, ja sen määrittämiseen osallistuvat suuret kehitysagentit kuten WTO, Maailman Pankki ja Yhdistyneet Kansakunnat sekä yksittäiset toimijat että kansalaisjärjestöt (NGO eli *non-governmental organization*). Kestävään kehitykseen liittyvässä keskustelussa nostetaan selkeästi esille paikallisten ihmisten tietous ja tarpeet. Valitettavasti tämä jää usein vain ”teoreettiseksi” toteamiseksi. Etsiessäni matkailun kestäväa kehitystä koskevia tutkimuksia, paikallisten ihmisten ääni on edelleenkin hyvin vaatimatonta, vaikka sellaisen tärkeyttä julistavat niin suuret poliittiset vaikuttajat kuin turismiteollisuus.

Koska turismissa käytettävät pääomat palautuvat hyvin pitkälle takaisin länsimaihin, tarkastelen kuudennessa luvussa globalisaatiota riippuvuus-teorian valossa. Yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa mm. Mowforth ja Munt (1998) sekä Burns (1999) ovat soveltaneet riippuvuus-teoriaa matkailuun. Tämän näkökulman mukaan kehitys ja kehittymättömyys eivät niinkään ole kansallisvaltioiden omia prosesseja, vaan perustuvat

pääomien globaaleihin valtasuhteisiin. Pääomavirtaukset kasautuvat keskuksiin, pois periferioista. Tämän teorian valossa korostuu siis etelä-pohjoinen suhde ja sen eriarvoistavat taloudelliset rakenteet.

Varsinkin suomalaisessa kestävän matkailun kehittämiskeskustelussa yksilökeskeisen turismin ja massaturismin käsitteet on asetettu vastakkain. Esimerkiksi Aurinkomatkojen johtoportaan työskennelevä Tom Selänniemi puolustaa turismin kehittämistä massaturismikonseptin pohjalta. Hänestä toisenlaista ottilaa tavoittelevien matkailijoiden kiinnostus ja ymmärrys paikalliskulttuuria kohtaan on ohutta. Kun turistikohteet eristetään, vältetään kulttuurisia törmäämisiä turistin ja paikallisväestön kesken. Reilun matkailun yhdistyksen puheenjohtaja Mari Mero puolestaan korostaa matkailun epäoikeudenmukaisia rakenteita. Hänestä pienimuotoisessa matkailussa turisteilla on selkeämpi vaikutusmahdollisuus tukea paikallista yrittäjyyspohjaa. Itse pyrin käyttämään käsitteitä ”matkailu” sekä ”turismi” synonyymeinä. Koen yksilön ja massan erottelun olevan keinotekoisia, koska sosiaalisuus ja samanhenkisten seuraan hakeutuminen ovat oleellinen osa turismia. Matkailuun liittyy suuria tuntemuksia, jotka ovat aina yksilöllisiä, mutta jopa ainutlaatuisuutta etsiessään matkailija hakeutuu samankaltaistensa joukkoon. Kutsuipa turisti itseään matkailijaksi, turistiksi tai ”*travelleriksi*”, turistinen kokemus on luonteeltaan väkisinkin pinnallista: puhutaanhan planeetallamme tuhansia erilaisia kieliä, ja kulttuurin ja paikallisten tapojen ymmärtäminen alkaa kielen opettelusta. Se, minkälaisien tulkintojen ja merkitsijöiden kautta turisti määrittelee kokemuksiaan ja oikeuttaa käyttäytymistään, on oleellista matkailun kehittämisen mahdollisuuksille. Ekologisuutta markkinoiva mainos, jossa ”kaikki on okei”, kun länsimaiset turistit viettävät sikajuhlia trooppisella rannalla, ja paikallinen vain vilahtaa palvelijan asemassa eksoottisia drinkkejä kantaen, on yhdentyypinen oikeutus asioiden tiloille.

Pro gradu -tutkielmani tutkimuskysymys on siis: mitä tarkoittaa kestävä kehitys matkailussa? Tarkennan tätä yleistä ongelmaa seuraavilla osakysymyksillä: 1. ketkä edustavat kestävästä kehitystä matkailussa? 2. minkälaisista teoreettisista perusteista kestävästä kehitystä määritellään? 3. miksi kestävä kehitys liittyy matkailuun? 4. miten matkailija voi osaltaan vaikuttaa kestävään kehitykseen? 5. miksi matkailun kestävästä kehitystä kritisoidaan?

1. Turismiteollisuus - käsitteitä ja lukuja

Smith (2001) ja Selänniemi (1996) määrittelevät turistin henkilöksi, joka vapaa-ajallaan vapaaehtoisesti matkustaa pois kotiympäristöstään tarkoituksenaan kokea muutosta. Turismilla on lukemattomia ilmenemismuotoja niin kansainvälisessä kuin kotimaan sisäisessäkin matkailussa. Matka edellyttää osallistujilta aina kuitenkin kolmea peruselementtiä: vapaa-aikaa, riittävää tulotasoa sekä positiivisia sosiaalisia sanktioita. Ensimmäistä, eli vapaa-aikaa on työn ja kotiaskareiden ulkopuolelle jäävä aika, jolloin yksilöllä on mahdollisuus toteuttaa mielihalujaan. Toiseksi, matkailu mahdollistuu vasta, kun taloudellisia resursseja on sitä varten riittävästi, eli kun yhteiskunnallisen tuotannon taso on sellainen, että se mahdollistaa vapaa-ajan. Kolmanneksi, sosiaalisten sanktioiden (jotka ovat hiljaisia mutta vahvoja kulttuurisia konstruktioita ja jotka eroavat maantieteellisesti, ajallisesti ja sosiaalisesti) on oltava myötämielisiä matkailua kohtaan. Esimerkiksi ennen toista maailmansotaa puritaani etiikka suosi säästämistä pahan päivän varalle ja kulutusta paheksuttiin kerskaamisena. Aikamme länsimaaisessa arvomaailmassa puolestaan konsumerismista on tullut merkittävä identiteetin määrittäjä. Turismissa matka itsessään on kulutusta. Matkakokemuksien kautta määritellään omaa identiteettiä suhteessa muihin. Mitä kauemmas yksilö on matkustanut ja mitä enemmän hän matkustelee, sitä merkittävimpiä ”paras” ja ”huonoin kokemus” ovat status-asteikolla. Länsimaissa matkailuun liittyvät sanktiot ovat siis positiivisia, mutta myös kohdemaan ilmapiiri ja positiivinen suhtautuminen matkailuun kuuluvat avainelementteihin (Smith 2001, 15-23, Selänniemi 1996, 19-20).

Turismia harjoitetaan yksilöllisenä toimintana ja yksilöllisen eroavuuden kirjo on valtava. Siksi tyypittely ja tyypittelystä johdetut kausaalisuhteet ovat hankalia. Erilaisten yksilöiden toiminnasta syntyvällä turismiteollisuuden alalla on monta puolta ja muotoa liittyen ekologiseen, taloudelliseen ja kulttuuriseen muutokseen. Mowforth ja Munt (1998) suosittelivatkin turismin tarkastelua toimintana, joka helpottaa meitä ymmärtämään maailmaa ja ihmisten vuorovaikutusta planeetallamme erillisten osa-alueiden korostamisen sijaan. He nostavat esille ensimmäisen ja kolmannen maailman epätasaista ja eriarvoista kehitystä matkailussa kirjassaan ”*Tourism and Sustainability. New Tourism in the Third World*”. Matkailijoita ovat länsimaiset kuluttajat. Myös kehitysmaiden eliitti kykenee myös

osallistumaan matkailuun. Matkailijoiden tavoitellessa yhä eksoottisempia kohteita ”koskemattomat” kehitysmaat matkakohteina kasvattavat suosiotaan. Jos ”koskematon” tarkoittaa suojelematonta, matkailun vaikutukset alkavat näkyä kohteessa nopeasti. Kehitysmaamatkailuun yhdistetään usein negatiivisia asioita, kuten ympäristöllistä rappioitumista, taloudellisia ongelmia ja traditionaalisten kulttuurien vahingoittamista. Uusien turismimuotojen kuten ekomatkailun tai kestävän kehityksen turismin mukaan on tärkeää tunnistaa turistikohde käyttäytymisestä syntyvät massoitumisen ongelmat ja pyrkiä purkamaan niitä (Mowforth ja Munt 1998, 3-5).

Turismi on teollisuudenala ja tuottavaa liiketoimintaa. Turisti on samanaikaisesti sekä kuluttaja että tuote: tuote siis siinä mielessä, että turismiteollisuus luo turistin synnyttämällä halun matkustaa tiettyyn paikkaan tai pois kotimaasta mainonnan avulla. Kun tämä turismiteollisuuden välillinen tuote ryhtyy tyydyttämään tarvettaan matkustaa, hän ostaa turismiteollisuuden varsinaisia palveluja matkan ja matkakohteen palvelujen muodossa. Palveluja ovat esimerkiksi kaikki turistien kuljettamiseen, majoittamiseen ja viihdyttämiseen tarvittavat primaaripalvelut sekä sekundaaripalvelut joita ovat elintarviketuotanto turistialueilla, hotelli- ja ravintolien rakentaminen ja muut turismia ylläpitävät ja kehitettävät toimet, joihin turisti ei lomallaan ole suoranaisesti kosketuksessa. Turistikohde on yhdistelmä palveluista, kulttuurista, maantieteellisistä tekijöistä ja muista vähemmän selkeistä elementeistä, kuten vieraanvaraisuudesta, ilmapiiristä, etnisistä erikoisuuksista ja tavoista (Selänniemi 1996, 20).

World Wildlife Fundin internetsivujen mukaan (<http://www.wwf.fi>, päivitetty 8.11.2004) matkailu on yksi laajimmista elinkeinoista. Matkailu muodostaa 11 % maailman bruttokansantuotteesta ja matkailuun liittyviä työpaikkoja on maailmassa miltei 200 miljoonaa. Vuosittain matkailee planeetallamme yhteensä 800 miljoonaa turistia. Matkailun määrän onkin ennustettu kaksinkertaistuvan vuoteen 2020 mennessä. Noin viidesosa matkailusta suuntautuu kehitysmaihin. Vuosittain kehitysmaissa liikkuu yli sata miljardia euroa, joista suuri osa palautuu takaisin teollisuusmaihin.

World Trade Organizationin internetsivujen mukaan (<http://www.world-tourism.org>, päivitetty 12.12.2004) matkailu ja turismi ovat laaja teollisuudenala maailmassa 11.7 prosentilla maailman bruttokansantuotteesta (GDP). Matkailualan työpaikkojen osuus on 8 % kaikista työpaikoista. *World Tourism Organization* (WTO) julkaisee turismitilastoja 180

maasta. Miltei kaikki maailman maat ovat mukana vastaanottamassa ja / tai lähettämässä turismivirtoja. Yli 700 miljoonaa ihmistä toteuttaa ulkomaanmatkan vuodessa. Vuonna 1950 vastaava luku oli 25 miljoonaa. Sheller ja Urry (2004, 3) huomauttavatkin, että tällaisella liikkuvuuden kasvulla on merkittäviä vaikutuksia globaaliin ympäristöön – esimerkiksi hiilidioksidipäästöistä merkittävä osa on peräisin turismista ja lentoliikenteestä.

Valtaosa maailman turisteista on peräisin teollisuusmaista: 57 prosenttia Euroopasta ja 16 prosenttia Pohjois-Amerikasta. 80 prosenttia matkailijoista edustaa 20 lähtömaata. Länsimaiset matkanjärjestäjät määrittävät pitkälti turismiteollisuuden kehittämistä. Tällaiset järjestäjät ovat pitkälti kiinnostuneita lyhyen aikavälin tuotoista ja investointien tehokkuudesta. Suuri osa turismissa käytetystä rahasta palautuu takaisin lähtömaihin. Esimerkiksi Thaimaassa luku on 60 prosenttia. Kriitikot väittävätkin turismin edustavan imperialismin uutta muotoa (Mowforth ja Munt 1998, 48).

Matkailuteollisuus on pitkälti ylikansallisten (TNC = *Transnational Companies /Corporations*) yhtiöiden käsissä. Erityisesti kolme turismiteollisuuden osa-aluetta eli hotelliketjut, lentoyhtiöt ja matkanjärjestäjät ovat omistajuspohjaltaan ylikansallisia. Tällaisen pohjan ansiosta varsinkin kehitysmaissa ylikansalliset yhtiöt kykenevät kontrolloimaan turismia ja matkailuaktiviteettejä sopimuksilla, jotka sijoittavat minimimäärän pääomaa kohdemaan kehittämiseen. Tällaista kontrollia Mowfort ja Munt (1998) kutsuvat teollisuuden vertikaaliseksi integraatioksi: suuri osa turistien rahoista, joilla ostetaan kohdemaassa palveluja ylikansallisilta yhtiöiltä, palautuu takaisin länsimaisten omistajien käsiin. Omistajuspohjan ja kontrollin takia hyödyt valuvat takaisin rikkaisiin teollisuusmaihin. Pääomavirtojen mittaaminen ja määrittely on hyvin hankalaa, mutta Mowforth ja Munt arvioivat, että keskimäärin jopa noin 50 % kehitysmaatmatkailussa käytetystä rahasta palautuu takaisin länsimaihin.

Sellaiset turistit, jotka ostavat palvelunsa kohdemaasta ja ovat kiinnostuneita tukemaan paikallista yrittäjyyttä, tasoittavat tällaisia matkailuteollisuuden epäkohtia. Eettiset kysymykset kiinnostavat matkailijoita siinä määrin, että suuretkin matkanjärjestäjät ovat kysynnän takia alkaneet solmia sopimuksia paikallisten organisaatioiden ja yhtiöiden kanssa. Näin jopa turisti, jonka loman tarkoitus on puhtaasti hedonistinen, voi olla osallisena tukemassa yrittäjyyden paikallisia rakenteita. Kuluttajien kiinnostus ja tietous

ovat keskeisiä tekijöitä, kun järjestäjät miettivät investointien kannattavuutta pitemmällä tähtäimellä (Mowforth ja Munt 1998, 191-193).

2. Matkailun historiaa ja nykypäivää

Esimodernissa omavaraistaloudessa työnjako oli vähäistä ja taloudellinen vaihdanta rajoittunutta. Kulkuyhteydet olivat kehnot ja kylän piiri oli ihmisille hyvin pitkälle maailmankuvan raja. Teollistumisen seurauksena paikallisyhteisöjen merkitys heikkeni ja ihmiset alkoivat mieltää itseään kansalaisina, osana laajempaa kokonaisuutta: parantunut liikenne ja rautatieverkoston rakentaminen osana industrialismin nousua muuttivat myös ihmisten maailmankuvaa ja irrottivat heidät talonpoikaisen elämäntavan verkkaisesta rytmistä. Suomessa luontoelämyksillä korvattiin historian puute ja isänmaantunnetta rakennettiin romanttisella maisemallisuudella. Taiteilijat ja kirjailijat alkoivat nähdä maisemassa uusia, esteettisiä arvoja. Luontoon alettiin suhtautua kuluttajina: sen pariin alettiin järjestää retkiä ja patikkamatkoja, vastakohtana aikaisemmalle luontosuhteelle – elinkeinon lähteelle (Karisto, Takala & Haapola 1997, 131, 141-145). Soile Veijola (1988) nimeää tuon ajan tunnetuimmaksi suomalaiseksi ”kulttuurituristiksi” Elias Lönnrotin, joka rakensi suomalaisuuden historiallisia ja kulttuurisia juuria Kalevala-materiaalia kerätessään. Mahdollisuus liikkua ja matkustaa oli kuitenkin pitkään vain eliittiä varten (Veijola 1988, 21).

Jokaisen ihmisryhmän jäsenet aboriginaaleista post-teolliseen toteuttavat liikkumista jossain muodossa. Matka voi olla henkistä hiljentymistä, sukulaisissa vierailua, huvitustapahtumien etsimistä tai uteliaisuutta toisenlaisia elintapoja kohtaan. Vaikka teknologinen kehitys on edesauttanut matkailun kehittämistä, keskeistä kuitenkin matkailussa on palkkatyön synnyn sekä työn ja vapaa-ajan suhde. Voidaan sanoa, että tarve irrottautua hetkeksi arkirutiinista (ympäristötekijöiden mahdollistamassa muodossa) on universaalia (Smith & Brent 2001, 3).

Turistiset kokemukset muokkaavat ihmisten kollektiivitajuntaa. Matkailun vaikutukset näkyvät kulutuksessa, ruoka- ja juomakulttuureissa, elämäntavassa, kirjallisuudessa, populaarikulttuurissa, asenteissa, mielikuvissa ulkomaalaisuudesta, ynnä muissa arjen pienissä asioissa (Veijola 1988, 21). Esimerkiksi vielä 30 vuotta sitten pizzaa ei Suomessa juurikaan tunnettu ja vuonna 1985 Helsingissä oli vain kaksi kiinalaista ravintolaa parin yleis-itämaisen lisäksi. Matkoilla koetut uutuudet laajentavat kokemuspäiriä. Yksi indikaattori kansainvälistymisessä onkin etnisen ruoan ja ravintoloiden yleistyminen.

Matkailu ja kansainvälistyminen heijastuvat arkielämään (Karisto, Takala & Haapola 1997, 201).

Jotta turismi kulttuurisena ilmiönä mahdollistuisi, täytyy ihmisellä olla mielenkiintoa asuinympäristön ulkopuolisia asioita kohtaan. Uudet kokemukset, kontaktit toisiin kulttuureihin ja ihmisiin, sekä vierauteen tutustuminen ovat uteliaisuutta kutkuttavia ja elämää rikastuttavia elämyksiä. Menneiden aikojen ihminen jätti synnyinympäristönsä vain pakottavien olosuhteiden alaisena, kun taas nykyihminen on heikommin kiinnittynyt ympäristöönsä, ja on siten halukkaampi muokkaamaan ja vaihtamaan sitä. Aikamme ihmisen ”tarve” vaihtaa ympäristöä on pääosin tilapäistä. Hän on kiinnostunut tavaroista, nähtävyyksistä ja kulttuureista nimenomaan niiden erilaisuuden takia (Selänniemi 1996, 168).

Veijola (1988) kuvaa seuramatkailun kehittymistä Suomessa teoksessaan ”Turismin näyttämöt ja kulissit”. Suomen ensimmäinen matkatoimisto, joka perustettiin 1909, alkoi lennättää ihmisiä seuramatkoille Espanjaan vuonna 1949. Ulkomaat olivat suomalaisille haaveenomaisia kaukomaita, siis tavallisille ihmisille mahdottomia saavuttaa. Vain hyvin valikoitunut joukko pystyi matkailemaan 1950-luvulla. Esimerkiksi menomatka Kanarialle kesti 4 vuorokautta - yksi yö Hampurissa, kaksi Madridissa ja välilaskut Pariisissa ja Casablancassa. Perillä vietettiin kuukausi täysihoidolla. Yleinen elintason nousu ja turismiteollisuuden kasvu mahdollistivat matkustamisen yhä useammalle. Lentomatkat olivat vielä 1960-luvun alussa harvinaisia.

1970-luvulla seuramatka alkoi olla legitiimi menoerä yhteiskunnassa, jossa uudet elämänmuodot ja elintason nousu tekivät sen mahdolliseksi myös tavalliselle kansalle. Elettiin ”Suurten Suomalaisten Seiväsmatkojen” kulta-aikaa. Matkojen määrän kasvattaminen sekä standardisointi ja suuntaaminen vain tiettyihin kohteisiin laskivat matkojen hintoja. Suomalainen opettelikin matkustamaan Mallorcalle, Kanarialle ja Rhodokselle.

1980-luvulla seuramatkailu rutinoitui ”normaaliksi” tavaksi viettää lomaa. Koska ulkomaanmatkailu oli ”tavallistenkin” ihmisten ulottuvilla, alkoi intensiivisempi distinktioiden etsiminen. Matkanjärjestäjien oli löydettävä yhä eksoottisempia ja

”autenttisempia” kohteita niille turisteille, jotka eivät halunneet sekoittua massaturisteihin ja olivat ”jo nähneet kaiken”. (Veijola 1988, 21-26)

”Vanha turismi” oli paketoitua ja standardisoitua, ja yhteydessä teolliseen elämäntapaan. ”Uusi turismi” puolestaan on segmentoitua, joustavaa ja yksilöllistettyä. Perinteiseen massaturismi-konseptiin on yhdistetty neljä s-kirjainta: *sun, sea, sand* ja *sex*. Uuden, yksilöllisen matkailun puolustajat kuvaavat uutta turismia kolmella t-kirjaimella: *travelling, trecking* ja *trucking*. Ne ovat asioita, jotka kuvaavat aktiivista toimintaa. Yksilöllisen konseptin puolustajat korostavat matkailijan vastuuta, aitoutta ja matkailijan mahdollisuuksia purkaa perinteisen turismin luomaa epätasa-arvoa paikallisten ja vierailijan välillä. Yksilöllisen konseptin kriitikot taas väittävät juuri matkailijan tarpeen yksilöllisiin kokemuksiin aiheuttavan turismin suurimpia haittavaikutuksia. Yhteenvetona voidaan sanoa, että matkailun kasvu representoituu toisaalta turismin demokratisoitumisena – kaukomatkailu ei ole vain eliittiä ja varakkaita kuluttajia varten. Toisaalta matkailutottumukset ja tavat ovat pirstaloituneet. Koska matkailu on aina ollut sosiaalisesti valikoivaa, sillä luodaan edelleen status-hierarkioita ja distinktio-järjestelmiä. Eliitti pitää massaturismikohteita ”mauttomina, tavallisina ja rahvaanomaisina” (Urry 2002, 15-16 ja Mowforth ja Munt 1998, 51-55). Sen lisäksi, että perinteinen pakettimatka on itsellistynyt ja matkailijat haluavat toteuttaa itsenäisiä retkiä, on seuramatkatoimistojen rinnalle noussut matkatoimistoja, jotka räätälöivät yksilöllisen matkapaketin yksilöllisiin tarpeisiin. Hinnat ovat tietenkin myös yksilöllisiä. Asiakkaalle tarjotaan terveyskylpylöitä, golfhotelleja, sukellussafareita, ratsastusretkiä, vuoristovaelluksia, viinitilamatkoja, rantoja, kaupunkeja, seikkailuja, rauhaa tai kaikkea näitä yhdessä tai erikseen, jopa yhdistettynä maailmanympärysmatkaan (esimerkiksi Aktiv Resorin esite 2004-2005, 1-5). Reppumatkailu eli ”*backpacking*” kasvattavaa myös suositaan. Iso-Britanniassa pakettimatkojen osuus kaikista ulkomaan matkoista on pienentynyt 38 prosentista 34 prosenttiin vuosina 1983-1998, koska matkailijoita kiinnostaa yhä enemmän omatoimisuus (Urry 2002, 47). ”*Backpackeri*” reissaa rinka selässä ja ostaa etukäteen vain lentoliput. Palvelut, kuten yöpymiset, ruuat ja elämysseikkailut ostetaan kohteesta paikan päältä. Koska omatoimimatkaajalla ei ole matkanjärjestäjän turvaverkkoa tukena esimerkiksi vastoinkäymisten kohdatessa, perusteellinen opaskirja on miltei välttämätön. Myös opaskirjakustantamot ovat huomanneet tämän valtavan markkinatarpeen. Opaskirjoista esimerkiksi ”Lonely Planet” julkaisee yhteensä 650 matkaopasta, 14 kielellä (www.lonelyplanet.com, haettu 14.12.2005). ”Let’s Go” (www.letsgo.com, haettu

16.12.2005) on julkaissut opaskirjoja alkaen vuodesta 1960. Mielenkiintoista on, että opaskirjapäivittäjiksi kelpaavat vain Harvardin opiskelijat. Uudet painokset julkaistaan vuoden tai kahden välein. ”Rough Guide” (www.roughguides.com, haettu 14.12.2005) julkaisee opaskirjoja yli 200 kohteesta. Tällaiset opaskirjat markkinoivat itseään riippumattomille ja itsenäisille matkaajille. Paradoksaalisena seurauksena opaskirjat yhdentävät riippumattomuutta tavoittelevia omatoimimatkaajia.

Mowforth ja Munt (1998, 188) korostavat, että massaturismin ja yksilöllisyyttä korostavan turismin ero on hämärä, ja on keinotekoista yrittää erottaa niitä toisistaan. Ensinnäkin yksilön käyttäytyminen matkalla on aina yksilöllistä. Toiseksi, suurien matkanjärjestäjien toiminta on hyvin monimuotoista ja pitää sisällään tilaustyönä yksilöille rakennettuja toimintamalleja. Kolmanneksi, räätälöityjä ja ekologiseksi väitetyjä matkoja myydään massakonseptilla ja ”vihreys” saattaa olla kovin näennäistä.

Matkailun toimintamallien rajausta vaikeuttaa myös se, että globalisoituneessa maailmassamme liikkuu ja kulkee turismivirtojen lisäksi esimerkiksi tieto, merkit ja raha. Fyysisten paikkojen välille on rakennettu yhteydet ja linkit, niin sähköisesti kuin logistisestikin. Niinpä matkailijoiden ja matkakohteiden sekä turismin ja paikallisuuden väliset erot ovat hämärtyneet. Myös työpaikat kansainvälisissä yrityksissä liikkuvat. Sosiaaliset suhteet luodaankin kasvavassa määrin roolien välille (Veijola 2002, 106). Arkielämäkään ei ole enää paikkaan sidottua, paikallaan pysyvää elämää. Se on elämää matkalla suorassa ja laajennetussa merkityksessä, elämää autossa, lentokoneessa, junassa tai puhelimesta, internetissä, se on joukkoviestimiin perustuvaa ja niiden muokkaamaa, ylikansallista elämää. Teknologia kasvattaa etäisyyksiä sekä synnyttää uusia välimatkoja että läheisyyksiä. Yksilön suhde työntekoon, työn ja vapaa-ajan suhde sekä valtion asema globaaleilla markkinoilla muuttavat luonnettaan (Beck 1999, 136-137).

Massaturismin kasvu ja uusien alueiden valtaaminen on johtanut laajoihin sosiaalisiin, kulttuurisiin sekä ympäristöllisiin ongelmiin, pääomavirtausten epätasaiseen jakautumiseen, asenteiden vääristymisiin ja jopa tautien leviämiseen. Yksilöllistä turismia tarjotaan näennäisenä vaihtoehtona massaturismin aiheuttamiin ongelmiin korostamalla kestävyyttä ja resurssien rationaalista käyttöä sekä vaikuttamaan pääomien jäämiseen kohdemaahan. Matkailu kuluttaa joka tapauksessa kohdettaan: uudet määritelmät eivät muuta matkailun perimmäistä luonnetta, ne antavat vain uuden legitimoinnin keinon

turismiteollisuuden laajenemiselle. Turismin ja kestävyuden suhdetta pohdittaessa avainasemassa onkin paikallisten ihmisten kontrolli ja osallistuminen suunnittelussa ja toteutuksessa. Matkailu vaikuttaa heidän elämäänsä ja ympäristöönsä. Valitettavan usein päättäjät, jotka pitävät radikaaleja puheita ja vakuuttelevat suojelun ja säilyttämisen puolesta, allekirjoittavat sellaisia sopimuksia, jotka sallivat ylikansallisten yhtiöiden rakentaa massiivisia hotelliketjuja ja turismikeskuksia. Tällainen ”kehitys” kiinnittää vain vähän huomiota turismin negatiivisille vaikutuksille. Kansainväliset järjestöt – kuten *World Wildlife Fund* – näkevät yksilötason tiedottamisen välineenä kehittää suojelua tietoiskujen ja asennekasvatuksen kautta (Mowforth ja Munt 1998, 95-96, 102-104).

Mahdollisuus matkustaa lomalle minne tahansa maailmankolkkaan on merkittävä osa modernia elämää länsimaisessa maailmassa. Ei ole yllättävää, että kasvava keskiluokka tavoittelee matkailuun liittyviä hedonistisia tunteuksia aina vain eksoottisemmista kohteista. Perustavanlainen kysymys kuuluukin, kestäkö planeettamme tällaista mahdollisuuksien rajattomuutta (Mowforth ja Munt 1998, 95)?

Matkailuun liittyvällä kulutuksella on siis toinenkin puolensa. Tällainen globaali ”pelaaminen” ei aukene kaikille. Kaikilla ei ole vaihtoehtoja, mistä valita. Bauman (1998) kuvaakin maailman kaksinapaisena. Globaali liikkuminen kuuluu vaihtoehtona ja mahdollisuutena ensimmäisen maailman kansalaisille, sekä fyysisesti, että virtuaalisesti – internet-yhteyden ulkopuolelle jäävät myös informaation ulkopuolella. Kolmannen maailman köyhien identiteetti on paikallisuuteen sidottu. Heille liikkuminen on pakon sanelemaa, musertavista olosuhteista pakenemista. Vuonna 1975 Yhdistyneiden Kansakuntien mukaan maailmassa oli 2 miljoonaa pakolaista. Vuonna 1995 heitä oli jo 27 miljoonaa. (Bauman 1998, 85-89). Sotien aikana tuhansilla ihmisillä on fyysinen pakko siirtyä muihin maihin ja mantereelle, joissa he ovat pakolaisina ja siirtolaisina, eivät maailmankansalaisina. Köyhyys ja toivo paremmasta elämästä johtavat lailliseen ja laittomaan, jatkuvaan ja väliaikaiseen siirtolaisuuteen (Beck 1999, 136-137).

3. Miksi matkustaa? Teoreettisia turismisosiologian näkökulmia

Tutkiessani turismisosiologisia teorioita jaottelin viisi erilaista tulkintaa yksilön kiinnostuksesta matkustamiseen. Näitä ovat 1. matkan liminaalitila työn ja arjen vastavoimana, 2. distinktiojärjestelmien kehittäminen ja identiteetin rakentaminen, 3. aitouden etsintä (vähemmän kehittyneistä kulttuureista), 4. uteliaisuus toiseuteen ja toisenlaisiin elämänmuotoihin, sekä 5. matkailu kulutuksen muotona. Nämä erilaiset selitystavat eivät ole toisiaan pois sulkevia, vaan ovat osittain päällekkäisiä ja liittyvät toinen toisiinsa, poikkileikkaavina teemoina.

Tarvetta irrottautua arjesta voidaan pitää universaalina, mutta yksilölliset erot tällaisen tarpeen toteuttamiseen sekä puitteiden erot ovat tietenkin valtavia. Tässä luvussa pohdin ”turistisia tarpeita”, jotka ovat perustavanlaisia turismin olemassaolon kannalta. Turistiset tarpeet näyttäytyvät tietenkin kovin erilaisilta esimerkiksi kohteen asukkaiden, paikallisten ihmisten näkökulmasta. Matkailu ”turistisesta näkökulmasta” käsin korostaa turistin subjektiviteettia, mielikuvia ja toiminnalle tarjottavia perusteita. Turistiset tuntemukset ovat kuitenkin vain yksi tapa tulkita asioiden tiloja tässä monisäikeisessä teollisuudenalassa. Matkailu-analyysi globaalina ilmiönä on eettisesti keinotekoista ilman tutkimuksia turismin vaikutuksesta paikalliskulttuureissa. Matkailu kuormittaa kohdettaan, mutta suuri osa hyödyistä eli pääomasta palautuu takaisin lähtömaihin.

3.1. Matkan liminaalitila työn ja arjen vastavoimana

John Urryn (2002) mukaan turismin muotojen määrittelyä oleellisempaa on tutkia turismia suhteessa sen vastavoimaan eli arjen sosiaalisiin kokemuksiin ja tietoisuuteen. Erityisesti palkkatyön asema ja muutokset heijastavat matkailutottumuksiin. Vapaa-ajan aktiviteettina turismi havainnollistaa, kuinka työn ja vapaa-ajan suhde on organisoitu sosiaalisten käytäntöjen erillisinä ”tiloina”. Liminaali tarkoittaa välitilaa, jossa konkreettisesti siirrytään toiseen paikkaan, lyhytaikaista oleskelua vapaana arjen normatiivisesta kontrollista ja paluuta takaisin kotiin. Merkittävä osa modernien yhteiskuntien ihmisistä toteuttaa tällaista rytmiä. Matkakohteet representoivat (eng. *representation* = 1 edustus; edustaminen 2 esittäminen; kuvaaminen; kuvaus) haaveen ja fantasian omaisina. Tarve päästä hetkeksi pois ”akkuja lataamaan” ei ole vain välttämätöntä terveydelle, vaan matkakohteet myös määrittävät yksilön status-asemaa ja identiteettiä eli yksilönä olemista ylipäätään (Urry 2002, 1-4).

Kulttuurit muuttuvat ja ovat aina muuttuneet. Sisäiset ja ulkoiset vaikutteet ja innovaatiot antavat elinvoimaa kulttuureille ja ehkäisevät eristäytymisestä johtuvaa näivettymistä. Sitten Malinowskin aikojen kulttuuriantropologit ja etnologit ympäri maailman ovat todistaneet kulttuurisen diversiteetin kukoistavan, ja pelko kulttuurien katoamisesta on asteittain vaihtunut ihmisten kulttuurisen kekseliäisyyden ihailuun. Tom Selänniemi (1996) näkeekin paljon yhtäläisyyksiä antropologeissa ja turisteissa. Matkakontekstin toisenlaisuus on turisteille erittäin tärkeä henkireikä. Pinnalliseksi ja epäautenttiseksi leimattu massaturismi voi tarjota merkittäviä ja syviä kokemuksia. ”On olemassa ilmiö nimeltä massaturismi, muuta ei massaturistia – on vain massaturismin palveluja hyväkseen käyttäviä yksilöitä” toteaa Tom Selänniemi väitöskirjassaan tutkiessaan suomalaisten seuramatkailijoiden tuntemuksia ”etelän” turistikohteissa (Selänniemi 1996, 5-8). Selänniemelle ”etelä” ei tarkoita kehitysmaiden ja ”rikkaan pohjoisen” vastakohtaisuutta, vaan ”etelä” viittaa nimenomaan toisenlaiseen tilaan.

”Etelänmatka” voi olla siirtymä kolmessa eri merkityksessä: 1. fyysinen eli spatiaalinen siirtyminen on matkalle lähtöä kodista kohteeseen, 2. mentaalinen siirtymä on asennoitumista matkalla olon ajattomuuteen ja paikattomuuteen ja 3. sensorinen siirtymä tarkoittaa arjessa tukahdutettuna olevien aistikokemusten vapauttamista stimuloivaan matkan vapauteen (Selänniemi 1996, 219).

Ominaista itse liminaalitulalle onkin sosiaalinen antistruktuuri. Suhteet toisiin ihmisiin ovat ”eriytymättömiä, tasa-arvoisia, suoraa, spontaaneja” ja ne vapauttavat yksilöt yleisten normien noudattamisesta. Liminaalisuuden on kuitenkin oltava vain väliaikainen tila, jotta yhteisö voisi jatkaa järjestäytyntä olemassaoloon: paluu kotiin tarkoittaa paluuta arjen kurinalaisuuteen. Yhteiskunnan ote yltää siis arjenkin ulkopuolelle. ”Vapaavyöhykkeellä” käymiseen liittyy aina riski, joka voi olla liian houkutteleva eli vaarallinen. Tämä vyöhyke on tuntemattoman ja tutun, turvallisen ja vaarallisen sekä perinteisen ja uuden välillä (Selänniemi 1996,195, 112-115).

Selänniemen (1996) tutkimuksen mukaan matkakohdetta tärkeämpää on usein olotila, jota tavoitellaan. Mielikuvasidonnaisessa turismissa konkreettisella maantieteellisellä matkakohteella on vain marginaalinen merkitys. ”Etelä” voidaan mieltää turistin spatiaalisesti rajatuksi leikkikentäksi. Leikkikenttä se on nimenomaan siinä mielessä, että turistin toimet lomalla sijoittuvat arjen pakollisten toimien ulkopuolelle. Matkakohde on vain konteksti kokemiseen irrottautumiselle. Kohdesidonnainen turisti ei mielikuvasidonnaisen turistin lailla ole pakomatalla arjesta, vaikka arjen rutiinien katkaisu saattaa hänellekin olla merkittävä tekijä matkapäätöstä tehdessä. Päälimmäisenä on halu nähdä ja kokea jokin tietty maantieteellinen ja kulttuurinen paikka, ja halu irrottautua arjesta toimii katalysaattorina johtaen matkan ostamiseen. Kohdematkasidonnainen turisti on tunnusmerkiltään moderni yksilö, joka modernin globalisoituvan kulttuurin kansalaisena katsoo oikeudekseen kuluttaa kulttuureita ja paikkoja ympäri maailman, sekä taloudellisessa mielessä että ekologis-kulttuurisessa mielessä (Selänniemi 1996,195, 174-176).

Liminaalitulassa subjektiivinen aikakokemus on ”jossakin lineaarisen ja syklisen ajan välillä”. Etenkin muistoissa ajantaju vääristyy, tiivistyy tai jopa katoaa. Matka on subjektiivisessa ajantajussa merkittävämpi kuin huomattavasti pidempi normaali ajanjakso, koska matkalla eletään toisenlaista, kotiyhteisöstä irrallaan olevaa aikaa. Merkittävää aikakäsityksen suhteen on myös se, kuinka ajasta on tullut kauppatavaraa modernissa yhteiskunnassa. Kapitalistisessa yhteiskunnassa yksilö myy työvoimaansa saadakseen siitä elantonsa. Niinpä ajasta on tehty myyntiartikkeli. Ajan ostaminen on merkittävimpiä modernin kuluttamisen piirteitä (Selänniemi 1996, 205, 208-209). Etelänmatka on myös matka toisenlaiseen aikaan.

Kun Veijola (1988, 26 -28) määrittelee seuramatkan sosiaalisia rooleja, paikallisille jää vain turistien osa. Päärooleissa ovat turistit ja ohjaajina oppaat. Hän kuvailee seuramatkaa ja siihen liittyvää porsasjuhlaa keskiaikaisena juhlanä, karnevaalina, jonka aikana juhlitaan tilapäistä vapautumista vakiintuneen järjestelmän vallitsevasta totuudesta. Arjen hierarkia käännetään ylösalaisin ja sukelletaan humalaan, sekä lihottavien ruokien ja seksuaalisen promiskuiteetin maailmaan. ”Minän” ja ”sinän” raja katoaa hetkeksi ja tila ja aika jäsenyvät uudella tavalla. Toimintojen sekoittuminen ja kaaos korvaavat segmentoidun tilan järjestyksen.

3.2. Distinktiojärjestelmät ja habitus

Pekka Sulkunen (1998, 73-76) tiivistää Bourdieun habitus-teesiä ja kulttuurisia distinktiojärjestelmiä. Hänen mukaansa ”yhteiskunnan jäsenet eivät ainoastaan toista merkitysrakenteen jo valmiina antamia ilmaisuja, he myös luovat uusia. He eivät myöskään passiivisesti alistu kulttuurin heille määrittelemään sosiaaliseen asemaan, elämäntapaan tai tyyliin, vaan käyttävät merkitysrakenteita hyväkseen määritelläkseen oman identiteettinsä itselleen mahdollisimman myönteisesti.” Juuri elämäntapoihin ja mieltymyksiin liittyvien erottelujen kautta rakennetaan kulttuurista itsemäärittelyä ja identiteettiä hierarkioihin perustuvissa sosiaalisissa suhteissa. Sosiaalinen elämä ei ole mielivaltaista. Kulttuuri merkitysrakenteineen ohjaa myös muiden tulkintoja. Habitus tarkoittaa siis kulttuurin tuottamaa kykyä ilmaista itseään ja sosiaalista asemaa, sekä kykyä tehdä päätelmiä muiden ihmisten asemasta. Tarpeen tyydytyksessä, kulttuurisen pääoman todistamisessa, elitistisissä elämäntavoissa sekä niiden jäljittelyssä todistetaan omaa habitusta ja status-asemaa suhteessa muihin.

Mowforth ja Munt (1998, 128-130) jatkavat Bourdieun näkemystä luokittelujen taistelusta ja erottautumisesta toisista matkailututkimuksessaan. Distinktiojärjestelmissä etsitään sosiaalista etäisyyttä, mutta matkailussa kohteen kaukaisuus ei enää riitä kuvaamaan elitististä erottautumista. Mowforth ja Munt korostavatkin, että sosiaaliset luokat ovat jatkuvassa kamppailussa vahvistaakseen omaa differentiaatiotaan. Toisaalta sosiaaliset luokat ja ryhmät eivät ole ”ikuisuuksia”, vaan muokkautuvat koko ajan. Esimerkiksi tarkkaa jakoa työläisluokan ja keskiluokan välillä olisi vaikeaa määrittellä. Sosiaalinen luokittelu on dynaaminen prosessi ja tällaisessa taistelussa sosiaalisista arvostuksista hyödynnetään mahdollisuutta spatiaaliseen liikkuvuuteen: turismin välityksellä yksilöt toteuttavat differentiaatiota. Itse asiassa lomamatkoihin liittyvä kulutusikäytyminen on merkittävä rooli kulttuurisessa differentiaatiossa. Erilaiset kohteet, erilaiset kokemukset ja erilaiset matkanjärjestäjät muodostavat symbolisen systeemin. Symbolisessa systeemissä Marbellan, Kosin ja Phuketin status-arvo on erilainen kuin Tikalin, Chiang Main ja Kilimanjaron.

Massaturismin kritisoinnissa luonnollisuuden tuhoajana on hyvä muistaa, että ensinnäkin tällainen ”arvottaminen” liittyy ”maun” ja habituksen eksplikointiin eli merkitsee sosiaalista ylemmyyttä massaturismin nähden. Toiseksi, kaikki ympäristöt ovat osittain

muokattuja. ”Luonnollisuus” on määrittelyn tulosta suojelun perusteena. On olemassa ainakin kolmenlaista säilyttämistä: esteettistä -, tieteellistä -, ja kulttuurista säilyttämistä. Ympäristön esteettiset huomiot itsessään muuttuvat. Median rooli määrittelyssä on merkittävä. Ei ole olemassakaan absoluuttista luonnon tilaa. Se on historiallisesti ja maantieteellisesti suhteellista (Urry 2000, 186-187).

3.2.1. Massa-, anti- ja postturismin suhde

Vapaa-ajan viettotavoissa ja erityisesti matkailussa ilmennetään kulttuurista pääomaa ja statushierarkioita. Massaturismi, antiturismi sekä postturismi käsitteet kuvaavat matkailijan itsemäärittelyä suhteessa muihin, ja edustavat distinktiivisyyttä. Tulkitsenkin tällaisen erottelujen järjestelmän käyttökelpoiseksi turistisen identiteetin määrittelyprosessin tutkimisessa, kun tutkimusaineistona ovat turistien tuntemukset. Johtopäätöksien vetäminen tutkimusaineiston ulkopuolelle on tieteellisiltä perusteiltaan vähintäänkin paradoksaalista. Turismi on niin monimuotoista, että sen kategorioiminen kolmeen jäykkään osa-alueeseen ei tee oikeutusta elävän elämän dynamiikalle.

Massaturismi

Jokinen ja Veijola (1990, 31-34) kuvaavat turistia haukkumasanana, mutta vielä negatiivisempi lataus on heidän mukaansa käsitteellä massaturisti. Massaturismi tekee maailmasta kitsin ja kliseiden kokoelman. Massaturismi muuttaa kansanperinteen näytteille asetetuksi keinotekoiseksi näytökseksi ja massaturismin arkkitehtuuri on yhdenmukaista ja massiivista. Massaturismi pitää yllä rotuennakkoluuloja. Massaturismi tuhoaa nopeimmin ja tehokkaimmin juuri ne asiat, jotka motivoivat sitä laajenemaan: luonnollisuuden, aitouden, koskemattomuuden ja epäkaupallisuuden. Massaturistit ovat modernien arvojen lähettejä ympäri maailmaa: rahan, yksityisomistuksen, vapaan sukupuolielämän. Ja aidsin. Massaturismi muuttaa kohdemaansa elinkeinorakenteen. Kun massaturistit kiinnostuvat seuraavasta halvasta ja aurinkoisesta kohteesta, ei edelliseen jää muuta kuin autioita turistikeitaita. Massaturismi rikastuttaa kaikkia muita paitsi kohdemaataan. Se rikastuttaa

lentoyhtiöitä, kansainvälisiä hotelliketjuja, virvoitusjuomateollisuutta jne. Massaturisti maksaa kohdemaalle vähintään sen verran mitä se tuottaakin, koska massaturistit vaativat lomallaan turistisia ”viihdykkeitä”, kuten virvoitusjuomia, golf- ja tenniskenttiä ja vaihtolämpöisiä uima-altaita. Massaturismi jatkaa kohdemaan kolonisaatiota.

Antiturismi

Porvarillinen reaktio matkailun yleistymiseen kaikkien ulottuvaksi on ”antiturismi” eli ”turisteja ovat muut, minä olen matkailija” -asenne. Tämän seurauksena valitaan uusia, koskemattomia alueita ja kierretään tavalliset seuramatkakohteet kaukaa. Antituristit haluavat löytää omin päin jotain, mitä turistit eivät ole vielä pilanneet (Veijola 1988, 30-31, 46). Itseään kultivoituneena pitävä turisti määrittelee itsensä ottamalla etäisyyttä laumaihmisestä eli massaturistista. Porvarillisen identiteetin voi nimittäin nähdä kehittyvän poissulkemisen ja kiellon kautta (Jokinen & Veijola, 1990).

Antituristit ovat siis Jokisen ja Veijolan mukaan (1990, 31-34) turistin kategoria matkailijoita, jotka mystifioivat vieraita kulttuureja samalla tavalla kuin massaturistitkin: kolmannen maailman ihmiset ja kulttuuri ovat luonnollisia ja siksi ”hyviä”, kehittynyt länsimainen kulttuuri edustavaa puolestaan epäluonnollisuutta ja tukahduttavaa kulttuurista kontrollia ja edustaa siksi ”pahaa”. Antituristit vaihtoehtoturisteina eli keskiluokkaisen massaturismin inhoajina ovat monesti massaturistien tavoin kiinnostuneempia heimolaisistaan eli toisista matkailijoista, kuin kohdemaan kulttuurista. Vaihtoehtoturistit pakenevat massaturistien tavoin modernia maailmaa – hekin haluavat näiden maiden pysyvän koskemattomina ja ennallaan. Antituristit ovat Jokisen ja Veijolan mukaan yhtä hyödyllisiä kuin massaturistitkin kolmannen maailman yhteiskunnallisen kehityksen kannalta. Antituristit ovat aivan samanlaisia turisteja kuin massaturistikin siinä, että heidän läsnäolonsa vaikuttaa yhtälailla paikallisten elämään ja itseymmärrykseen. Antituristit ovat herooisia tutkimusretkeilijöitä ja seikkailusankareita, jotka houkuttelevat massaturistit perässään yhä uusille, modernista eristyksessä oleville seuduille. ”Näin yksi antituristi on tuhoisampi ja vaarallisempi, kuin 1000 massaturistia”, ruoskivat Jokinen ja Veijola. Passiivinen löhölomailija pysyy sentään aidatulla alueella, käsittää seikkailulla lomaromansseja eikä edes yritä päästä ensimmäisenä koskemaan koskemattontta. Ja voiko individualisti turisti nyrpistää nenäänsä ohjatulle seuramatkailulle? Kuka suunnittelee

autoturistien mainosmateriaalin ja käsikirjat? Tienviitatkin ovat manipulointia, huomauttavat Jokinen ja Veijola.

Antituristit eivät näe omien kulttuuri- ja tutkimusmatkojensa olennaisesti turistista luonnetta. He vastustavat muita turisteja sen takia, että nämä pilaavat heidän omat turistikokemistonsa, jotka he moraalisin perusteluin käsittävät ”oikeiksi”. He haluaisivat kokea ne yksityisesti ja häiriöttä (Jokinen & Veijola, 1990, 138).

”Eikö suurin osa heistä (meistä) pikemminkin tiedä koskemattomien kohteiden lopullisesti kadonneen kartalta – ja nimenomaan innokkaimpien ”antituristien” takia, jotka ovat aina olleet massaturismin etujoukkoa?” (Veijola 2002, 94-95)

Postturismi

Postturisti edustaa turistista kategoriaa, joka tietää olevansa turisti. Hänelle matka on Jokisen ja Veijolan mukaan (1990) peliä ja turistikokemista, ei autenttista kokemista. Postturisti tietää olevansa ulkopuolinen. Aito vuorovaikutus paikallisten kanssa ei häntä välttämättä edes kiinnosta. Itse asiassa postturistin ei tarvitse edes lähteä matkalle. Mediatuotteiden avulla kaikki voidaan nähdä kotoakin.

John Urry (2002, 14) korostaa, että haaveilu ja fantasiat kuuluvat osana jokapäiväistä elämää. Turismimainonta ja media ruokkivat tarvetta päästä toiseuteen. Unelmointi hetkestä eksoottisessa tropiikissa esimerkiksi internetin välityksellä tai matkaesitteiden ääressä on myös eräänlainen pistäytyminen, siis pieni matka. Näin ollen jokaisessa meissä piilee pieni postturisti.

George Rizer ja Allan Liska (1997) osallistuvat myös keskusteluun postturismista. Heidän mukaansa Feifer aloitti post-turismin käsitteellistämisen vuonna 1985. Postturisti on henkilö, joka ensinnäkin kokee vähemmän ja vähemmän tarvetta poistua kotoaan. Hänelle riittää teknologian mahdollistama virtuaalinen todellisuus internetissä, televisiossa, videoissa ja videopeleissä. Tämä mahdollistaa hänen vierailunsa toisissa paikoissa ja tiloissa. Turismista on tullut erittäin eklektistä: erilaiset mielenkiinnot erilaisiin kohteisiin

mahdollistuvat. Postturisticilla on yksinkertaisesti valtaisa määrä vaihtoehtoja. Postturisti voidaankin nähdä realistisena pelaajana, joka ei edes etsi Dean MacCannellin (1999) kuvaavaa autenttisuutta turistikokemuksesta, vaan hyväksyy turismin kommodifikaation.

Germann Molz (2004, 169-180) tutki cyper-maailman ja konkreettisen matkustuskokemuksen dialektiikkaa. Hän puolestaan korostaa, että virtuaalitodellisuus kehittää ja mahdollistaa itse matkailua. Internetin, digitaalikameroiden ja mukana kannettavien tietokoneiden avulla matkailijat kykenevät luomaan reaaliaikaisen kokemusten jakamisen ”toisaalla” olevien ihmisten kanssa. Ystävät ja perheenjäsenet kykenevät eläytymään globaaliin seikkailuun ja jakamaan tuntemisten koko kirjoa. Koska uudet kommunikaatiovälineet häivyttävät niin kodin ja poissaolemisen, kuin työn ja vapaa-ajan, sekä todellisen ja virtuaalin jyrkkää erottelua, on matkan määrittely eli esimerkiksi poisääjy arjesta ja jokapäiväisistä sosiaalisista velvoitteista joutunut uudelleentulkinnan kohteeksi. Internetin vaikutukset matkailuun liittyvät yleisemmin teknologian vaikutuksiin sosiaalisessa maailmassa. German Molz lähestyykin globaaleja ”paikkoja” nimenomaan määrittelyinä ja rajoina.

Cyper-avaruus kuvitellaan usein maailman ikkunaksi. Se on myös tila, jossa voidaan matkustaa mielivaltaisesti poistumatta kotoa. Jo käsite ”surffata netissä” kuvaa liikkumisen vapautta eli cyper-turismia. Mutta matkailijat eivät matkusta ainoastaan internetissä, he matkailevat internetin ”kanssa”. Matkailijat tutkivat ja etsivät tietoa seuraavasta kohteestaan internetin välityksellä, he varaavat hotelleja ja lentoja, he tarkistavat sääennustuksia ja valuuttakursseja, sekä lukevat ja päivittävät matkailijoiden internet-päiväkirjoja. Itse asiassa matkailijoiden omat internet-sivustot ovat samankaltaisia, kuin ”oikeatkin” matkakohteet, siinä mielessä että niissä ”hengailaan” eli tavataan muita matkailijoita, vaihdetaan vinkkejä, kerrotaan seikkailutarinoita ja katsellaan digitaalisia valokuvia (Germann Molz 2004, 170-171).

German Molz korostaakin, että tällaiset sivustot ovat ”paikkoja” joissa ”pelataan” ja ”leikitään” (*places to play*), mutta myös ”paikkoja” joita muokataan pelatessa (*places in play*) tarkoittaen rajausten elävyyttä. Internet-sivustot ovat multi-paikallisia ja ”liikkuvat” matkailijoiden mukana. Internetyhteyteen pääsy onnistuu miltei jokaisessa maailman kolkassa.

3.2.2. Identiteetin rakentaminen ja elämäkokemusten keräily

John Urryn (2000) mukaan matkailuun liittyy läheisesti romantiikka: kohteiksi valitaan päiväunenomaisia paikkoja. Televisio, lehdet ja videot muokkaavat fantasioita ja mielihyvän tuottamista kaikille aisteille. Matkailun romanttisuus liittyykin erityisesti keski- ja yläluokkaiseen elämäntapaan. Moderni subjekti on subjekti liikkeessä. Matkailu ja turismi ovat yhteydessä merkittäviin muutoksiin modernin subjektiviteetin määrittämisessä. Mitä enemmän yhteiskunnat modernisoituvat, sitä suurempi kyky on ihmisillä reflektoida elinolosuhteidensa olemassaoloa. Refleksiivisyys voi liittyä myös estetiikan kokemiseen. Tämä tarkoittaa mielikuvien ja symbolien nopeaa leviämistä ja runsautta. Kyky reflektoida tunteiden tasolla vahvistuu maun ja distinktioiden erilaisuudessa. Tällaiset distinktiot edellyttävät liikkuvuuden kasvua, sekä kansakuntien välillä että sisällä. Urry (2000) kutsuu tällaista prosessia esteettisen maailmankansalaisuuden kehitykseksi, minkä edellytyksiä ovat liikkuvuus, avoimuus toisenlaisuutta kohtaan, valmius ottaa riskejä sekä kyky reflektoida erilaisuutta.

Sosiaalista identiteettiä peilataan suhteessa toiseen. Tällaisten tuntemusten rakentamisessa on Urryn (2000) mukaan keskeisenä kolme elementtiä: tila, aika ja muistot. Vierailijat kohteessa voivat omia tilan niin perusteellisesti, että paikalliset eivät enää tunne tilaa omakseen. Toinen elementti on aika: turismi normaalisti tuo perustavanlaisia muutoksia ajan organisoitumiseen. Kolmas elementti on muistot. Sosiaaliset muistot ovat aina valikoivia. Myös paikallisten kyky muistaa asioita on yhtä selektiivinen kuin vierailijoiden. Kuitenkin kansainvälisellä turismilla on kaksi merkittävää vaikutusta. Ensinnäkin, se tuottaa kansainvälistä tuttuudentunnetta niin, että vieraiden maiden toiseus ei enää näyttäydy niin vaaralliselta ja uhkaavalta. Ja toiseksi, ainakin joidenkin matkailijoiden joukosta löytyy maailmankansalaisuutta. Modernissa maailmassa eläminen on kasvattanut uuden tason kosmopolitanismia, siis halukkuutta avoimuuteen erilaisuutta kohtaan. Urryn mukaan ylemmyyden tunteen tavoittelun tilalle on tullut erilaisuuden kunnioitus (Urry 2000, 132-145, 166-167).

Matkailua voidaan siis lähestyä hyödykkeenä, jonka kautta toteutetaan kulttuurista itseilmaisua eli kuvataan omaa status-asemaa ja arvomaailmaa. Mielikuvat ovat olennainen osa matkailua. Tutkiminen, matkakokemusten kuvaaminen ja turistiset elämykset ovat representaatioiden keinoja. Niiden kautta kuvataan kokemuksia maailmasta, mutta niissä

myös uusinnetaan maailmankuvaa, johon todennäköisesti liittyy kulttuurisen dominoinnin rakenteita (Mowforth ja Munt 1998, 74-78).

Toisin kuin taloudellinen pääoma, kulttuurinen pääoma on jotakin mille ei voi antaa tarkkaa kvantitatiivista arvoa. Kulttuurinen pääoma tarkoittaa kulttuuristen merkitysten lukemisen taitoa: se liittyy yksilöiden kykyyn olla sensitiivinen toimija erilaisissa tilanteissa. Koska turismiin liittyy (kasvavassa määrin) symbolisia merkityksiä, kulttuurisen pääoman korostaminen on matkailussa oleellista. Matkailua voidaan jopa sanoa persoonallisuuden rakentamiseksi. Turismi muokkaa matkakokemuksia vaihtoarvohyödykkeiksi: esimerkiksi ansioluettelossa maininta ”*have travelled extensively*” pyrkii kertomaan juuri kulttuurisesta pääomasta. Turismin demokratisoituminen aiheuttaakin ”sosiaalista päänsärkyä” luokkien yritykseen differentioida omaa asemaansa suhteessa muihin (Mowforth ja Munt 1998, 132-136). Mowforth ja Munt kuvaavat ekoturismia uutena porvaristona. Ekoturismin ”vihreys” voidaan tulkita monella tapaa. Luontokohteen valinnan lisäksi ekomatkailu kertoo matkailijan taloudellisesta asemasta sekä mahdollisuudesta maksaa korkeampia hintoja, eli juuri heillä on niin kulttuurista kuin taloudellistakin pääomaa.

Arrellano (2004, 65-77) kertoo elämäkokemusten ”keräilemisestä” vaellusreitti Inca Traililla Perussa. Machu Picchu oli inkojen sivilisaation kehto joka kukoisti inkojen valtakaudella 1500-luvulla. 1911 tämä inkojen kadonnut kaupunki ”löydettiin” uudelleen ja kuuluu nykyään UNESCO:n nimeämiin ”Maailman kulttuuriperintö-kohteisiin” (*World Heritage Site*). Lisäksi Machu Picchu on merkittävä turistikohde. Tammikuussa 2001 pääsy Machu Picchulle oli pakko rajoittaa, koska sen suosio oli kasvanut niin valtaiseksi, että se oli saanut ironisen lisänimen ”McPicchu” (huom. viittaus mcdonaldisaatioon). Sisäänpääsymaksu puistoalueelle ja vaellusreitti Inca Trailille nostettiin 17 Yhdysvaltain dollarista 50 dollariin. Vaeltajien määrää reitillä alettiin kontrolloida: 500 lähtijää rajattiin päivittäiseksi maksimiksi ja vaellus saa kestää korkeintaan neljä päivää. Vaellusreitti on Arrellanon mukaan nykyään suljettu kuukauden vuodesta, jotta alueella olisi toipumisaikaa kävelijöiden aiheuttamasta kulutuksesta. Jokaisen vaellusryhmän maksimimäärä on 30 henkeä ja vaeltaminen ilman rekisteröityä opasyritystä on kielletty. Paikallisten kantajien työolosuhteita pyrittiin myös uudessa määräyksessä parantamaan. Kantajilla saa olla korkeintaan 25 kilogramman kantamukset. Näin UNESCO yhtenä maailman johtavista kulttuurisista auktoriteeteista yhdistää aitouden säilyttämistä sekä turismin kehittämistä.

Arrellano tutki mukana olleita vaeltajia ja heidän tuntemuksiaan vastuuntuntoisuuden ja massaturismin uudelleen määrittämisen välillä. Koska ekoturismi on voimistuva trendi, ovat myös matkailijat tietoisia ympäristöllisistä seikoista. Arrellanon mukaan ekoturisti erottuu massaturistista. Massan ekoturisti tuomitsee epäeettisenä. Inca Traililla mukana olleet vaeltajat etsivät aitoutta ensinnäkin ruumiillisuuden kulttuurista ja aistimuksista kaikilla aisteilla. Toinen merkittävä tuntemus oli fyysinen rasitus Andien vuoristomaisemien luonnossa. Tällaisella vaelluksella ekoturistin kaupunkikulttuuriin soivaalistunut ja fyysisesti passiivinen ruumis palaa luonnollisuuden tilaan: eli ruumiilliseen rasitukseen ja aistimusten kokonaisvaltaisuuteen. Neljän päivän vaelluksesta Inca Traililla on tullut turisteille eräänlainen siirtymäriitti, joka mittaa ”aitoa Inca-kokemusta” eli luonnon kauneutta ja muinaisen sivilisaation tarinaa koettuna koko ruumiin aistimuksilla. Näin ekoturisti kokee tunnetta pyhydestä ja kuulumista suurempaan.

Vaellus alkaa (Cuzcosta) 3000 metrin korkeudesta (meren pinnasta) ja nousee korkeimmillaan 4 200 metriin, päätyen Machu Picchulle 2300 metriin. Maasto vaihtelee puolitrooppisesta ilmastosta sademetsiin ja pakkasasteisiin. Painavan rinkan kantamisen, pelkäämisen, rakkuloiden, hyönteisten ja muiden vastoinkäymisten tarkoitus on fyysinen haasteellisuus. Reitin vaivalloisuus tarkoittaakin seikkailun tunnetta. Kokeminen tapahtuu ruumiillisen rasituksen kautta. Tällä tavoin kokemus on ”aidompi”, kuin passiivisen, bussissa istuvan seuramatkailijan, jonka kokemukset perustuvat lähinnä visuaalisiin havaintoihin, vakuuttaa Arrellano.

3.3. Matkailija aitouden etsijänä

Dean MacCannellin (1999) klassikkoteoksen ”*The Tourist. The New Theory of the Leisure Class*”(alkuper. 1976) mukaan kaikki turistit tavoittelevat jollain tasolla syvempää kosketusta matkakohteen kulttuuriin. Lähtökohtana on strukturalistinen differentiaatio, joka on niin vaihtoehtojen kuin vapaudenkin tunteen kokemisen alkuperä modernissa yhteiskunnassa. Se on myös merkittävä perusta vastakohtaisuuksille, konflikteille, haurastumiselle, epäjatkuvuudelle ja vieraantumiselle.

MacCannellille käsite turisti tarkoittaa kahta asiaa: kokemuksia etsiviä matkailijoita sekä modernia ihmistä ylipäätään. Turistikohteet edustavat modernin ihmisen tietoisuutta olemassaolostaan. Turistinen tutkimus on siten myös modernin yhteiskunnan rakenteellisuuden analyysiä. Modernit arvot ovat ylittäneet perinteiset jaot kuten kommunistisen idän ja kapitalistisen lännen, sekä kehittyneet ja kolmannet maat. Modernisaation eteneminen tarvitsee MacCannellin (1999,1-3) mukaan tasapainottomuutta ja epäautenttisuutta. Modernisteille autenttisuus ja todellisuus ovat jossain muualla: ne ovat löydettävissä toisista historiallisista periodeista tai kulttuureista puhtaampina yksinkertaisista elämänmuodoista. Toisin sanoen modernistien huoli luonnollisuudesta - eli heidän nostalgiansa ja autenttisuuden etsintänsä - ei ole vain kiinnostusta kuolleista aikakausista ja tuhoutuneiden kulttuurien matkamuuistoista. Se on myös osatekijä modernin valloittajahenkisyydelle.

MacCannell korostaa (1999, 5) että ”ajassa, jossa yhteiskuntatiede on lujittanut sen intellektuaalisen valta-aseman primitiivisten ihmisten, köyhien ihmisten sekä etnisten ja muiden vähemmistöjen kolonisaatiolla, on paradoksaalisesti valtavirranomaista tutkia modernisaation suosikkien eli kansainvälisen keskiluokan vapaa-ajan aktiviteetteja - siis luokan, jota yhteiskuntatieteilijätkin palvelevat”. ”Jos me olemme lopultakin saavuttamassa modernin yhteiskunnan evoluution, meidän täytyy keksiä voimakkaampia strategioita päästäksemme lähemmäksi ongelman ydintä. Tarkkailemalla turisteja opimme ehkä ymmärtämään paremmin itseämme. Turisteja on kritisoitu pinnallisesta suhtautumisesta mielenkiintojensa kohteisiin – ja niin on yhteiskuntatieteilijöitäkin. Turistit ovat modernien arvojen levittäjiä, samoin kuin yhteiskuntatieteilijät. Ja modernit turistit jakavat yhteiskuntatieteilijöiden kanssa uteliaisuutta primitiivisiä ihmisiä, köyhyyttä ja etnisiä ja muita vähemmistöjä kohtaan.”

Autenttisuus on eräs keskeisimpiä käsitteitä matkailussa, koska se värittää matkailukokemusten onnistumista. Autenttisuuteen liitetään läheisesti käsitteitä kuten aitous, eettinen ja ”pois tavanomaisesta” (*off-the-beaten-track*). Usein uudemmat turistikset muodot, eli eko- ja vaihtoehtomatkailu ja kestävä turismi, liitetään aitouteen koska niitä pidetään massakonseptin vastakohtana. Autenttisuus yhdistetään ympäristölliseen ja kulttuuriseen kestäväan kehitykseen. Mowforth ja Munt (1998, 55-57, 69,80) esittävät kuitenkin, että matkailussa autenttisuutta kommodifioidaan. Heistä autenttisuutta pitäisi pystyä näkemään laajemmassa kehityksessä, ei vain ”aitojen” vuoristoheimojen luokse tehdyissä retkissä, vaan myös tavallisessa elämässä, mihin liittyy vähemmän glamoureja asioita, kuten köyhyyttä ja eriarvoisuutta. Matkailijat yhä edelleen romantisoivat kolonialismin aikaisia tutkimusmatkailijoita, ja samaistavat itseään heihin. Tällainen romantisointi nostalgisoi koskematonta ja primitiivistä luontoa sekä alkuasukkaita, jotka ”odottavat” valloittajiaan. Alkuasukkaiden oletetaan olevan olemassa turistikset palveluita ja valokuvaamista varten. Kysymys ei niinkään ole matkailijoiden kykenemättömyydestä nähdä kliseiden läpi. He osallistuvat kliseisiin niiden viettelevyyden takia ja nauttivat omasta erityisyytensä kokemisesta.

3.3.1. Aitous ja ”sight seeing”

Suuri osa turisteista etsii jossain määrin syvempää kokemusta. Tämä tavoittelu on perustavaa matkalle lähtemisen motivaatiossa. Turisti on ikään kuin maallistunut pyhiinvaeltaja, joka noudattaa turistikset rituaaleja kiinnostuksensa kohteita kierrellessään. Tom Selänniemi (2001, 92) korostaa, että nähtävyyksistä kiinnostuminen koskee ennen kaikkea kulttuurista turismia. ”Sight seeing” eli nähtävyyksien katselu ja kiertely perustuu MacCannellin (1999, 10-13) mukaan sosiaalisen struktuurin differentiaatioon. Hän vertaa näkemystään Thorsten Veblenin analyysiin luokkarakenteista ja epätasaisesta työnjaosta yhteiskunnassa, missä vapaa-aika heijastaa kulutusta ja statuskomponentteja. MacCannellille ”sight seeing” -analyysi heijastelee yhteiskunnallista ”kehitystä” ja modernisaatiota. Modernin maailman differentiaatiot noudattavat samoja struktuureja kuin turistiksetkin. MacCannell havainnollistaa matkailuelämystä seuraavalla kavalla:

Marker: Tourist - Sight - Marker - Attraction

Yleensä nähtävyys itsessään ei ole matkailijan ensimmäinen kontakti siihen. Jokin on herättänyt matkailijan mielenkiinnon tulla katsomaan kohdetta. Tällainen mielenkiinnon herättäjä; ”marker” eli merkitsijä tarkoittaa etukäteistietoa tietyistä kohteesta. Kiinnostuksen herättäjäksi riittää usein pelkästään nähtävyyden nimi, kuva tai kartta siitä. ”Markerilla” voi olla siis hyvin monenlaisia muotoja, kuten opaskirja, informaatiotaulu, esitys tai mielenkiintoinen matkamuisto. Myös matkaoppaat, tuttavien kertomat tarinat tai historialliset tekstit toimivat ”markereina”. Hyvin ”merkityt” nähtävyydet vetävät turisteja puoleensa. Turistit kantavat esitteitä vierailemillaan nähtävyyksillä, ja esitteet osoittavat eli merkitsevät mihin turistin kannattaa kiinnittää huomiotaan. Siinä missä yksilöt keräävät matkamuistoja, nähtävyyksiä ”keräillään” kollektiivisesti. Nähtävyys on aina MacCannelin mukaan etukäteen merkitty. Tärkeä vaihe nähtävyyden merkitsemisessä onkin sen arvokkuuden eksplikointi. Usein ennen nimeämistä on tehty suuri määrä työtä nähtävyyden historiallisuuden, esteettisyyden, taloudellisen arvon, virkistysarvon ja sosiaalisten arvojen suhteen. Merkitsemistä voidaan uusintaa erilaisin käytännöin. Esimerkiksi mekaaninen uusintaminen tarkoittaa kuvaavien tekstien ja materiaalien painattamista. Sosiaalista uusintamista tapahtuu, kun ryhmät, kaupungit ja seudut alkavat nimetä itseään kuuluisien kohteiden mukaan (MacCannell 1999, 41-45, 110).

Koska nähtävyyksiä tutkivat matkailijat ovat motivoituneet halusta nähdä elämää ”sellaisena kuin se on”, heitä myös paheksutaan epäonnistumisesta saavuttaa tämä tavoite. Käsitettä ”turismi” käytetäänkin pilkallisena leimana kokemusten epäautenttisuudesta ja pinnallisuudesta. Turistinen tietous on motivoitunut halusta kokea autenttisia kokemuksia. Vaikka turisti tuntisi kokevansa ”aitoutta”, autenttisuus on kuitenkin vaikeasti määriteltävissä. Esityksen ja aitouden raja on vaikea. MacCannell (1999, 94-101) toivookin, että turismissa vähennettäisiin aitojen kokemusten tärkeyttä tai jopa puhetta niiden olemassa olosta ideaaleina turistisen kokemuksen napoina.

Turistinen tieto löytyy matkaoppaista ja matkakertomuksista, mutta sitä tihkuu myös modernista maailmasta ja sen itsestään selvyytensä pidetyistä todellisuuksista. Yksilöiden tuntemuksilla on tietenkin eroja. MacCannell (1999, 135-143, 152) esittää, että nähtävyyden katsominen ei vielä ole turistinen kokemus. Autenttinen turistinen kokemus ei ainoastaan yhdistä ”merkitsijää” nähtävyyteen/kohteeseen, vaan siihen oleellisena kuuluu

kollektiivinen rituaali, joka on yhdistää oman kokemuksen merkitsemisen suhteessa toisiin. ”Todelliset merkitsijät” (*”truth marker”*) toimivat sementtinä sitoessaan turistin ja kohteen, ylentäen turistin etuoikeutetun aseman. Oleellista on ”totuuden” ja ”todellisen kuvan” status. Itse asiassa ”turistinen merkitsijä” ei tarvitse yhtään todellisuus pohjaista, tieteellistä tai historiallista arvoa. Pelkästään mielikuvien varaan perustuva keskustelu aitoudesta voi johtaa epätodellisen rakenteen progressiiviseen kehitykseen.

3.3.3 Aitous ja ”*life seeing*”

MacCannell (1999) pohtii keskeisenä teemanaan Goffmanin käsitteitä etunäyttämö (*front stage*) sekä takahuone (*back stage*) ja niiden suhdetta todellisuuteen turismissa. Nämä tilat esiintyvät harvoin puhtaina todellisuudessa ja lisäksi useita esityksiä voi tapahtua päällekkäin. Etunäyttämö on vieraiden ja isäntien, tai asiakkaiden ja henkilökunnan kohtaamistila. Takahuoneeseen vetäydytään ”esitysten” eli palvelutilanteiden välillä rentoutumaan ja valmistautumaan. Takahuone on siis ulkopuolisilta ja yleisöltä suljettu. Tämän takia takahuoneeseen liittyy mystifiointia, koska sinne kurkistus tuo esitykseen turistien kaipaamaa ”syvempää merkitystä” ja ”aitoutta”. Arkielämässä jokapäiväisissä tilanteissa pidetään loukkaavana jos tuntematon tunkeutuu ”takahuone”-tilaan. Tällaiseen liittyy tunne kasvojen menettämisestä ja toisen kunnioituksen loukkaamisesta. Toisaalta ”takahuone” kututtaa uteliaisuutta ja luo uskomusta, että on olemassa enemmän kuin mitä itse esityksessä silmä huomaa. Yleisesti uskotaan, että takahuoneesta löytyy salaisuuksia. Oleellinen roolijako liittyykin siihen, kenelle esitetään ja kuka esittää.

Veijolan (1988, 46-49) mukaan länsimaalaiset ihmiset etsivät vähemmän kehittyneistä maista luonnollisuutta, yksinkertaisuutta ja aitoutta kvaliteetteja, jotka ovat katoamassa länsimaalaista elämänmuodosta. Turistikohteiden autenttisuus ja alkukantaisuus eivät useinkaan ole aitoja, vaan konstruoitu sellaisilta näyttäviksi. Kulissien takainen alue onkin uusi näyttämö, jonka tarkoitus on näytellä kulissien takaista maailmaa. ”Todellinen” takahuone on miltei tavoittamattomissa. ”*Sight seeingin*” lisäksi turistit tutkivat ”*life seeingiä*”. Parhaimpia asioita, mitä turistille voi tapahtua, on saada kutsu takahuoneeseen, eli paikallisen perheen luokse, esimerkiksi ruokailemaan. Pahinta olisi kutsun

paljastuminen matkanjärjestäjän uusimmaksi markkinointikeinoksi tehdä vaikutus kaiken nähneisiin, eli ”turistikamaa” vältteleviin asiakkaisiinsa.

Jaguaribe ja Hetherington (2004, 155-166) analysoivat Brasilian *faveloihin* eli laitakaupungin ghettoihin toteutettavia ”*sight seeing*” -kierroksia, joita mainostetaan ”aitoina elämyksinä”. Turisteille tarjotaan mahdollisuutta kurkistaa ”todellista” Rio de Janeiroa. Rio de Janeiro on tunnettu yhtenä maailman houkuttelevimmista turistikohdeista. Rioon yhdistetään ”postikorttimaisemat” eli trooppiset hiekkarannat, kauniit naiset, eksoottinen yöelämä ja mielihyvän tavoittelu. Brasilia on kuitenkin jyrkkien vastakohtaisuuksien maa. Turisteja kiinnostaa myös kurkistus toisenlaiseen Brasiliaan. Jaguaribe ja Hetherington korostavat, kuinka todellisuuteen perustuva kulttielokuva Jumalan kaupunki (*Cidade de Deus*, 2002) on tuonut suuren maailman tietoisuuteen Rion katulapset ja *favelat* eli slummikorttelit. Elokuva voidaan tulkita MacCannelin käsitteellistämänä ”*markerina*”, joka osoittaa turisteille asioiden tiloja, mihin kiinnittää huomiota. Favelassa eläminen ja selviytyminen liittyvät harmaaseen talouteen sekä ratkaisumalleihin, jotka ovat sekä kyseenalaisia että luovuutta vaativia. ”Jumalan kaupunki” -elokuva pyrkii kuvaamaan realistisesti yhden nuoren ulospääsyä väkivallan ja laittomuuksien kierteestä.

Jaguariben ja Hetheringtonin mukaan *favela* on osa Brasilian kansallista identiteettiä. Etniseen identiteettiin on vaikuttanut niin paikallisten värien kirjo kuin populaari-primitiivisyys elinvoimaisuuden lähteenä. Tässä mielessä *favela*-retket ovat yhteydessä turistin kiinnostuksen kohteeseen kurkistaa aitouden esiripun taakse. Vaikka *faveloissa* vallitsee palvelujen ja hyödykkeiden niukkuus, niissä on tarjolla turisteille jotain aivan uutta. Tänä päivänä NGO-projektit (*Non Governmental Organizations*) kannustavat ja ohjaavat *favela*-nuorisoa kulttuuristen innovaatioiden pariin. Musiikki, T-paitasuunnittelu ja maalaaminen ovat asioita ja ilmiöitä, josta turistit ovat kiinnostuneita yleisönä ja ostajina. Tällaiset *favelan* kulttuuriset innovaatiot tarjoavat myös vaihtoehtoja huumekaupalle, korruptiolle ja rikollisuudelle.

Oleellista *faveloissa* on normatiivinen disorganisaatio: väkivalta ja harmaa talous. Jaguariben ja Hetheringtonin mukaan *favela* on tila, joka ”paljastaa modernin tulevaisuuden lupauksen”. Se edustaa erilaista aikaa ja tilaa. Elämä on enemmän hetkittäistä, kuin ohjattua ajan virtaa. *Favela* on ”kaupunki-tulevaisuuden tila, mahdollinen

häivähdys painajaismaista tulevaisuutta, missä niin pääoma, hallinnointi kuin työvoimakin ovat vapautettuja säännöstelystä”. Jaguaribe ja Hetherington pohtivat Lévi-Straussin näkemystä sivilisaation kehittymisestä. Tämän mukaan Rion *faveloiden* harmaa talous edustaa sitä, mitä Lévi-Strauss piti kulttuurin sivilisoivien vaikutusten pilaantumisena: hybridiyttä ja kulttuurien sekoittumista. Samansukuisen ajattelun mukaan Brasilian militaarishallituksen aikana 1960 - 1980-luvuilla *faveloiden* näkyvyyttä pyrittiin systemaattisesti siivoamaan pois turismiteollisuuden tieltä.

Poliittinen käsitys *favela*-kulttuurista ja köyhien oikeuksista ylipäättään on virallisesti tunnustettu vasta 1990-luvulta lähtien. *Favelat* eivät vain ole olemassa pysyäkseen, vaan niistä on tullut osa kaupunkikuvaa itseään. Jaguariben ja Hetheringtonin mukaan turismi on ollut avainasemassa tässä prosessissa. Nykyään *favela* määritellään tilan lisäksi tapahtumana: kulttuurisen innovaation lähteenä ja virtana. Populaarikulttuurissa ja mediassa suurta näkyvyyttä saa osakseen suurkaupunkien marginalisoitujen elämä eli huumekauppa, pelko ja sosiaalinen väkivalta. Televisiosarjat ja musiikkivideot kertovat lainsuojattomista ja köyhistä, eli elämästä *faveloissa*. Median globaali vaikutus ja kansalaisjärjestöt osallistuvat representaatioiden määrittelyyn.

Nykyään *favela*-retken voi ostaa sujuvasti hotellin vastaanottotiskiltä. Tällaista ekskursionien järjestämistä perustellaan tarkoituksena lieventää urbaania kurjuutta, väkivaltaa ja köyhyyttä korostamalla todellisuutta myyttien sijaan. Kohderyhmänä ovat pääasiassa pohjoisamerikkalaiset turistit. Puolen päivän jeeppiretki alkaa rantahotellilta ja jatkuu Rocinhan kaupunginosaan. Oppaat edustavat paikallista väestöä: osa heistä on kadulla kasvaneita ja osa opiskelijoita. Opaskurssilla heidät on valmennettu kohtaamaan ja käsittelemään kulttuurieroja. Oppaat esimerkiksi opastavat turisteja ostamaan *favela*-matkamuistoja, eikä antamaan rahaa kerjäläisille. Tarkoitus on käsitellä sosiaalisia ongelmia ja tulla sujuvasti toimeen moninaisuuden kanssa. Kansalaisjärjestöt ovat olleet suunnittelussa mukana. Retkeläiset kohtaavat ”aitoa ja shokeeraavaa” Brasiliaa: eksoottisuus, moninaisuus ja vaaran tuntu ovat läsnä. Kadut ovat päällystämättömiä ja roskaisia. Likavesi haisee.

Tällainen jeeppisafari ja matkamuistojen ostaminen on kurkistus Goffmanin käsittein ”takanäyttämölle”, minkä jälkeen turistit palaavat ”etunäyttämölle” eli luksushotelleihin ja rantabaareihin. Vierailijat haluavat kokea Rion ”todellisuutta” ottamatta suurempia riskejä.

Ja tällaiset retket tarjoavat sitä, mitä lupaavat. Köyhyys spektaakkelinä on taattua. Paikalliset eivät esiinny turisteille, ennemminkin toisenlainen tila esittäytyy heille. Jaguariben ja Hetheringtonin mukaan *favela* on kuin kaupunginosa ilman karttaa. Faveloiden esille nostaminen tuo esiin uusia urbaaneja muotoja, kulttuurisia syn-energioita ja haastaa kaupungin sosiaalisia suhteita. Samalla uusinnetaan sosiaalisia rakenteita, valtasuhteita ja eriarvoisuutta.

3.3.4. Merkitsijä eli ”marker” kulttuurisena osoittajana

Kerronnallisuus yhdistetään matkailuelämyksiin. Matkaoppaat, esitteet ja kuvallinen aineisto kertovat siitä, minkälaisia tulkintoja asioista annetaan. Oman aikamme matkakirjoista löydämme sen, miten matkakohde ja sen olemassaolon historia tarjotaan matkailijalle (Kostiainen 2002, 23-24).

Matkailija siirtyy toisenlaisen ilmaston lisäksi toisenlaisiin tapoihin ja merkitysjärjestelmiin. Vaikka matkaja osaisi kohdemaan kieltä, voi paikallinen murre olla ylivoimaista ymmärtää. Paikallinen kieli voi olla myös kirjoitusmerkeiltään erilaista, mikä lisää kommunikoinnin hankaluutta. Toisenlaiseen rahan arvoon on vaikeaa totuttautua, ja rahaa vaihdettaessa valuuttakurssit ja komissioidut voivat olla hämmentäviä. Jos kohteen ja kotimaan aikaero on suuri, todennäköisesti ”*jet lag*” vaikeuttaa osaltaan sopeutumista. Välimatkoja, painoja, lämpötiloja on hankalaa hahmottaa jos kohdemaan mittayksiköt ovat vieraita. Vasemmanpuoleinen liikenne sotkee kaikki väistämusrutiinit oikeanpuoleisen liikenteen sisäistäneeltä. Kohdemaan laki voi sanktioida asioita, jotka ovat täysin sallittuja kotimaassa. Kulttuurien perussääntöjärjestelmien erilaisuus on hyvin hämmentävää.

Implisiittisiä kulttuurisia koodeja liittyy esimerkiksi korrektiin pukeutumiseen, eleiden sekä ilmeiden symboliikkaan, kulinaarisiin elämyksiin, ostosten tekemiseen rituaalina, naisen ja miehen rooleihin ja juomarahaan. Tabut ovat kulttuurisidonnaisia ja kohdekulttuurin tabun loukkaaminen tiedonpuutteen takia on yksi turismiin liittyvistä surullisimmista ilmiöistä.

Antropologit muistuttavatkin ”*emic*”- ja ”*etic*”-käsittein katsojan ja katsottavat kokemisen erilaisuudesta. Kun tietyn yhteisön jäsenet kuvaavat ja kokevat elämäänsä omassa elämänpiirissään, he edustavat ”*emic*”-näkökulmaa. Tutkijat ja antropologit analysoivat havaintojaan ulkopuolelta tai omista merkitysjärjestelmistään käsin. Silloin näkökulma on ”*etic*”. Antropologi Thomas Hylland Eriksen (1995,26-27) tiivistää, miksi ulkopuolinen (tutkija) ei voi tavoittaa paikallisyhteisön tapaa kokea asioita. Ensinnäkin, kun käännämme merkityksiä kieleltä toiselle, ja käänös ei voi tarkalleen tavoittaa alkuperäisen ajatuksen merkitystä. Toiseksi, käytämme kirjoitettuja keinoja suullisten ilmausten kuvaamisessa. Ilmauksen ajatus kuitenkin muuttuu, kun se muutetaan kirjalliseen muotoon. Kolmanneksi, antropologi ei koskaan kykene identifioimaan itseään ihmisiin, joita hän tutkii. Parhaiten ”*emic*”-näkökulman tavoittaakin alkuperäisväestöä edustava tutkija.

Antropologi viettää tutkimuskohteessaan useita vuosia ja ensimmäiseksi opettelee tutkittavien kielen. Hän tietää, ettei hän tavoita ”*emic*”-näkökulmaa. Turisti viettää kohteessa huomattavasti lyhyemmän ajan, eikä ehkä edes ole kiinnostunut paikallisesta tapakulttuurista. Itsellinen matkaja, joka kohtaa vieraan kulttuurin ilman pakettimatkaorganisaation turvaverkkoa, on hämmentävässä tilassa. Kotoisten rutiinien, ja uusien sekä outojen tapojen ristiriidan synnyttämää kognitiivista dissonanssia vähentää kuitenkin etukäteen tai paikanpäällä opiskeltu tieto. MacCannellia soveltaen ”*marker*” eli merkitsijä (joka voi siis olla opaskirja, internet-sivusto tai kanssamatkustajien tarinat, mutta myös reilun kaupan aate tai ekologiset arvot) ohjaa matkajan käyttäytymistä siinä tilassa, missä itsestäänselvyydet kyseenalaistuvat ja joutuvat uudelleenmäärittelyn kohteeksi. Toisaalta ilman tietoa ja ymmärrystä paikallisuudesta voi turisti toimia kovin kyseenalaisesti, edes sitä itse ymmärtämättä. Selkeästi eksplikoidut ohjeistukset helpottavat kontekstin vaikeaselkoisuuden synnyttämää hämmennystä.

Perttula (2002, 46-47) on tutkinut matkailuelämyksen ydinteemoja. Hänen mukaansa, ensinnäkin olennainen osa on kontrasti arkielämän ja matkailutapahtuman keskinäisen erilaisuuden välillä. Toiseksi, matkailutavan tiedostaminen on oman matkailutavan ja laajemman matkailun yhteiskunnallisen ulottuvuuden tunnistamista. Tällä on yhteys laaja-alaisempaan eettiseen pohdintaan. Kolmanneksi, matkalla onnistuminen on selviytymistä haasteesta, unelman toteutumisesta ja jännityksen muuttumisesta ystävällisyydeksi. Ihminen on itse päävastuussa haaveen toteuttamisesta ja matkalla hän on oman elämänsä subjekti. Neljänneksi, kokemusten määrä on moniaistista elämysten runsautta ja kokemusvirran

keskellä olemista. Matka korostaa tuntemusten kokonaisuutta. Viidenneksi, vahvat tunnetilat ovat koetun ainutkertaisuutta; tärkeyttä, jännitystä, pelkoa, hämmästyä, syvää rauhaa ja epätodellista tunnelmaa. Tämä ei noudata kulttuurista arvotettavuutta. Kuudenneksi, yhteisyys on omalta tuntuvalta ryhmän löytämisestä, yhteisyyden- ja kansallistunteen vahvistamisesta, vahvaa yhteenkuuluvuutta, läheisen ihmissuhteen solmimista ja rakastumista. Tällainen kyky liittyy ihmisen kiinteämmiin osaksi sosiaalista maailmaa. Seitsemänneksi, uppoutuminen ympäristöön on hetkessä elämistä ja ajan pysähtymistä. Matkailutapa nauhitsee ihmisen siihen paikkaan, jossa hän on. Kahdeksanneksi, kokonaisvaltainen muutos on matkailijan itsevarmuuden vahvistamista, itsenäistymistä, elämän suunnan selkiytymistä ja elämän käännekohta. Matkailija voi löytää matkan avulla seuraavan uuden elämänvaiheen punaisen langan.

Keskeinen kokemuksen tutkimisen epistemologinen kysymys on välittömän kokemuksen ja tiedon välinen suhde. Matkailuelämys siis auttaa havaitsemaan, miten tällaiset ymmärtämisen tavat – tieto ja kokemus - rakentuvat. Niiden kautta voidaan arvioida ymmärtäjän ja ymmärtämisen kohteen välistä suhdetta, ja ymmärtämisen varmuutta ylipäätään (Perttula 2002, 42-43,). Kokemusta ei siis voi irrottaa tiedosta, tai tiedon representaatiosta, jota legitimoidaan ”*markereilla*”.

3.3.4. Aitouden dilemmaisuus

Pekka Sulkunen (1998, 308) korostaa luonnon käsitteen suhteellistumista. ”Puhdasta” eli koskemattonta luontoa ei enää ole olemassa, koska ihmisen toiminnan vaikutukset ulottuvat koko ekoympäristöön. Olemassa olevat koskemattomat alueet ovat koskemattomiksi jätettyjä. Teknologinen kontrolli ulottuu jopa elämään ja kuolemaan ja tämä synnyttää uudenlaisia moraalisia vastuita ja ongelmia. Nykyihmisen ”aitouden ongelma” tuntuu olevan se, että maailmassa ei ole enää mitään oikeasti aitoa. Se, mikä näyttää aidolta, perustuu vain siihen, että joku on niin tahtonut.

Toisin sanoen yksilö voi nauttia ”aitona elämyksenä” lisääineita sisältävää cola-juomaa tai muokkaa ulkonäkönsä plastiikkakirurgilla ”aitojen” kauneusihanteiden mukaiseksi.

Aitouden ja autenttisen kokemukset liittyvät kokijan subjektiiviseen arvomaailmaan ja ovat siten ulkopuolelta vaikeita tai mahdottomia arvottaa.

Tuulentie (2002, 65-75) on tarkentanut autenttisuuden määrittelyä jakamalla sen kolmeen osa-alueeseen. Ensimmäinen eli objektiivinen autenttisuus tarkoittaa ”ei väärennettyä” ja ”ei keinotekoista”. Sosiaalisessa elämässä objektiivista autenttisuutta on miltei mahdotonta eristää, koska sosiaalinen todellisuus on luonteeltaan ristiriitaista ja määrittely riippuvaista tulkitsijan perspektiivistä. Toinen eli konstruktivistinen autenttisuus korostaakin tulkintojen sosiaalista rakentamista ja symboliikkaa. Tällainen autenttisuus on luonteeltaan suhteellisuuksiin perustuvaa. Kolmas muoto on eksistentiaalinen autenttisuus, mikä korostaa tuntemusten henkilökohtaisuutta ja itseisarvoa. Käsitteenä aitous on siis kovin monimerkityksellinen ja moniulotteinen.

Matkailututkimuksessa aitouden etsintää ei ole kuitenkaan voitu sivuuttaa, koska ensinnäkin arkikielessä sekä arkiajattelussa ”aitous” ja se tavoittelu ovat todellisia asioita. Yksilöt kertovat matkoistaan tarinoita ja juuri matkatarinoissa ”paikallisten aitous ” sekä ”syvempi kosketus paikalliseen elämään ja kulttuuriin” edustavat keskeisiä ja kantavia teemoja. Toiseksi, turististen aitouden kokemusten rinnalle on tärkeää nostaa esille turismin aidot seuraukset. Turismi jättää jälkensä paikalliseen kulttuuriin ja ympäristöön. ”*Guests ja hosts*” -suhteen tutkiminen onkin epäsymmetristä, jos tutkimusaineisto perustuu vain vieraiden eli turistitien tuntemusten määrittelyyn.

3.4. Uteliaisuus toiseuteen: ”hosts ja guests”-suhde

”Jos turistin ongelma ei ole matka vaan arki, niin joillekin varsinainen ongelma on itse turismi: kohteessa asuville ihmisille, paikallisille. Paikalliset ovat tosin olleet ongelmasta pitkään hiljaa, sillä turismi on käyttänyt ”ystävällisen valloittajan” strategiaa: se on hiljalleen ja huomaamatta vallannut kohtemaan talouden, kulttuurin ja luonnon. Kohtemaassa on aluksi uskottu, että turismi on keino rikastua, mutta sitten tuotantovälineet ja tuottokin ovat karanneet ulkomaille. Jossain tapauksissa vain noin kymmenen prosenttia turistien tuomasta rahasta jää kohtemaahan, loput lentävät takaisin teollistuneisiin maihin. Samalla turismi on saattanut aiheuttaa korjaamattomia sosio-kulttuurisia ja ekologisia vahinkoja (Jokinen & Veijola, 1990, 104)”.

Turisti katsoo paikkaa ulkopuolisen silmin, turistille lomakohte on nimenomaan nähty paikka, kun se on paikalliselle asukkaalle eletty ja koettu paikka. Turistinen kulttuuri on spatiaalisesti hyvin heikosti määrittynyt, vaikka se toisaalta edellyttää tiettyjä ilmastollisia ja maantieteellisiä piirteitä menestyäkseen. Tavoiteltava olotila on ennemminkin paikattomuus, johon ulkopuolisuus kuuluu olennaisena osana. Tämä mahdollistaa arkielämän rajojen ylittämisen hetkellisesti. ”Etelän” viehätysvoima piilee suuresti juuri tässä mahdollisuudessa siirtyä toiseen olotilaan (Selänniemi 1996, 188-194). Liminaalitalan hurmoksessa turistit vapautuvat kotimaan pukeutumis- ja käyttäytymiskoodistosta jopa niin perusteellisesti, että he saattavat kulkea kaupunkien keskustoissa bikineissä tai pelkissä shortseissa. Tällainen rikkoo usein vierailtavan kohteen sääntöjä. Selänniemi mainitseekin väitöskirjassaan – aineisto kerättiin islamilaisista ja katolisista matkakohteista - kuinka ”turistinaisen niukka pukeutuminen ja vapaa heittäytyminen seksuaalisuhteisiin paikallisten miesten kanssa ovat johtaneet turistinaisten yleistävään kategorisointiin ”huorina” – varsinkin paikallisten naisten puheissa” (Selänniemi 1996, 222).

Turismi on yksi tärkeimmistä tekijöistä, mikä vaikuttaa maailmankuvaamme. Tämä ei ole seurausta ainoastaan lomamatkakokemuksista, vaan myös siitä, miten matkakohteet esitellään matkaohjelmissa, dokumenteissa, esitteissä, oppaissa, mainonnassa ja kertomuksissa. On tärkeää huomata, että olemme tekemisissä representaatioiden kanssa. Kun turistit tulkitsevat ja representoivat kokemuksiaan, heidän tapansa nähdä asioita voi olla perustavanlaatuisesti toisenlaista, kuin kohteen paikallisten ihmisten kokemukset

turismista. Samoin erilaisten turistien tulkinnat voivat erota perinpohjaisesti. Toisaalta turismi ”imaisee” matkakohteita globaaliin matkailuteollisuuteen. Toisaalta turismin ulkopuolelle jäävät maat marginalisoituvat globaalin verkostoitumisen prosessista. Turismi edustaa sekä seurausta että aiheuttajaa globalisaatiossa (Mowforth ja Munt 1998, 6-8).

J.M. Tim Wallace (2001, 298-314) kuvaa kestävän kehityksen turismia paikallisten ihmisten kokemana. Hän korostaa, että turismin kehitys on yhtä riippuvainen vieraiden, kuin paikallistenkin kulttuurisesta kiinnostuksesta suojella kohdetta. Suojelemisen määrittelyä käydään neuvottelemalla molempien osapuolien välillä ja neuvottelun onnistuminen tai epäonnistuminen jättää jälkensä paikallisen yhteisön ympäristöön sekä kulttuuriin. Kysymys ”Voiko turismi pohjautua kestävään kehitykseen?” tarkoittaa itse asiassa ”Voiko turismin kehitys perustua minimaaliseen muutokseen paikallisyhteisössä ja sen luonnossa?” Keskeistä on siis paikallisten ihmisten ja yhteisöjen osallistuminen kehittämisen määrittämiseen.

J.M. Tim Wallace teki tapaustutkimusta matkailun kestävän kehityksen aatteen yhdistämisestä matkailuun Unkarissa Lake Balatonissa. Hänen johtopäätöksensä mukaan paikalliset suhtautuivat turisteihin sitä positiivisemmin, mitä enemmän nämä olivat nähneet vaivaa opiskella unkarin kieltä, osoittivat kiinnostusta kulttuurisista nähtävyyksistä ja halusivat osallistua paikallisiin tapoihin. Paikalliset pitivät epämiellyttävänä turisteja, joille suhtautuminen kohteen elämään oli vertikaalista ja epäsymmetristä. Tällaiset turistien käytös tyyppiteli paikallisuuden vähemmän kehittyneeksi. Paikalliset pitivätkin miellyttävämpinä turisteja, jotka kykenivät osoittamaan joustavuutta odotusten ja palveluiden suhteen, ja jotka kohtelivat paikallista henkilökuntaa oppaina ja paikallisen kulttuurin tulkitsijoina, eikä niinkään palvelijoina. Paikallisten mielestä ideaali turisti jättää mahdollisimman vähän haittavaikutuksia ja mahdollisimman paljon rahaa.

Turismin kehittäminen on neuvotteluun perustuva jatkuva prosessi. On siis väistämätöntä, että turismikohteet muuttuvat sekä paikallisten että turistien tarpeisiin sopiviksi. Joskus paikalliset kontrolloivat tällaista määrittelyprosessia, ja joskus turistit. J. M. Tim Wallace kritisoi käsityksiä, joita yhdistetään kestävään turismiin: esimerkiksi oletetaan, että paikallisuus voidaan eristää yksittäiseen, alkuperäiseen ja erityiseen tilaansa, ja tällainen alkuperäisyys olisi ideaalia kulttuurisille, sosiaalisille ja ympäristöllisille olosuhteille. Turismiin liittyvät lataukset ovat kiinni katsojan suhteesta turismiin. Turisti, hotellin

omistaja, tarjoilija, kiinteistöagentti, matkatoimistovirkailija, poliitikko ja kansalainen määrittelevät kukin turismia omasta perspektiivistään. Lukuisista määrittävistä prioriteetti-seikoista taloudelliset seikat painavat hyvin paljon.

Kun taloudelliset olosuhteet ja turistit muuttuvat, muuttuu myös turistikohteen kulttuurinen määrittely. Ilman turisteja ei ole turistikohdettakaan. Kuitenkin, kun turistit saapuvat ja ovat vuorovaikutuksessa paikallisten asukkaiden kanssa, turismin määrittelyprosessi alkaa vaikuttaa sosiaaliseen, kulttuuriseen ja fyysiseen ympäristöön. Wallace korostaa ja alleviivaa, että kestävän kehityksen turismia ei pitäisi yhdistää tarkoittamaan turismin säilyttämistä, vaan turismin minimaalista kulttuurishokkia paikallisille ihmisille.

Selänniemen (1996) mukaan turismin kehittämisessä on tärkeää pitää mielessä, että turistien uteliaisuus paikallisiin tapoihin on kovin ohutta. Turistit ovat vieraita, jotka asuvat tilapäisesti toisessa kulttuurissa. He ovat tavallisesti varakkaampia kuin isäntänsä ja heidän kiinnostuksensa toisenlaisuuteen, joka on usein ennalta muotoutunutta ja peräisin heidän omasta kulttuuristaan on varsin rajoittunutta. He ovat kömpelöitä ja pohjimmiltaan marginaalisia ollessaan vierailukohteessaan. He kommunikoivat tehottomasti ja he käyttävät taloudellisia resurssejaan hankkiakseen niitä kokemuksia ja suhteita, joita arvostavat; koska eivät varsinaisesti kuulu vierailtavaan paikkaan. Lisäksi he ovat vapaita lähtemään milloin vain. Kotiinpaluun jälkeen he omaksuvat jälleen pysyvemmän identiteettinsä ja kertovat kokemuksistaan kohottaen statustaan kokemuksistaan (Selänniemi 1996, 49).

4.5. Kuluttajamatkailija mcdonaldisaatioissa

John Urry (2000) kirjassaan "*Consuming places*" viittaa kulutusta koskevassa analyysissään ensinnäkin siihen, että "tiloja" muokataan yhä enemmän kulutuskeskuksiksi palvelujen ja materiaalistien hyödykkeiden tarjontaa lisäämällä. Itse asiassa länsimaisessa aikalaistaloudessa palvelujen differentiaatiota voidaan pitää merkittävämpänä kuin tavaratuotantoa. Toiseksi, "paikat" itsessään ovat kulutuksen kohteena, varsinkin visuaalisesti. Tähän liittyy erityisesti turisticiin kulutuspalveluihin, joita suunnataan sekä vierailijoille että paikallisille. Turistillehan paikka on koettu, kun se on nähty. Kolmanneksi, paikat ovat kirjaimellisesti kulumisen kohteena. Miten merkittävänä ihmiset kokevat paikan – liittyy sen luonne sitten teollisuuteen, historiaan, arkkitehtuuriin, kirjallisuuteen tai ympäristöön - riippuu sen kestävydestä ajan käytössä. Neljänneksi, kulutuksessa rakennetaan identiteettiä.

Paikkojen kulutuksessa oleellinen kysymys kuuluukin, onko keskiössä vierailijoiden, paikallisten vai molempien identiteetti. Tällaista kulutuksen ja paikan ambivalenttia suhdetta neuvotellaan mm. paikallisten kiinnostuksen, sosiaalisten ja poliittisten liikkeiden, suojelun ja mielihyvän etsinnän kesken (Urry 2000, 1-2, 129).

Baumanin (1998) mukaan länsimainen yhteiskunta on kulutusyhteiskunta. Kaikki jäsenet ovat kuluttajia. Itse asiassa kaikki elävät olennot ovat olleet aina kuluttajia, mutta erotuksena perinteiseen tuotantoon, aikamme teollisuus tuottaa yhä enemässä määrin tavaroiden lisäksi palveluja ja elämyksiä. Kuuliaisat kuluttajat pitävät yllä markkinatalouden rakenteita ja talouskasvua. Tuotteiden tehtävä on herättää halua potentiaalisissa kuluttajissa ja syrjäyttää kilpailevien tuotteiden herättämä mielenkiinto. Haluaminen ei kuitenkaan sammu ostotyydytyksessä, vaan suuntautuu nopeasti uusiin ja yhä viettelevämpiin tuotteisiin. Tarpeiden "tyydytys" on nopeakestoista, eikä vaadi uusien taitojen opettelua tai pohjustustyötä. Kulutusyhteiskunta on ennen kaikkea unohtamista, ei oppimista. Perinteinen tarpeiden ja tyydytyksen suhde on käännetty ylösalaisin; toivo ja lupaus tyydytyksestä edeltää tarvetta tulla tyydytetyksi, ja tulee aina olemaan viettelevämpi kuin itse tarpeet.

Ideaali kuluttaja onkin hauskanpitoa rakastava seikkailija. Kuluttajalle liikkeellä olo ja jatkuva etsintä edustavat onnea ja autuutta, tai ainakin lupausta sellaisesta. Mutta vaikka

kuluttajalla onkin tunne vapaudesta valita – ja myös valta kritisoida ja tuomita – tämä vapaus on kuitenkin ”pakko” valepuvussa, koska kulutusyhteiskunnalle ei ole vaihtoehtoa (Bauman 1998, 75-85). Kuluttamalla ja kulutustapojaan muuntelemalla yksilö voi ilmentää ja ”leikitellä” paitsi erilaisia sosiaalisia rooleja ja asemia, myös arvoja ja identiteettejä. (Urry 2002, 13-15, kts. myös Saarinen 2002, 8)

Kupiainen ja Suoranta (2002) jatkavat kulutuksen tarjoamaa identiteetin ”rakennusmallin” kritiikkiä. Heidän mukaansa elämyskulttuuri muokkaa mieltä ja ruumistamme tehokkaammin, kuin kirurgin veitsi. Se opettaa tuijottamaan itseämme konsumerismin vaatimina tyyliteltyinä pintoina ja objekteina. Identiteetti ”kelluu” markkinoiden merkitysavaruuksissa. Vaikka elämysyhteiskunta perustuukin yksilöllisyyteen ja valintoihin, on valinnasta tullut paradoksaalisesti pakko. Sille ei ole vaihtoehtoja. Suorituksiin ja tavaramaailman lumoon uskovan yksilöllistymisen hintana on kehäpäätelmää muistuttava tilanne, joka uhkaa lamaannuttaa sosiaaliseen kiinnittymiseen tähtäävän identiteettityöskentelyn. (Kupiainen & Suoranta 2002, 120-121). Siis identiteettiä muokataan ennen kaikkea ostamalla asioita, eikä hyväksymällä, oppimalla tai sosiaalisesti neuvotellen.

Beck (1999,131-133) muistuttaa kuitenkin, että kuluttajalla on kollektiivista valtaa jopa globaaleissa toimintayhteisissä. ”Kansalainen tajuaa ostotoimensa suoraksi äänestyslipuksi, jota hän voi käyttää poliittisesti aina ja kaikkialla.” Yksilön valta tehdä valintoja ja boikotoida yhdistää aktiivisen kuluttajakunnan suoraan demokratiaan – jopa maailmanlaajuiseen sellaiseen. Tällainen vallankäyttö edellyttää tietenkin ostovoimaa, eli sulkee ulkopuolelle kaikki ne, joilla sitä ei ole. Beck jatkaa, että yksilöiden aktiivisuus on ennemminkin joukkoviestimien välittämää, kuin sisäsyntyistä. Maailmankuvaansa jäsentäessään yksilö joutuu väkisinkin nojautumaan viestimien symboliseen politiikkaan. Ihmisten toimintakykyisiksi saattaminen onnistuu sitä paremmin, mitä yksinkertaisempi ja yksiselitteisempi kehitetty symboli on, mitä vähemmän kustannuksia julkisuudessa liikkeellepantu toimintapotentiaali yksilölle aiheuttaa, ja mitä helpommin sen avulla voidaan omatunto puhdistaa. Uhkakuvat synnyttävät siis merkityshorisontin, johon liittyvät välttäminen, auttaminen ja puolustaminen sekä havaitun uhan mukaan kärjistyvä moraalinen ilmapiiri. Tästä tilasta käsin määritellään ”hyvien” ja ”pahojen” rooleja.

Leslie Sklairin (2002, 109-116) mukaan konsumerismin kulttuuri-ideologia liittyy läheisesti kapitalismin globalisaatioon. Markkinoilla tuotetaan tavaroita (ja elämyksiä) viettelemään asiakas: shoppaamisesta on muodostunut symbolista toimintaa. Mielikuvat ovat keskeisessä asemassa ja niitä luodaan ja kierrätetään massamedian välityksellä. Tavaroiden hankkiminen on johtanut ”todellisuuden estetisointiin”. Tällaisten prosessien lopputuloksena on syntynyt elämäntyyli, joka keskittyy omakuvan kehittämiseen. Vaikka konsumerismin ideologia julistaa inkluusiota, ne ihmiset joilla ei ole kapasiteettia kuluttaa, jäävät ulkopuolelle. Käytännössä Sklairin mukaan tämä prosessi on amerikkalaistumista, vaikkakin massamedian ja populaarikulttuurin universaali kyky levittää konsumerismia perustuu ylikansallisiin käytäntöihin.

Rizer ja Liska (1997, 96-109) pohtivat matkailuelämysten “liukuhinnaistumista”. Yhteiskunnan mcdonaldisaatio-teoria jatkaa Max Weberin teoriaa rationalisoitumisesta modernin suurena narratiivina. Moderni maailma perustuu tehokkuuteen, laskelmointiin ja ennakoitavuuteen. Kaikkea tätä kontrolloi ja dominoi epähumaani teknologia, joka kuitenkin kasvattaa rationaalisuuden irrationalismia.

Rizer on kirjoittanut mcdonaldisaatiosta enemmänkin, mutta tässä artikkelissa hän pohtii mcdonaldisoitumisen asemaa matkailussa ja nostaa prototyypiksi Disney-maailman. Disney-teemapuisto on tehokas monella tapaa: sellainen prosessoi valtavan määrän kävijöitä minimiajassa. Hinta- ja ajankäyttölaskelmat ovat loppuun asti huoliteltuja. Disney-maailman esitykset ja mielikuvat ovat tarkasti etukäteen ennakoitavissa. Vierailijat kokevat juuri sellaista, mitä he odottavatkin. Teemapuistot toimivat mekaanisesti: näin pyritään välttämään sitä, että asiakkaat eivät kokisi inhimillisiä yllätyksiä. Siksi teemapuistot edustavat teknologian voittoa. Suuri osa esityksistä on mekaanisia ja elektronisia, ja esiintyvät ihmiset ovat epähumaanin teknologian kontrolloimia. Tällaisen teknologisen rationalisoinnin ja hyödyn maksimoinnin seurausta ovat kuitenkin pitkät jonot ja odotukset. Kolikon toinen puoli siis edustavaa rationalisoinnin irrationaalisuutta: maksetaan hankalasti kalliista.

Rizer ja Liska huomioivat, että Disney-teemapuistot ovat saman ikäisiä kuin McDonald´sit. Kumpikin aloitti toimintansa 1985. Molemmat toimivat samalla tehokkuus-periaatteella ja ovat epäilemättä voimakkaimpia aikakautemme symboleja. Siinä missä McDonald´s on rationalisoinut pikaruokailun normaaliksi osaksi yhteiskuntaa, on Disney Rizerin ja Liskan

mukaan selkeästikin malli ja prototyyppi turismissa. Esimerkiksi voidaan helposti väittää, että Las Vegas kasinoineen ja hotelleineen on alkanut muistuttaa Disneyn teemapuistomallia. Myös risteilyalukset ja ostoskeskukset ovat rationalisoitu tehokkuuteen McDonald´sin osoittamalla tavalla, kuten suuri osa turismia ylipäättään. Rizerin ja Liskan mukaan yksilöllistyminen pakettiturismissa on kovin näennäistä. Koska suuri osa yhteiskunnista on mcdonaldisoitu, ei itse pakettimatkaa tarvitse enää tehostaa. Standardisoituja aterioita löytyy miltei kaikkialta. Enää ei tarvitse mennä sellaista varten pikaruokalaan. Kansainväliset ketjut tuttuine ja varmoine tuotteineen pitävät huolta turistin yllätysten ehkäisystä.

Rizer ja Liska kritisoivatkin sosiologisia matkailuteorioita, jotka selittävät tarvetta matkustamiseen erilaisuuden kokemisen halulla, tai kiinnostuksella toiseuteen ja uusiin asioihin. Heidän mukaansa ihmiset yhä enenemässä määrin matkustavat toisiin paikkoihin kokemaan juuri samoja asioita, kuin he kokevat arkielämässään kotona. He havainnollistavat väitettään matkojen ennakoitavuuden, tehokkuuden, laskelmallisuuden ja kontrolloinnin kasvamisena. Koska arkielämän sujuminen perustuu ennakoimiseen, kestämme matkallakin huonosti yllätyksiä, tai omaamme heikosti sietokykyä sopeutua rutiinittomuuteen. Matkan hinta korreloi vaatimusten kanssa. Matkailija haluaa vastinetta matkaan käytetylle rahalle ja siksi hän haluavaa nähdä ja tehdä asioita niin paljon kuin suinkin on vain mahdollista. Etukäteen selvitetty reittisuunnitelma helpottaa rahankäytön suunnittelua. Jopa lomalla ihmisillä on tarve ohjattuun toimintaan, esimerkiksi risteilyillä pelataan bingoa (ja lauletaan karaokea).

Rationaalisuuden irrationaalisuuksia löytyy elämämme kaikilta sektoreilta. Tällaisen toimintakaavan epäinhimillisyys on yhteydessä turismin aiheuttamiin suuriin riskeihin ekosysteemille, vaikka kiinnostus kestävään turismiin onkin kasvava trendi. Rizerin ja Liskan mukaan mcdonaldisaatio vie pohjaa matkailun fundamentaalisilta perusteilta. Menneisyudessa ihmiset matkailivat kokemaan jotain uutta ja erilaista. Nyt sekä matkailijat että paikalliset ovat käyneet muutoksen kohti kulttuurista tehokkuutta. Tämä ei kuitenkaan tarkoita turismin loppua, päinvastoin. Turismi tulee jatkossakin kukoistamaan, koska se tarjoaa vaikeasti vastustettavia menestyksen symboleja ja statusta. Osa ihmisistä voi julistautua kapinalliseksi mcdonaldisaatiota kohtaan, mutta suuri osa matkailijoista kokee tyytyväisyyttä mcdonaldisaatio-lomallaan. Kun kokonaiset sukupolvet kasvavat mcdonaldisaatio-systeemissä, he ovat niin tottuneita päivittäisiin rutiineihinsa, että he

hyväksyvät ja ennen kaikkea vaativat kulttuurilta sellaista rakennetta. Mcdonaldisaatiolta vapaata tilaa on yhä vaikeampaa löytää, koska tehokkuus ja rationalisointi selkeästi vaativat homogeenisyyttä. Erilaisuus on häiriötekijä.

Rizerille ja Liskalle luottokortti on turismin ja kulutuksen meta-väline. Luottokortin käytön helppous on antanut kasvavalle joukolle mahdollisuuden toteuttaa asioita. Yhä suurempi määrä turisteja kykenee matkailemaan sellaisiin kohteisiin, jotka olivat ennen epärealistisia unelmia. Rizer ja Liska näkevät luottokortin tuoman vapauden kuitenkin rajoittavana ja yhdistävät Disney-maailman, Las Vegasin ja risteilyt Goffmanin totaaliseen instituutioon ja Foucaultin *Panopticoniin*. Totaalisessa instituutiossa yksilöt ovat eristetty ympäröivästä yhteiskunnasta ja elävät yhdessä suljettua ja kontrolloitua elämää. Kontrolli on kuitenkin ”pehmeää” eli huomaamatonta, mikä on tyypillistä postmodernille. Ihmiset eivät tiedä, kuinka heitä valvotaan, tai edes että heitä kontrolloidaan. Ilman tietoa on vaikeaa, ellei mahdotonta kyseenalaistaa ja kapinoida kontrollia.

Rizer ja Liska pitävät tärkeänä ymmärrystä ja kykyä pohtia tuotemerkkien (*signs*) ja rakenteiden intiimiä yhteyttä. Ihmiset kuluttavat ainakin osittain siksi, että he ovat pakotettuja siihen. Taustalla olevat materialistiset intressit ja rahastamisen tarve ovat perimmäinen syy tehostetulle turismikoneistolle. Rizerin ja Liskan mukaan turistinen aitouden tavoittelu on epärealistista ja tuomittu epäonnistumaan. Ennemmin kuin etsiä autenttisuutta, kuten MacCannell näkee turismin, voidaan väittää että ihmiset eivät osaa, tai heitä ei edes kiinnosta erottaa jäljitelmä ja aito. Monia turisteja kiinnostaa nimenomaan sellainen epäaitous, jota mcmaailma tuottaa.

Rizer ja Liska yhdistävät mcdonaldisaation Benjamin R. Barberin käsitteeseen mcmaailma (1995). Tämä kuvaa elintilaa, missä identiteetti rakennetaan kulutuksessa. Mcmaailmassa ostoskeskukset, elokuvateatterit, teemapuistot, speaktaakkelimaiset urheiluareenat, pikaruokaketjut ja televisio edustavat suunnatonta viihteellistymistä, joiden tavoitteena on maksimoida voittoja muuttamalla inhimillisyyttä. Mcmaailman erilaiset komponentit tarjoavat sekä arjessaan eläville ihmisille, että turisteille mahdollisuutta valita tavaroita ja palveluita kulutettavaksi – vaikkakin tällaiset palvelut ja tavarat edustavat hyvin kapea-alaista elämyksellisyyttä. Ne itse asiassa rajoittavat, elleivät jopa eliminoi kapasiteettiamme olla kuluttamatta.

Kirjassa ”*Jihad versus McWorld*” Benjamin R. Barber (Barber, 1995, johdanto päivitetty 2001) pohtii kulutuskapitalismin luonnetta, ja sen vastavoimaa eli fundamentalismia. Barberin mukaan näiden voimien uhri on demokratia. Mcmaailma levittää sellaista länsimaista maallistumista, pinnallisuutta ja materialismia, missä ihmisyyttä mitataan pelkästään kapasiteetissa kuluttaa. Ajatus yhteisestä hyvästä unohdetaan kulutusihanteiden jalkoihin. Tavarankäytön tarkoitus jää marginaaliin, kun se assosioituu elämäntapaan ja vaikutelmiin. ”*Image is everything.*”

Markkinoiden kyvyllä tuottaa hyvinvointia sekä yksilön egon ihannoinnilla yritetään todistella, että markkinavoimien avulla toteutetaan paremmin sellaisia asioita, jotka ovat perinteisesti kuuluneet kansallisvaltioille. Kun yksilöt mieltävät itsensä kuluttajina, eikä kansalaisina, kollektiivisen demokratian ääntä ei tarvita. Vastauksia mcmaailman vastavoimaan eli uskonnollisen fundamentalismin vahvistumiseen ei kuitenkaan löydy vapaakaupasta, tai edes Bill Gatesilta. Demokratia on yhteistä päätöksentekoa ja yksityisistä valinnoista nousevien yhteisten seurausten ennakoimista. Globaalissa mittakaavassa tämä on erityisen tärkeää, koska yhteisissä demokraattisissa päätöksissä lepää sosiaalinen oikeudenmukaisuus (Barber 1995/2001, johdantokappale ja 59-72).

Barberille *jihad* tarkoittaa kamppailua, missä moraaliseen oikeaan uskovat fundamentalistit taistelevat vääräoppisuutta vastaan. Islamilainen *jihad* onkin metafora anti-länsimaalaisuudelle. Esimerkiksi *Music Televisionin* levittämä länsimainen populaarikulttuuri puolialastomine ja plastiikkakirurgian muokkaamine naisineen sekä hedonismien ihannoimisineen on levinnyt miltei koko maailmaan, vaikka uskonnollisille fundamentalisteille tällainen edustaa perimmäistä pahuutta ja loukkaa pyhää. Barber korostaa, että fundamentalistisia arvoja löytyy jokaisesta uskonnosta ja kulttuurista, ja vaikka fundamentalismi on usein noussut tyranniaa vastaan, sen avulla ei ole koskaan luotu demokratiaa. (Barber 1995, 205-216, 100-117).

4. Kestävä kehitys – teoreettista ja historiallista taustaa

”Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Tämä tarkoittaa myös, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa.”

(Ympäristöministeriö www.ymparisto.fi, päivitetty 12.11.2005)

W. M. Adams, joka on työskennellyt 20 vuotta tutkijana Afrikassa, on erikoistunut Afrikan ympäristö- ja kehitysongelmiin. Hän myös edustaa Cambridgen Yliopiston Kehitys- ja geografiatiedekuntaa. Kirjassa *”Green Development. Environment and Sustainability in the Third World”* (2001) hän kuvaa kolmansien maiden ja kestävän kehityksen suhdetta. Hänen mukaansa kestävä kehitys on nykyään oleellinen käsite modernin politiikan sanastossa, ja se on hyvin ideologinen termi. Sitä käyttävät niin valtavirran poliittiset puolueet, kuin kriittisen ajattelunkin edustajat kuvatessaan selkkauksia, joilla ei ole mitään tekemistä kehityksen kestävyuden kanssa. Sitä käytetään laajalti hyvin kevyesti, tai jopa tarkoittamatta yhtään mitään.

Kestävästä kehityksestä on tullut keskeinen käsite kaikessa kehittämistutkimuksessa. Sille ei kuitenkaan ole olemassa yksinkertaista käytännön toteutuksen määrittelyä. Itse asiassa siihen liittyvät laajat merkitykset liittyvät aina käyttäjän näkemyksiin. Näin ollen se on myös erittäin poliittinen käsite. Esittelen tässä luvussa ”kestävän kehityksen” erilaisia näkökulmia (hyvin pinnallisesti) tiivistäen. Tarkoitukseni on havainnollistaa, kuinka monimerkityksellisestä käsitteestä on kysymys.

Adamsin (2001) mukaan sana ”kehitys” tuli englannin kieleen 1700-luvulla ja siihen liitettiin assosiaatio organismista ja ideoiden kasvusta. 1800-luvulla ”kehitys” edusti prosessia tai lineaarista teoriaa ja liittyi läheisesti yhteen kapitalismin, läntisen kulttuurisen hegemonian ja siirtomaaimperiumien kanssa. Alun perin kapitalistinen ja eurosentrinen ”kehitys” ymmärretään usein edelleen prosessina, joka luo teollistuvaa maailmaa. Siihen yhdistetään käsitteitä kuten ”urbaani”, ”demokraattinen” ja ”kapitalistinen”. ”Developmentarismien” mukaan maat kehittyvät tiettyjen vaiheiden kautta lineaarista

polkua kohti modernisaatiota: ”kehitystä” voidaan mittaata talouskasvun termeillä. Käsite ”kehitys” mielletäänkin projektina, toimeenpanokäytäntönä, infrastruktuurin rakentamisena, pääomavirtoina ja teknologian muutoksena. Kehityksen kriisi tai kehittymättömyys korostavat puolestaan ongelmia, jotka liittyvät velkaan, kasvavaan köyhyyteen ja sosio-ekonomiseen eriarvoisuuteen (Adams 2001, 6-7,9).

”Kestävä kehitys” -käsitteen suhde kehitysteorian käytäntöihin ja lähtökohtaisuuksiin on moniulotteinen. Teollinen kehitys, joka perustuu uusiutumattomien luonnonvarojen käyttöön, on luonnon kiertokulun kannalta kestäväntöntä. ”Kestävä kehitys” -käsitteen käyttö heijastelee kehityksen suhdetta globaaliin köyhyyteen ja globaaleihin ympäristöongelmiin. Vaikka nämä seikat liittyvät toisiinsa, usein ympäristölliset ongelmat ja kehitys nähdään erillisinä asioina. Kestävän kehityksen rakentaminen onkin hyvin pitkälti kiinni poliittisesta tahdosta, koska kehitys itsessään aiheuttaa globaaleja riskejä ja aiheuttaa merkittäviä sosiaalisia ja ympäristöllisiä ongelmia. Kehityksen tuomat ongelmat ovat siis modernin ajattelun ja teknologiauskon hedelmiä. Adams siteeraakin Ulrich Beckiä sanomalla: ”Riski ei tunne asiantuntijuutta” (Adams, 2001; 1-20, 310-312).

Kansallispuisto luonnonsuojelukohteena edustaa Adamsin mukaan ideaalia kestävästä kehitystä: alue säilytetään luonnollisimmassa mahdollisessa olotilassaan. Ensimmäinen kansallispuisto perustettiin 1872 Yellowstoneen Yhdysvaltoihin. 1880- ja 1890-luvuilla perustettiin kansallispuistoja Kanadaan, eteläiseen Australiaan ja Uuteen Seelantiin. Syitä luonnon säilyttämiseen ja suojeluun on useita. Ensinnäkin, suojelualueet mahdollistivat luonnon resurssien olemassaolon. Toiseksi, suojelu on vastaus ympäristömuutosten uhkaan. Kolmanneksi, suojelu heijastelee idealistista ajatusta ”luonnollisesta” edenistä ja sellaista pitää suojella ihmisen vaikutukselta. Tämä viimeinen huoli tarjoaa suoran kolonialistisen rinnastuksen luonnon ja villielämän suojelun institutionaaliseen kehitykseen kolonialistisissa metropoleissa (Adams, 2001, 26).

Turismissa kestävä kehityksen tutkimisen historialliset lähtökohdat liittyvät tarpeeseen ymmärtää turismin kokonaiskuvaa. Kestävän kehityksen juuret ovat 1800-luvun romantiikan hengessä. Kansallispuistojen ja suojelualueiden perustamiseen vaikutti fundamentaalisesti turismin kehittyminen, joka nostatti sellaisten maa-alueiden hintoja, jotka muuten olisivat olleet arvottomia tai käyttökelvottomia taloudelliselle hyödyntämiselle. Valentine Smithin (2001) mukaan tällainen käyttökelvottoman maan

konsepti pitää osittain edelleen paikkaansa turismiteollisuudessa. Esimerkiksi Yhdysvaltain Grand Canyonille olisi vaikeaa keksiä muuta käyttöä, kuin turistiset elämykset (Smith 2001, 187-200).

Kestävä kehitys eksplikoitiin ensimmäisen kerran Yhdistyneiden Kansakuntien Tukholman konferenssissa 1972, missä osallistujamaita oli 113. Silloin teollistuneet maat esittivät huolensa ympäristön tilasta. Itä-Euroopan maat eivät olleet läsnä ja etelän maat pelkäsivät tällaisen ajatuksen tulevan heidän kehityksensä tielle. 1992 YK:n konferenssissa Riiossa oli läsnä 172 hallitusta ja silloin kirjoitettiin 600-sivuinen Agenda 21, jossa määritellään kestävyyttä edistävä toiminta uudelle vuosituhanneelle. Pääkohdiksi nimettiin sosiaaliset ja taloudelliset ulottuvuudet, kehityksen resurssien suojeleminen ja hallinnointi, asianomaisten roolin vahvistaminen sekä keinojen määrittely. Agenda 21 ei ole mandaatti. Kioton konferenssi pidettiin 1997, missä keskeisenä huolena olivat ilmastomuutokset ja sopiminen kasvihuoneilmiötä hillitsevistä päästöistä (Adams, 2001, 80-100).

Käsite ”kestävä kehitys” on kovin monitulkinnallinen. Adamsin (2001) mukaan kestävän kehityksen valtavirta-ajattelua edustava ”reformistinen kestävä kehitys” uskoo industrialistiseen ja modernistiseen ideologiaan eli developmentarismiin. Tämä korostaa teollisen pohjoisen näkökulmia. Avainkäsitteitä ovat vapaa kauppa, kilpaileva individualismi, rationaalisuus, kasvu, tehokkuus, erikoistuminen ja laajat skaalan tuotanto (*large scale production*). Toisin sanoen valtavirta-ajattelu ei kyseenalaista dominoivaa kapitalistisen teollistumisen mallia, mutta se vaatii keskustelua metodeista ja prioriteeteista. Huolen kohde on globaalin ympäristön tila, ei niinkään pohjoisen-etelä eriarvoisuus. Valtavirta on jakautunut kahteen koulukuntaan: ”markkina-*environmentalismiin*” (*market environmentalism*) ja ”ekologiseen modernisaatioon” (*ecological modernisation*). ”Markkina-*environmentalism*in” mukaan markkinat toimivat välittäjänä ihmisten välillä ja kontrolloivat heidän kanssakäymistään luonnon kanssa. Keskeisiä käsitteitä ovat utilitarismi, individualismi ja antroposentrisyys. Markkinoiden vapauttaminen ja markkinasuhteiden laajentaminen yhteiskuntaan ja ympäristökysymyksiin ovat tehokas tapa säännöstellä ihmisen toimintaa ympäristössä. Kansainvälisen Valuuttarahaston ja Maailman Pankin rakennesopeutusohjelmat perustuvat tällaiseen ajatteluun, ja Adamsin (2001) mukaan myös Yhdistyneiden Kansakuntien konferenssien lauselmät edustavat valtavirta-ajattelua. Markkina-orientoitunut ympäristöpolitiikka kolmansissa maissa onkin korostanut raaka-aineiden ja yhteisenä

pidettyjen maiden yksityistämistä sekä luonnon kommodifioimista: mitä syvemmälle markkinoihin perustuva vaihto tunkeutuu luonnon tilaan, sitä suurempi on luonnon hallinnon tehokkuus. ”Ekologinen modernisaatio” puolestaan korostaa luonnon rationaalista suunnittelua, hallinnointia ja teknologista hyödyntämistä ja perustuu näin teknosentriseen ajatteluun (Adams 2001, 100, 102-117).

Kestävän kehityksen valtavirtaan kriittisesti suhtautuvat Adamsin (2001) jaottelun mukaan ”radikalistit”. Heitä edustavat muun muassa ”uus-malthusialaiset”, ”developmentarismien vihreä kritiikki”, ”ekososialismi”, ”ekoanarkismi”, ”syväekologia” (*deep ecology*), ”ekofeminismi” sekä ”radikaali environmentalismi”. ”Uus-malthusialaiset” ovat huolissaan planeettamme kantokapasiteetista ja kolmansien maiden räjähdysmäisestä väestönkasvusta ja näiden vaikutuksesta ympäristön tilaan. Tämä näkökulma edustaa pohjoista ja sen mukaan juuri väestönkasvun takia kehitysmaat pysyvät kehittymättöminä. Planeettamme ei yksinkertaisesti kestäisi sitä, että kolmansilla mailla olisi sama kulutustaso, kuin pohjoisella. ”Developmentarismien vihreä kritiikki” koostuu ainakin kolmen tyyppisestä ryhmästä. Ensimmäiset ovat traditionalistit, jotka haluavat vastustaa kaupallisuutta, industrialismia sekä kapitalistisen ajattelutavan läpituokeutumista valtion hallintamekanismeihin. Toinen ryhmä on syrjäytyneet ihmiset, eli sellaiset, jotka ovat pudonneet tuottavuuden, rationalisaation ja automaation vauhdista. Kolmas ryhmä on post-materialistit eli ihmiset jotka uskovat ekologiaan, solidaarisuuteen, rauhaan, feminismin ynnä muihin vastaaviin arvoihin. ”Ekososialistit” puolestaan tulkitsevat Marxin oppeja ja kapitalismianalyysiä ekologisin ehdoin. ”Ekoanarkistinen konsepti” korostaa yhteisöllisyyttä, yksilöllistä demokratiaa, humaania teknologiaa ja desentraloitua yhteiskuntaa. ”Ekoanarkistit” ovat anti-industrialistisia, anti-byrokraattisia ja anti-valtiollisia. Heille pieni on kaunista. ”Syväekologia” (*deep ecology*) korostaa epä-humaanin luonnon moraalista arvoa, luontokeskeisyyttä ja biosentrisyyttä, (kun ”*shallow ecology*” lähtee ihmiskeskeisyydestä). ”Ekofeminismi” näkee kapitalismissa ja developmentarismissa patriarkkaisuutta, kun taas luonnolla on erityinen yhteys feminiinisyyteen. ”Radikaali environmentalismi” on osaltaan vaikuttanut kestävän kehityksen käsitteellistämiseen ja ymmärtämiseen haastamalla teknologisen uskon kestävän kehityksen aikaansaamiseen. Se painottaa poliittisia ulottuvuuksia yhteiskunnan ja luonnon vuorovaikutukseen liittyvässä päätöksenteossa. (Adams, 2001, 139-173)

4.1. Kestävän kehityksen turismi

Kestävä kehitys on kulutuksen toinen puoli. Suuri kysymys kuuluukin, kenellä on varaa rakentaa kehitystä kestävältä pohjalta. Kestävä kehitys on ideologia, jota peräänkuuluttavat keskiluokkaiset kuluttajat, joilla on siihen taloudellinen mahdollisuus. Turisti on usein kestävän kehityksen ”häikäisevä sankari”, joka edustaa laajalle levinnyttä aikamme myyttiä: hän kertoo kaikkivaltiaasta ja esteettömästä yksilöllisen kuluttajan suvereniteetista ja vallasta. Turismissa käsite ”kestävyys” voidaan nähdä toiminnan keinotekoisena oikeuttajana. Niin matkanjärjestäjät kuin voittoja tavoittelevat yhtiötkin käyttävät tätä käsitettä mielivaltaisesti ja muokkaavat sitä omiin tarkoituksiin sopiviksi. Lisäksi suojelijat, hallitukset, poliitikot, paikalliset järjestöt ja tietenkin itse turistit tulkitsevat kestävyyttä tavalla, joka voi olla hyvin keinotekoisia. (Mowforth ja Munt, 1998, 84)

Kestävän kehityksen turismin tavoitteina on sekä luoda että säilyttää menestyksellinen turismi ja säilyttää kulttuurinen sekä ympäristöllinen ympäristö. Tarkoitus on siis ”saada asiat kestäväksi” sosiaalisesti, taloudellisesti, kulttuurisesti ja niin ekosysteemin kannalta, kuin paikallisyhteisönkin kannalta. Kestävän kehityksen turismi tarvitsee moniulotteista tutkimusta ja yhteistyötä. Valentine L. Smithin (2001, 187-200) mukaan tärkeimmät painotukset turismissa tulisivat kohdistua seikkoihin kuten resursseihin, yhteisöä hyödyntäviin taloudellisiin mahdollisuuksiin, sosiaalisiin velvollisuuksiin, biologisen moninaisuuden säilyttämiseen ja turismiteollisuuden uuden roolin vahvistamiseen.

Kestävää kehitystä on kuitenkin vaikeaa tiivistää absoluuttisiin periaatteisiin ja määritelmiin. Mowforthin ja Muntin (1998) mukaan hedelmällisin tapa suhtautua kehityksen kestävyteen on tarkastella asioita suhteellisina, suhteina toisiinsa ilman vastakohtaisuuksia. Erilaisia lähestymistapoja: arvoja, ideologioita ja moraalialueita on mahdotonta laittaa paremmuusjärjestykseen. ”Hyvä” tai ”väärä” ovat yhtä suhteellisia käsitteitä kuin ”kestävä kehitys” (Mowforth ja Munt, 1998, 113).

Aurinkomatkoilla johtoportaan työskennelevä Tom Selänniemi (1996, 232-233) puolestaan pitää massaturismikonseptia kestävimpana turismin muotona. Hän esittää, että ”käsitteenä ekoturismi sisältää jo itsessään paradoksin, jonka ydin on kysymyksessä voiko turismi missään muodossa olla ekologisesti hyväksyttävää?” Kestävä kehitys lepää turismissa, kuten muillakin aloilla kolmen peruselementin eli ekologisen, kulttuurisen ja

taloudellisen kestävyuden varassa. Massaturismi ei ole paikallisesti ekologisesti kestävä, se ei edistä aitoja kulttuurikontakteja ja saattaa aiheuttaa sosiaalisia ongelmia, ja varsinkin usein massaturismista saadut voitot kotiutetaan lentoyhtiön, matkatoimiston ja hotelliketjun kotimaahan. Kuitenkin massaturismikonsepti on Selänniemen mukaan terveemmällä pohjalla kuin yksilöllisen turismin kehittäminen. Yksilöllinen turismi ei tarjoa todellista vaihtoehtoa, koska yksilöllisesti räätälöity tarkoittaa kallista. Selänniemi ei haluaisi kuulostaa kyyniseltä pessimistiltä, mutta vaihtoehtoisen matkailun muodot tulevat hänen mukaansa säilymään eliitin harrastuksina. Ainoa keino todella rajoittaa kansainvälistä turismia, olisi lainsäädännöllisesti rajoittaa matkailua. Ja mikäli kansainvälisten turistien määrä todella saataisiin selvästi pienenemään, seurauksena olisi turisteja vastaanottavien alueiden ja valtioiden taloudellinen ja sosiaalinen kriisi.

Ihmiset eri puolilla maailmaa haluavat matkustaa, ja taloudellisen kehityksen myötä turismi ei enää ole länsimaiden asukkaiden yksinoikeus. Selänniemi esittää, että luonto- ja ekomatkailun ainoa seuraus on vaihtoehtojen lisääntyminen ja uusien alueiden valloitus turismille, mutta ongelmat eivät katoa minnekään. Jotta yksilöllinen turismi voisi todella muuttaa turismin suuntaa maailmassa, tulisi nykyiset massaturismin palveluja käyttävät yksilöt ”opettaa” vaihtoehtoiksi matkailijoiksi. Tällä ajatuksella leikkittely paljastaa Selänniemen mielestä vaihtoehdon olemattomuuden. Valmiiksi rakennettuihin massaturismikohteisiin suurilla tilauslennoilla matkustavat turistit ovat helpommin hallittavissa kuin yksilöllisesti pitkin maailmaa matkustavat turistit (Selänniemi, 1996, 232-233). Massaturismissa käytetään valmiiksi rakennettuja suuria kohteita, joilla on riittävä kapasiteetti suurien määrien majoittamiseen, ruokkimiseen ja viihdyttämiseen. Yksilöllinen turisti tarvitsee paljon pienimuotoisempaa palvelua, mikä sinänsä ruokkii pienen sektorin yritystoimintaa, mutta mikäli nykyiset massaturismin palveluja hyödyntävät turistit ryhtyvät yksilöllisiksi matkailijoiksi, syntyy kestävätilanne. Massoja varten rakennetut kohteet näivettyvät Selänniemen mukaan turistien puutteeseen, ja vastaavasti aiemmin turistireunojen reunoilla olleille seuduille syntyy suurta kysyntää, jota ei voida paikallisvoimin tyydyttää. Jotta yksilöllinen turismi olisi mahdollista suurten turistimäärien maailmassa, täytyisi koko ajan uusia alueita ja kulttuureita tuoda turismin piiriin (Selänniemi, 1996,234).

Etelänmatkaaja (huom. Selänniemen ”etelä” ei kuvaa kehitysmaita, vaan siirtymistä toisenlaiseen tilaan) ei nykyisellään ole välttämättä kiinnostunut vierailmansa kohteen

paikallisväestöstä tai kulttuurista, eikä näin ollen hakeudu tekemisiin paikallisten kanssa. Kulttuurinen kontakti jää ohueksi tai olemattomaksi, mutta samalla mahdollistuu turistien vierailukohteena olevan paikan asukkaiden arkielämän jatkuminen ilman jatkuvan vieraan kulttuurin edustajien kanssa tapahtuvan epätasa-arvoisen kanssakäymisen aiheuttamaa stressiä. Selänniemi suosittelee, että kulttuurisesti ja sosiaalisesti kestävä turismia kehiteltäessä kannattaa testata ideoitaan käänteistämällä ne. Kestävän turismin yksi keskeinen argumentti on turismin kehittäminen paikallisyhteisön sisään kun taas vaihtoehtona on massaturismin kehittäminen yhteisöstä erilleen (Selänniemi, 1996, 234).

Jätevedenpuhdistamojen, jätteenkäsittelylaitosten ja kierrätyksen järjestäminen turistikohteisiin vaatii suuria investointeja, mutta ne olisivat Selänniemen mukaan pitemmän päälle hyvä asia. Myös matkanjärjestäjillä on tässä suuri vastuu. Kansainvälisessä turismissa tulisi tapahtua selvä tulonsiirto vierailtavaan paikkaan. Edellä mainittujen investointien mahdollistamiseksi rahavirtojen pitäisi kääntyä siten, että turisteja vastaanottava alue saa matkan hinnasta suurimman osan. Lisäksi matkanjärjestäjällä olisi valta painostaa hotellit hoitamaan toimintansa ympäristöystävällisesti. Keskeisiä tavoitteita Selänniemen (1996) mukaan ovat ympäristökuormituksen hallinta ja käsittely, turismielinkeinon keskittäminen paikallisten käsiin, tuottojen ohjaaminen kohteen infrastruktuurin rakentamiseen ja kehittämiseen, ekologisuuden nostaminen matkailuvaltiksi esimerkiksi jätevesien puhdistuksella, pitkän tähtäimen suunnitelmat ja nykyisten massaturismikohteiden monipuolinen kehittäminen.

4.1.1. Ekoturismi

Oleellista turismin ja luonnon suhteessa on kuinka ”luetaan”. Tällainen lukutapa puolestaan on riippuvainen taloudellisesta, sosiaalisesta ja maantieteellisestä turismin organisoimisesta. Turismille on tyypillistä, että se assosioidaan vain visuaaliseen kulutukseen: kohde on koettu, kun se on nähty. Turistinen kokemus kulttuurin ”ymmärtämisenä” on pinnallista, mutta on kuitenkin olemassa seikkoja, millä massaturismi on nostattanut ja kehittänyt ympäristötietoutta. Turismi mahdollistaa laajempien havaintojen tekemisen. Esimerkiksi kuljetusneuvojen ja verkostojen kehittyminen on osaltaan vaikuttanut tällaiseen suhteellisuuden tajun kehittymiseen. Ihmisillä on kehittynyt

kulttuurinen kapasiteetti vertailla havaintoja. Sekä mielenkiinto ympäristöön, että turismin kasvu ylipäättään nousevat visuaalisen kulutuksen eli esteettisen arvostelukyvyn kasvavasta tärkeydestä. Tällainen on yhteydessä romanttiseen havainnointiin (*romantic tourist gaze*). Ihmisen suhde ympäristöönsä on henkilökohtainen, oli ympäristö sitten rakennettua tai luonnollisessa tilassa olevaa (Urry 2000, 173-180).

Rosaleen Duffyn (2004, 32-38) mukaan ekoturismi on yksi esimerkki uudentyyppisestä tavasta jäsentää matkailijan asemaa turismiteollisuudessa. Ekomatkatkohteet ovat yleensä globaalia periferiaa, joista matkailu muokkaa ”leikkipaikkoja” (*places to play*) paikalliseen hintatasoon nähden varakkaille turisteille. Ekoturismin määrittäminen on vaikeaa. Joskus synonyymina käytetään luontomatkailua, mikä tarkoittaa matkailua suhteellisen koskemattomassa tai pilaantumattomassa luonnossa tarkoituksena ihailua tai tutkia maisemaa, kasvistoa ja eläimistöä, sekä halua vaalia alueen kulttuurista tilaa. Vastuullinen matkailu korostaa luonnon suojelua ja paikallisten asukkaiden näkökulmaa sekä hyvinvointiaan. Kuitenkin ekoturistit ovat hyvin kirjava joukko: heihin kuuluvaksi voivat lukea itsensä niin 10 dollarin päiväbudjetilla matkaileva ”backpackeri”, kuin luksus-luokan Galapagos-risteilymatkailijakin. Siispä löyhästi määriteltynä ekoturisti on lomailussaan ulkoaktiviteetteja harrastava, taloudellisesti hyvin toimeentuleva ja todennäköisesti korkeakoulutettu ihminen, jolla on runsaasti vapaata aikaa matkustamiseen (Duffy 2004, 32).

Myös Duffyn (2004, 33-36) mukaan postmodernissa kulttuurissa identiteettiä rakennetaan ennen kaikkea kulutuksessa. Matkailun saralla tämä näkyy yksilöille räätälöityjen matkojen suosion kasvussa. Matkailuun yhdistetään muita erityisiä aktiviteetteja, kuten laitesukellusta tai työskentelyä erilaisissa kohdemaan projekteissa. Tämä tarkoittaa, että matkailu on yhä enemmän itsensä kehittämistä ja kouluttautumista – siis identiteetin rakentamista. Esimerkiksi Isossa Britanniassa vapaaehtoisena työskentely matkailun yhteydessä on laajentanut suosiotaan, verrattuna perinteisiin lahjoituksiin hyväntekeväisyyskeräyksissä.

Tutkiessaan ekoturismia Belizessä maailman toiseksi suurimmalla koralliriutalla Duffy (2004) päätyi johtopäätökseen, jonka mukaan ekoturistit ovat ennemminkin ”ego”turisteja. Matkustaessaan itseään ekoturistiksi kutsuvat etsivät lähinnä vaihtoehtoista elämäntapaa, joka heijastelee heidän omaa käsitystä itsestään ja omasta kulttuurisesta pääomastaan. He

ovat kiinnostuneita lähinnä omista kokemuksistaan: rentoutumisesta ja vesiaktiiviteeteista status arvona. Heitä ei niinkään kiinnostanut turismin vaikutukset herkkään ekosysteemiin. Itseään ekoturisteiksi kutsuvat matkailijat lähinnä siirsivät vastuuta selkeistä ongelmista paikallisille viranomaisille. Tällä tavalla heidän käyttäytymisensä peilasi massaturismin asenteita ja vaikutuksia, joista he alun perin pyrkivät erottautumaan. Belizen ekoturisteilla oli kyllä ympäristötietoutta koralliriuttojen haavoittuvuudesta. Mutta tarve kokemukseen ”päästä irti kaikesta” (*”getting away from it all”*) tuntui oikeuttavan nautintojen etsimistä vastuullisen käyttäytymisen kustannuksella. Erityisesti kokemattomat laitesukeltajat saavat koralliriutoilla tuhoa aikaan. Ensinnäkin, he eivät hallitse liikkumistaan painottomassa tilassa ja siten törmäilevät koralleihin ja vahingoittavat niitä. Toiseksi, kiellot ohjeistukset eivät tuntuneet koskettavan heitä, koska ”maksava asiakas on aina oikeassa” (*”I have paid for this so I will do it”*).

Ekoturistien taloudellinen valta jättää merkittäviä muutoksia kohteeseen. Niin paikalliset suojeluviranomaiset kuin erilaiset oppaatkin ovat usein voimattomia, kun turisti oikeuttaa käyttäytymistään maksavan asiakkaan ”oikeutuksella”. Merkittävällä osalla Belizen matkailijoista Duffyn mukaan ei ollut aikaa tai mielenkiintoa esimerkiksi valita paikallisesti omistettua hotellia (vahvistaakseen kohdemaan ruohonjuuritason omistajuutta) tai kiinnostusta jätevesien kohtalosta. Ekoturistit ovat suurin ekologisten muutosten aiheuttaja Belizessä. Toistaiseksi paikalliset eivät ole kyenneet kontrolloimaan turismikehitystä.

Smithin mukaan (2001, 195-196) ekoturismi korostaa luonnon kokemista. Samalla sellainen tukee luonnonsuojelua, sosiaalista vastuuntuntoisuutta ja kiinnittää huomiota taloudellisiin seurannaisvaikutuksiin. Esimerkiksi Costa Ricaa ja Belizeä mainostetaan ekomatkailukohteina. Mutta myös Smith korostaa, että valitettavasti usein omasta mielestään hyvää tarkoittavat matkailijat sekä matkanjärjestäjät ovat kykenemättömiä täyttämään ekoturismin vaatimuksia. Ekoturismin suurin vaikeus on osallistujien määrän kasvu. Mitä enemmän turisteja saapuu kohteeseen, sitä enemmän pääoma liikkuu. Ekomatkailun suurin resurssi eli luonto ei kuitenkaan kestä kasvavaa kulutusta. Pienet ja erinomaisesti toimivat matkailuprojektit laajentuessaan muuttuvat luonnonsuojelusta talouskasvun tavoitteluksi (*from ecotourism to economic tourism*).

Matkailun tuoma taloudellinen hyöty kehitysmaitiin onkin usein yliarvioitua. Vastuullisen kuluttajan oppaan (1999, Salvi & Rautiainen, 69-71) mukaan vain 10-40 % kehitysmaaturismissa käytetyistä rahoista jää paikan päälle. Suuri osa matkaan investoiduista rahoista valuu ylikansallisille yhtiöille Pohjois-Amerikkaan ja läntiseen Eurooppaan, mutta turismin aiheuttamat sosiaaliset ja ekologiset ongelmat jäävät itse kohteeseen. Esimerkiksi valtaosa etelän maista kärsii vedenpuutteesta, mutta viiden tähden hotellien suihkut, uima-altaat ja poreammeet vievät vettä juomavesiverkostosta. Turismia varten kehitetty infrastruktuuri: lentokentät, golf-alueet ja luksushotellit tuovat vain vähän hyötyä paikallisille ihmisille. Turismi tuo kyllä työpaikkoja, mutta ne ovat luonteeltaan matalapalkkaisia. Mikä on muuttunut siirtomaavallan ajoilta? kysyy John Urry (2002, 57). Pahimmillaan matkailuteollisuus tuhoaa paikallisten ihmisten perinteiset elinkeinot tuomatta mitään tilalle.

Matkailu voi edistää uhanalaisten luontokohteiden ja kulttuurien säilymistä, tai olla viimeinen naula niiden arkussa. Ekoturismi tarkoittaa matkailua, jossa ympäristönäkökulmiin on kiinnitetty erityistä huomiota. Matkanjärjestäjän on täytettävä tietyt ympäristöjärjestöjen ehdot, jotta se voi kutsua järjestämiään matkoja ekoturismiksi.

Vastuullisen kuluttajan opas (1999, 69-71, Salvi & Rautiainen) soveltaa ekoturismin kriteerejä käytännön ohjein näin:

1. *”Matkantekovälineellä on väliä. Lentokone kuormittaa ympäristöä eniten. Bussi on laivaa tai yksityisautoa parempi, mutta juna ja varsinkin polkupyöräily ovat suositeltavia - mitä lyhyempi matka, sitä parempi.*
2. *”Joskus matkailu voi pelastaa luontokohteen”.* (Yleinen kiinnostuminen nostaa epäkohtia esille, huomautukseni.)
3. *”Matkailuyrityksellä on oltava todellinen ympäristöohjelma, joka edellyttää paneutumista myös alihankkijoilta.*
4. *Merkittävä osa käytetystä rahasta tulee jäädä paikan päälle.*
5. *Matkatoimiston tulee kunnioittaa paikallisia perinteitä ja tapoja ja osata kertoa niistä.*
6. *Älä osta uhanalaisista kasveista tai eläimistä tehtyjä matkamuistoja.*

7. *Pidä huoli siitä että matkanjärjestäjäsi on tehnyt kaikkensa estääkseen seksiturismin matkoillaan, esimerkiksi edellyttänyt hotellia kieltämään paikallisten lasten tuomisen hotellihuoneisiin.*
8. *Vältä lapsityövoimalla tehtyjen tuotteiden ostamista ja muuta lasten hyväksikäyttöä.*
9. *Jos keksit alueita missä matkanjärjestäjä voisi parantaa ympäristötasettaan, kerro niistä matkanjärjestäjälle.”*

Maiden boikotointi sosiaalisten ongelmien kuten ihmisoikeusloukkauksien takia on hankala asia. Paikalliset ihmiset voivat toivottaa tervetulleeksi matkailijan rahat, vaikka osa niistä menisikin heidän vastustamansa hallituksen tukemiseen. Kehitysmaissa lapsiprostituution asiakkaat ovat pitkälti länsimaalaisia turisteja. Lapsiprostituutiota esiintyy Kaakkois-Aasian lisäksi myös Itä-Euroopassa, Intiassa, Afrikassa ja Latinalaisessa Amerikassa. Arvioidaan, että seksiteollisuus ja prostituutio muodostavat joidenkin maiden bruttokansantuotteesta jopa 14 % (Salvi & Rautiainen (1999); Vastuullisen kuluttajan opas,69-71). Tällaista harmaan talouden aluetta on kuitenkin hyvin vaikeaa tutkia ja mitata.

4.1.2. Reilun matkailun aate

Reilu Kauppa tukee oikeudenmukaista maailmankauppaa. Suomenkielisiltä Reilun Kaupan sivuilta (www.reilukauppa.fi) ei löydy matkailua käsitteleviä sivuja, mutta Reilun Matkailun yhdistys on perustettu 11.2.2003 ja toimii yhteistyössä kansainvälisen *Tourism Concern* -järjestön kanssa. Yhdistyksen tarkoituksena on kehittää ja julkistaa nykyistä oikeudenmukaisemman matkailun periaatteet, edistää niiden toteutumista sekä uudistaa ja kehittää kansalaisten käsitystä kolmannen maailman maista. Keskeinen teema on vaikuttaa keskusteluun matkailuelinkeinon etiikasta sekä osallistua yleisen mielipiteen rakentamiseen niin, että kuluttajat tiedostavat valintojensa vaikutuksia. Reilu matkailu lähtee siitä perusolettamuksesta, että matkailun hyödyt ja haitat on mahdollista jakaa paljon nykyistä oikeudenmukaisemmin. Tämä tarkoittaa sekä taloudellisten, eettisten että ympäristönsuojelullisten näkökulmien huomioimista (www.avaramaailma.com/reilu.html, päivitetty 18.6.2005).

Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys ensinnäkin järjestää kulttuuri-, keskustelu- ja koulutustilaisuuksia, näyttelyitä ja juhlia. Toiseksi, yhdistys harjoittaa tutkimus-, tiedotus- ja julkaisu-toimintaa. Kolmanneksi se tekee aloitteita erilaisille viranomaisille. Ja neljänneksi, yhdistys on yhteistoiminnassa muiden alan järjestöjen kanssa.

Tämän päivän maailmassa matkailu on nopeimmin kasvava elinkeino. Varsinkin kehitysmaissa se on usein yksi tärkeimmistä ulkomaanvaluutan tuojista, ja sen vaikutukset ulottuvat niin talouteen, yhteiskuntaan kuin ympäristöön. Kuitenkin valitettavan usein näillä mailla on vähäiset mahdollisuudet kontrolloida turismin kielteisiä sivuvaikutuksia. Monesti lainsäädäntö on puutteellista, säännösten valvontaan ei ole riittäviä resursseja, ja taloudelliset hyödyt ajavat muiden näkökohtien ohi. Onkin aiheellista kysyä, onko nykyisenkaltaisen turismin oikeudenmukaista?

Myös matkailualalla yksityisyrittäjänä toimiva Reilun Matkailun puheenjohtaja Mari Mero korosti seminaarissa ”Matkailu eettisenä valintana” (20.10.2005), kuinka turismin taloudelliset vaikutukset kohdemaassa voidaan jakaa mahdollisimman tasapuolisesti. Tähän vaikuttavat niin se, kuinka suuri osa matkan hinnasta jää lähtömaahan, kuin sekin kuka maassa korjaa taloudellisen hyödyn turismista. Mero piti tärkeänä erityisesti paikallisyhteisöjen asemaa. Paikallisaluiden ja ihmisten - jotka joutuvat usein kärsimään eniten turismin haittavaikutuksista tulisi saada enemmän konkreettista hyötyä matkailijoista. Edellytyksenä tälle on, että matkailua kohdennetaan alueille, joilla paikallisyhteisöt ovat aktiivisesti mukana sitä kehittämässä ja hallinnoimassa.

Tässä on *Tourism Concernin* ja *Fair Trade in Tourism Networkin* kehittämät Reilun Matkailun periaatteet, joita Mari Meri julistaa:

”1. Reilun kaupan kumppanuus matkailuelinkeinon sijoittajien ja paikallisyhteisöjen välillä

- tasapuolinen konsultointi ja neuvottelu, joka ottaa huomioon paikallistoimijoiden tarpeet*
- avoin ja läpinäkyvä toimintatapa tehtäessä ympäristö- ja sosio-ekonomisten vaikutusten arviointia*
- paikallisten asukkaiden työllistäminen*
- paikallisyhteisön kouluttaminen johtamaan paikallista matkailuelinkeinoa, sijoittajien tietoisuus ja sopeutuminen asiaankuuluviin säännöksiin*
- korruption vastaiset toimintatavat*

2. Reilu osuus hyödyistä paikallisille toimijoille

- oikeudenmukainen hinta, neuvoteltuna yhteistyössä paikallisten toimittajien kanssa
- oikeudenmukainen kilpailu sijoittajien välillä
- oikeudenmukainen turismin tuottojen jako sen varmistamiseksi, että yhteisten luonnonvarojen ja infrastruktuurin käytöstä saatu voitto hyödyttää paikallisia ihmisiä
- paikallisten luonnonvarojen ja materiaalien käyttö, missä mahdollista
- ulkomaisten sijoittajien noudatettava kohdemaan verotussääntöjä
- avoin ja läpinäkyvä tiedotus ja koulutus osana turismin markkinaprosessia:
 - a) miten turismi hyödyttää paikallisia ihmisiä
 - b) miten turistit voivat auttaa kunnioittamalla kohdemaan sosio-kulttuurisia, taloudellisia ja ympäristöllisiä prioriteetteja

3. Reilu kauppa turistien ja paikallisyhteisöjen välillä

- valistuneet ja vastuuntunteiset turistit arvostavat molemminpuolisesti tyydyttävää kaupankäyntiä, ja kunnioittavat paikallista kulttuuria
- turistit maksavat käyvän markkinahinnan
- paikalliset ihmiset veloittavat käyvän markkinahinnan

4. Reilu ja kestävä luonnonvarojen käyttö

- ympäristösuojeluun sijoittaminen ja tutkimus
- toimet, joilla paikallisympäristön tilaa parannetaan
- paikallisyhteisön huomioiminen
- asiaan kuuluvien kansainvälisten sopimusten kunnioittaminen

5. Reilut palkat ja työolot

- palkat ja työolot vastaavat kansainvälisiä työstandardeja (esim. kansainväliset minimipalkat, järjestäytymisoikeus, terveys ja turvallisuus, ei lapsi- eikä orjatyötä, syrjintää) YK:n Ihmisoikeuksien julistuksen puitteissa.”

Ensiarvoisen tärkeänä Mero pitää sitä, että vastaanottavien kulttuurien itseisarvoa kunnioitetaan, eikä isäntiä vaadita kaupallistamaan riittejään ja uskonnollisia menojaan viihteen nimissä. Myös matkailijoiden tulee huomioida vallitsevat tavat ja perinteet. Tässä asiassa asiakas ei olekaan aina oikeassa. Matkustaessamme eksoottisissa maissa on antoisinta nauttia kulttuurien moninaisuudesta sen sijaan, että vaatisimme kaiken olevan kuin kotona. Myös ympäristökuormituksen vähentäminen on keskeinen osa reilumpaa matkailua. Vaikka lento kaukaiseen lomakohteeseen ei itsessään ole mikään ekoteko, voidaan valitsemalla ekologisempi toimintamuoto paikan päällä silti vähentää matkan ympäristövaikutuksia. Tämä edellyttää niin kulkumuodon, palvelutason kuin matkaohjelmankin mukauttamista paikallisiin ympäristöolosuhteisiin soveltuviksi. Kaikki Mari Meron kanssa työskentelevät matkanjärjestäjät ovat sitoutuneet Reilun Matkailun

periaatteisiin. Mero valmistelee tällä hetkellä väitöskirjaa matkailun kestävästä kehityksestä ja uskoo, että herättämällä keskustelua tästä tärkeästä aiheesta voimme osaltamme vaikuttaa siihen, että matkailuelinkeinolla on kohdattavana reilummat ja oikeudenmukaisemmat tulevaisuudennäkymät.

Mari Mero nostaa matkailun etiikkaa pohtivassa seminaarissaan esille kolme epäkohtaa: 1) ympäristöasiat, 2) ”kulttuuri-imperialismin” ja 3) taloudellisen epätasa-arvon. Esimerkkinä ensimmäisestä eli ympäristöasioista on kasvihuoneilmion ja lentomatkestämisen suhde. Matkailu osaltaan tuottaa kasvihuonekaasuja, jotka tuhoavat esimerkiksi matkakohteiden koralliriuttoja. Meron mukaan *El Niño*-sääilmion tuoma meriveden lämpeneminen tuhosi 70-75% Intian Valtameren koralleista Itä-Afrikan rannikolla. Toinen epäkohta liittyy matkailuun teollisuudenalana, joka muuttaa yhteiskunnan rakenteita ja surullisen usein on osaltaan vaikuttanut alkuperäiskulttuurien tuhoutumiseen. Jokainen turisti jättää jälkiään kohteeseen. Kolmatta epäkohtaa eli taloudellista epätasa-arvoa voidaan Meron mukaan purkaa pienimuotoisen matkailun voimalla. Meron lähtökohtaisuus on kyseenalaistaa usein esitettyä väitettä siitä että matkajien kerääminen massaturismikohteisiin on ympäristölle vähemmän tuhoisaa kuin se, että pienet joukot kulkevat alueilla, joilla turismia ei juuri ole. Meron mukaan juuri pienimuotoisessa matkailussa matkailija kykenee itse helpommin kontrolloimaan matkan hinnanmuodostusta kuin massatuotantokonseptissa. Matkailija kykenee kulutusvalinnoillaan vaikuttamaan käytettävän rahan kohdentumiseen ja siten ”tasoittamaan” taloudellista epätasa-arvoa. Näin matkailija vaikuttaa toiminnallaan kohdemaan kehittymiseen.

Mero muistuttaa, että myös kotimaan matkailussa kannattaa pohtia reiluutta. Kokeakseen eksotiikkaa ja haasteellisia olosuhteita ei tarvitse matkustaa maailman ääriin. Kotimaassa voi yhtä hyvin noudattaa periaatetta, jossa hyöty pyritään kohdentamaan paikallisille yrittäjille. Esimerkkinä Mero kuvailee tyypillistä vaellusmatkaa Lappiin. Juna- ja bussiliput sekä muona ostetaan eteläisestä Suomesta ja todennäköisesti suurista marketeista. Vaellusreiteillä hyödynnetään korvauksetta Metsähallituksen ylläpitämiä autiotupia. Näistä löytyvät yöpymispaikat, valmiiksi kaadetut puut, kaasua ruuanlaittoa varten sekä käymälät. Kansallispuistoihin ei missään nimessä hyväksytä pääsymaksuja. Kuitenkin paikalliset yrittäjät yrittävät elää matkailuelinkeinosta. Mahdollisuuksia asenteen tarkistamiseen löytyy siis läheltäkin.

Mero suosittelee kuluttajaa miettimään, kenelle jäävät kuluttajan valinnoista seuraavat hyödyt ja kenelle jäävät haitat. Matkailun rakenteet ovat perustavanlaatuisesti epäreilulla pohjalla, jos kohteeseen jäävät vain haitat, mutta hyödyt valuvat paikallisten tavoittamattomiin.

4.1.3. Kulttuuriperintö

Yhdistyneiden Kansakuntien alainen Unesco (eli *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) nimeää maailman kulttuuriperintö-kohteita internet-sivuillaan (www.whc.unesco.org, päivitetty 10.11.2005). Kulttuuriperintökohteeksi on julistettu 628 kulttuurista kohdetta, 160 luonnonsuojelukohdetta ja 24 luonnon ja kulttuurisen vaikutuksen yhdistävää muotoa. Kulttuuriperintökohteita on 137 maassa. Suomessa kuusi kohdetta on saanut kyseessä olevan maininnan. Näitä ovat Suomenlinna (1991), Vanha Rauma (1991), Pitäjäveden Vanhakirkko (1994), Verlan puuhiomo ja pahvitehdas (1996), Sammallahdenmäen pronssikautinen röykkiöalue (1999) ja Struven ketju (2005). (Suluissa olevat vuosiluvut ovat myöntämisvuosia.)

Unescon internet-sivujen mukaan (oma käänökseni):

”Kulttuuriperintö on perintöä menneisyydestä, elämme sitä tässä hetkessä, ja siirrämme sitä itsestämme tuleville sukupolville. Kulttuuriimme ja luonnonsuojeluun pohjautuvat perintömmme ovat korvaamattomia sekä elämän resursseina että inspiraationa. Ainutkertaiset ja moninaiset kohteet, kuten Itä-Afrikan Serengeti, Egyptin pyramidit, Australian Grand Barrier Reef ja Latalalaisen Amerikan barokkikatedraalit muodostavat osaltaan yhteistä Maailman Perintöämme. Erytisen Maailman Perintökohde-konseptista tekee sen universaali tunnustaminen. Perintökohteet kuuluvat kaikille maailman ihmisille, asuinpaikasta riippumatta. Unesco tavoittelee rohkaisua kulttuurin ja luonnon perintöarvon identifikaatiassa, suojelussa ja säilyttämisessä mittaamattoman humanin arvon nimissä. Tämä ajatus on kiteytetty 1972 Unescon sopimuksessa nimeltä “Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage”.

Alexandra Arellano (2004, 65-77) pohtii turismin ja kohteen suojelun moniulotteista suhdetta. Kohteen säilyttämiskäytäntö suojelukohteeksi julistamalla perustuu kaksijakoisuuteen. Toisaalta on tarkoitus suojella aitoutta ja alkuperäisyyttä globaalien

tunnustuksen kautta. Toisaalta tällainen kunniamaininta tekee paikasta kohteen turismiteollisuudelle. Säilyttämisen arvoinen koskemattomana tarkoittaa siis usein käytännössä ”näkemisen arvoista”. Tämä puolestaan tarkoittaa investoimisen arvoista siis prosessia missä suunnitellaan suojelua, mutta myös käsitellään kysymyksiä eriarvoisuudesta, eturistiriidoista ja ympäristöllisistä riskeistä. Kulttuuriperintö ja turismi ovat muuttuneet paradoksaalisesti erottamattomiksi. Joskus niiden suhdetta kuvataan Ritzerin termillä ”mcdonaldisaatio”, eli prosessina missä homogeenistämisen rationaalinen periaate on vastakohta aitouden säilyttämiselle. Arvona tällainen ”Maailman Kulttuuriperintö” tarkoittaa maailmanlaajuisia tunnustusta ja huolta kohteen säilyttämisestä, mikä käytännössä houkuttelee kansainvälisiä turistivirtoja, pääomainvestointeja ja näkyvyyttä globaalissa mediassa. Toisin sanoen suojeltava kohde on altistettava kuluttamiselle, jotta se olisi suojelemisen arvoinen.

Valentine Smithin (2001, 196-198) mukaan mielenkiinto kulttuurista kansanperinnettä kohtaan nousi turistiseksi mielenkiinnoksi 1990-luvulla ja taloudellinen panostus sellaisen säilyttämiseen on kasvanut. Historialliset rakennukset, keramiikkaesineistöt, kansanmusiikki ja kirjallisuus ovat hiljaisuudessa eläneet vuosisadasta toiseen. Aivan liian usein niiden ilmentymiä on pidetty ”vanhanaikaisina” ja moderniuden ihanteen vastakohtina. Euroopassa on kiinnitetty enemmän huomiota historiallisien muistoesineiden vaalimiseen, samoin kuin useissa Aasian maissa, mutta Yhdysvalloissa kansanperinteen vaalimisesta ja arvostamisesta on innostuttu vasta viime vuosina: maaseutu ja monikulttuurisuus ovat uusia konsepteja. Kun museot ja matkanjärjestäjät keksivät, että mielenkiintoisesti hyödynnetyllä etnisyydellä on kaupallista arvoa turistisena kiinnostuksen kohteena, on kansanperinteitä alettu vaalia. Kansanperinne ei ole historiaa. Se on ennemminkin historian tapa kertoa asioita. Kun turistille historialliseen kohteeseen tutustuminen on sivistävä kokemus, se on paikallisyhteisöä uudistava voima.

4.1.4. Alkuperäisväestön asema

Valentine Smithin (2001, 198-200) mukaan planeetaltamme löytyy kolme erämaa-aluetta, joissa asukkaat ovat ainakin osittain alkuperäisväestöä. Nämä maantieteelliset alueet ovat arktiset alueet, autiomaat ja sademetsät. Tällaisten alueiden ja ihmisten tulevaisuuden

kohtalo nivoutuu fundamentaalisesti yhteen kestäväen kehityksen politiikan kanssa. Arktiset inuiitit, autiomaiden heimot (mm. Lounais-Amerikan intiaanit, Australian aboriginaalit, Afrikan Kalaharin sanit, Saharan Beduiinit) ja trooppiset heimot Uusi-Guineassa, Saharan etelänpuoleisessa Afrikassa sekä Etelä-Amerikan sademetsissä ovat kaikki länsimaalaistumisen marginalisoinnin alaisia. Monet näistä heimoista ovat nykyään pakotettuja muuttamaan pois kotialueiltaan. Padot, kaivokset ja öljynporauslaitokset ovat vallanneet heidän traditionaaliset elinalueensa. Heidän elämäntapansa, joka on perustunut uusiutuvien luonnonvarojen käyttöön, on joutumassa sopeutumaan modernisoitumiseen. Nyt globaali talous on tekemässä heistä voimattomia, koska luonnonvaroja tarvitaan energian tuotantoon.

Parhaimmissa tapauksissa ekoturismi on edesauttanut alkuperäisväestön elintapojen tunnustamista. Kansainvälinen kiinnostus ja huomio ovat lisänneet heidän oikeuksia maansa kontrollointiin ja auttanut heidän omia visioitaan tulevaisuutensa suhteen. Tämä idealismi on osittain totta, mutta liian usein turismi tavoittelee heistä vain taloudellista hyötyä. Heidän perinteisiä tapojaan ja tietämystään mitataan taloudellisenä arvona. Jotkut yksilöt tienavat pieniä rahasummia esiintymällä turistiryhmille tai myymällä halpoja käsintehtyjä muistoesineitä. Tällainen turistinen tirkistely, missä paikallisyhteisö joutuu esiintymään eikä elämään luonnolliseksi kokemaansa arkea, koetaan paikallisten näkökulmasta usein merkityksettömänä. Toiset ajautuvat mieluummin kaupunkiin ja luopuvat omista perinteisistä elintavoistaan.

Turistivirtojen luonteeseen näyttää selkeästi kuuluvan aina vain uudempien ja eksoottisempien kohteiden tavoittelu. Erityisesti seikkailuturisteille luonteenomaista on valloittaminen. Tämä tulee vaikuttamaan erityisesti erämaa-alueisiin. Smithin (2001) mukaan esimerkiksi Antarktilla turistimäärät melkein kaksinkertaistuivat vuosista 1992-1993 vuosiin 2000-2001: 6585:stä 12 000:een. Jopa 800 hengen luksusristeily on tehty Antarktalle. Myös Afrikassa muista turisteista vapaa erämaasafari on muuttunut miltei mahdottomaksi turistien määrän kaksinkertaistuessa vuodesta 1989. Silloinen vierailijamäärä oli 13,8 miljoonaa, kun vuonna 1999 kävijöitä oli jo 27,2 miljoonaa.

Monet matkanjärjestävät ovat tiedostaneet matkailun negatiiviset vaikutukset ja pyrkivät vähentämään niitä. Ekoturismia myyvät matkanjärjestäjät pyrkivät muuttamaan perinteisen turismin eriarvostavia rakenteita esimerkiksi käyttämällä alkuperäisväestöä edustavia

oppaita ja paikallisia tuotteita: oikeudenmukaisuutta korostetaan hyödyntämällä ympäristötietoutta järjestäjien pyrkiessä minimoimaan herkän ekosysteemin vaurioituminen. Avainkäsite on kontrolli, ja kenellä on oikeus sen käyttöön. Eettisesti kestäväällä pohjalla tapahtuvalla matkailulla paikallisille heimoilla ei ole ainoastaan oikeus maahansa, vaan heillä on oikeus päättää mitä heidän maillaan tapahtuu, myös tulevaisuudessa. Ekomatkanjärjestäjät myyvät luontomatkailevia ympäristöstä kiinnostuneille turisteille. Matkan ”määrittely” ekologiseksi ei kuitenkaan ole aina riittävää. Usein heimoihmisiä markkinoidaan mielikuvilla ”jaloista villeistä”. Tämä tuskin on heidän oma näkemys itsestään. Niin sosiaaliset liikkeet, kuin turistitkin usein puhuvat köyhien maiden oikeuksista, kulttuurisista käytännöistä ja ainutlaatuisuudesta, ikään kuin näillä ihmisillä ei olisi omaa ääntä ja kykyä edustaa omaa näkemystään (Mowforth ja Munt 1998, 270-273).

Länsimaalaisittain tulkittuna autenttisuus ymmärretään usein kulttuuriseksi kestävyudeksi. Erityisesti turistit, jotka matkoillaan harrastavat patikoimista, tavoittavat kaukaisia ”oikeita” alkuasukasheimoja ja heidän ”primitiivisyyttään”. Vierailut heimoihmisten asutuksilla ovat patikoinnin turistisia huippuhetkiä. Tällaisia vierailuja markkinoidaan ”koskemattoman” ja ”muuttumattoman” kokemisena. Törkeimmillään kohtaaminen on kuin eläintarhavierailu. Turistit näkevät vain mielenkiintoisia heimoasusteita, mutta eivät ihmisiä asusteiden takana. Alkuperäisväestön ja turismiteollisuuden kohtaaminen virittääkin perustavanlaisia kysymyksiä ihmisarvosta ja sosiaalisesta oikeudenmukaisuudesta. Keskeisessä asemassa ovat kontrolli sekä paikallisten yhteisöjen mukana olo turismin kehitystä suunniteltaessa. Tällainen ei välttämättä sovi yhteen taloudellisten intressien kanssa (Mowforth ja Munt 1998, 48, 270-276).

4.2. Kritiikkinä ”viherpesu”

Eettiset pohdinnat olisivat huomattavasti helpompia, jos asiat ja ilmiöt olisivat sellaisia, kuin niiden vakuutetaan ja kuvataan olevan. Kuluttajille, jotka ostotavoillaan ovat osallisina tai jopa muokkaavat niinkin monisyisiä prosesseja kuin maailmankauppaa ylläpitäviä rakenteita, valintojen seuraukset herättävät kysymyksiä. Tuotteen eettisellä kestävyydellä on markkina-arvoa. Esimerkiksi neljä ylikansallista yhtiötä Nestlé, Tchibo, Sara Lee ja Kraft ovat solmineet sopimuksen, joka parantaa tuotanto-olosuhteita kahvin tuottajavaltioissa. Kehitysyhteistyön Palvelukeskuksen eli KEPAn julkaisema Kumppani (Saari, Tarvas & Berghäll: ”Kahvijätit lupailevat reilumpaa kauppaa”, 05/04, sivu 5) kuvaa tällaista vapaaehtoista sopimusta reaktioksi reilun kaupan kahvin imagoetuun.

Sanna Aaltonen (2000, 138) tiivistää ilmiötä nimeltä ”viherpesu” Ulkoasiainministeriön julkaisussa ”Maailman tila ja Suomi”: ”Viherpesu tarkoittaa pinnallista vihertymistä, joka ei ulotu mainontaa tai retoriikkaa syvemmälle. Viherpesua harrastavat erityisesti yritykset, joilla on selkeästi haitallinen vaikutus ympäristöön. Nämä yritykset pyrkivät puhdistamaan mainettaan viestittämällä maailmalle, että ne haluavat toiminnallaan parantaa ympäristön tilaa. Todellisuudessa toimintatavat muuttuvat vain pieniltä osin tai ei lainkaan.” Sen sijaan markkinoinnissa tuotetaan assosiaatioita, jotka liittyvät puhtauteen ja ekologisuuteen.

Suomessa ympäristömainontaa valvoo kuluttaja-asiamies, joka voi tuoda harhaanjohtavia mainoksia markkinatuomioistuimen käsiteltäväksi. Kuluttajaa voidaan johtaa harhaan monella tapaa. Aaltosen esimerkkejä vihreäksi pesemisestä ovat yritysten itse keksimät ympäristömerkit, luonnonsuojelujärjestöjen tunnuksien väärinkäyttö sekä varainhankintamerkit, jotka eivät kerro tuotteiden ympäristöominaisuuksista vaan pelkästään siitä, että yritys tukee kyseisiä järjestöjä

Aaltonen korostaakin, että ympäristömerkin aitoutta arvioitaessa on vaadittava kunnan perusteluja. Kuluttajan valintoja helpottavat puolueettomat ympäristömerkinnät, jotka kertovat tuotteen ympäristöystävällisyydestä suhteessa muihin vastaaviin tuotteisiin. Uskottavat perustelut eivät tarjoa mielikuvia, vaan määrällisiä faktoja esimerkiksi päästömäärien muutoksista tai investoinneista ympäristöystävällisten vaihtoehtojen tutkimus- ja kehittämistoimintaan.

Matkailussa ympäristöystävällisyyden kriteerit huomioon ottavaa toimintaa on erityisen vaikeaa kontrolloida. Syitä on lukuisia. Ensinnäkin, matkailuteollisuus nimenomaan rakentuu mielikuvien varaan - abstraktin luonteensa takia tarkat määrälliset faktat ovat vaikeita. Toiseksi, kehitysmaissa ei välttämättä ole edes olemassa tietoutta, lainsäädäntöä tai viranomaisia, jotka kiinnittäisivät huomiota väärinkäytöksiin. Kolmanneksi, kestävä kehitys vaatii investointeja, kaikilla ei ole sellaiseen edes varaa. Neljänneksi, turismin haittavaikutusten vastuu on hyvin harmaata aluetta. Vaikka matkanjärjestäjä toimisikin ekologiselta pohjalta, voivat matkanjärjestäjän palveluita käyttävät turistit kyseenalaisella toiminnallaan tehdä tyhjäksi hienot tavoitteet. Viidenneksi, matkailun kehittämiseen osallistuu lukuisia tahoja, joiden intressit ovat keskenään hyvin ristiriitaisia. Siten matkailun kestävä kehitys on hyvin poliittinen käsite.

5. Kansainvälisiä järjestöjä matkailun ja kestävyuden määrittelyssä

Kolmansiiin maihin suuntautuva matkailu on luonut länsimaihin valtavan määrän asiantuntijuutta vaativia työpaikkoja. Ei ainoastaan turismiteollisuuden matkanjärjestäjät, vaan myös konsultit, journalistit, matkailukommentaattorit, akateemikot, vapaaehtois-työntekijät ym. vaikuttavat tahot ovat mukana matkailun kehittämisessä, koska suuri osa matkailijoista on kiinnostuneita ”toimimaan oikein” ja he kokevat tarvitsevansa tietoa (Mowforth ja Munt 1998, 139).

Suvi Virkkunen (2005) kuvaan vastuullisen kuluttajan, järjestöjen, hallitusten ja yritysten välistä vastuun jakamista. ”Vastuullinen kansalainen on vastuullinen kuluttaja, ja valitsee sellaisia tuotteita, joiden alkuperä ei ole eettisesti kyseenalainen, tai joiden tuotannosta työntekijä ja paikallinen yhteisö hyötyvät mahdollisimman paljon. Meistä jokainen voi vaikuttaa köyhyyden vähentämiseen tai köyhdyttävien rakenteiden säilymiseen. Silti vastuullisen kuluttajan merkitystä ei pidä suurennella. Perimmäinen vastuu ei saa siirtyä yrityksiltä, hallituksilta ja kansainvälisiltä järjestöiltä yksittäisille ostopäätöksiä tekeville ihmisille. Kysynnän ja tarjonnan lakeihin viittaaminen ei nykypäivänä ole riittävä selitys ihmisoikeussäännöksiä polkevien työolojen, ympäristölainsäädännön olemattomuuden tai kansainvälisten sääntöjen valvonnan puuteiden hyödyntämisestä. Reilun kaupan tuotteet, luomuruoka, ekoturismi tai eläinkokeeton kosmetiikka ovat esimerkkejä viime vuosikymmenellä Suomessa vakiintuneista vastuullisen kuluttajan valinnoista. Niitä ostamalla kuluttaja osoittaa ymmärtävänsä toimintansa vaikutukset. Mitä enemmän tuotantoketjuista ja tuotanto-olosuhteista tai yritystoiminnan vaikutuksista paikallisyhteisöihin, luontoon tai eläimiin saadaan tietoa ja herätetään asiallista keskustelua, sitä luonnollisemman aseman vastuullinen kuluttaminen voi Suomessa saada. Tässäkin suurin vastuu on jäänyt kansalaisjärjestöille, ja ne ovat sen kantaneet (Virkkunen 2005, 64).”

Matkailuun ja kestäväen kehittämisen määrittelyyn osallistuu lukuisia kansainvälisiä organisaatioita. Tässä luvussa esittelen kaksi matkailun kehittämiseen aktiivisesti osallistuvaa järjestöä: *World Tourism Organization* ja *World Life Fund*, joista ensimmäinen on Yhdistyneiden Kansakuntien alainen ja edustaa siten suuria kehitysagentteja, ja toinen ohjeistaa kuluttajamatkailijaa toimimaan oikein ruohonjuuritasolla. Liiteosiossa löytyy lisää tietoa seuraavista järjestöistä: 1. *The*

International Ecotourism Society, 2. Rainforest Alliance, 3. The World Conservation Union ja 4. The Friends of the Earth International. Nämä ovat esimerkkejä lukuisista kehitykseen ja matkailuun liittyvistä järjestöistä. Yhteistä niille on kestävän kehityksen korostaminen. Näkökulmat siitä, miten kestävä kehitys tuotetaan eroavat jyrkästi. Toiset korostavat reformistisia teorioita eli markkinoiden kykyä tuoda hyvinvointia ja teknologian kykyä ratkaista ongelmia. Toiset korostavat radikaalia lähtökohtaisuutta.

5.1. Suuria kehitysagentteja

Matkailuun liittyvä eriarvoisuus ja epäkohdat ovat hyvin poliittisia käsitteitä. Mowforthin ja Muntin (1998) mukaan Maailman Pankin ja Kansainvälisen Valuuttarahaston (IMF = *International Monetary Fund*) rakennesopeutusohjelmat (*Structural adjustment programmes*) liittyvät läheisesti Maailman Kauppajärjestön (WTO = *World Trade Organization*) ja WTTC:n (*World Travel and Tourism Council*) toimintaan turismiteollisuuden kehittämisessä. Lisäksi suuria kehitysagentteja eli kehitystä määrittäviä vaikuttajia ovat Maailman Turismijärjestö (*World Tourism Organization*), Yhdistyneet Kansakunnat ja sen alainen Unesco. Nämä organisaatiot toteuttavat turismin suunnittelua, promootiota, infrastruktuurin ja investointien kehittämistä. Vaikka globaali turismiteollisuus valtavassa mittakaavassaan on poliittisesti kuuma aihe, on turismin politiikkaa toistaiseksi tutkittu melko vähän. Heikkous piilee vaikeudessa asettaa käytäntöjä laajempaan mittakaavaan, ylitse länsimaisen versioinnin. Turismin kehittäminen ei tapahdu vain ulkoa ja ylhäältä päin, vaan yhteistyössä hallitusten ja kansalaisjärjestöjen kanssa. Erilaisten tahojen tavoitteet voivat olla ristiriitaisia ja konfliktialttiita. Media muistuttaa meitä matkailuun liittyvistä konflikteista kuten länsimaalaisten turistien tappamisesta ja kidnappaamisesta poliittisten syiden takia. Turistikohteeseen tehty isku on varma tapa ylittää uutiskynnys ja päästä osalliseksi globaalin kommunikoinnin systeemiin. Tärkeä kysymys onkin, kuka hyötyy suunnittelusta ja käytännön toteutuksesta ja kuka kontrolloi päätöksenteon prosesseja. ”Hyöty paikallisille” on heikko bisnespartneri, kun tavoitteena on suojella investointien tuottoja (Mowforth ja Munt 1998, 280-284).

IMF:n ja Maailman Pankin rakennesopeutusohjelmat kehitysmailla painostavat hallituituksia esimerkiksi purkamaan valtion kontrollia, yksityistämään valtion yrityksiä ja edistämään vientiä. Mowforthin ja Muntin (1998) mukaan turismi määritellään vientiteollisuudeksi. Tehostamisen avulla valtioiden pitäisi pystyä lyhentämään velkoja, mutta tällainen politikointi vaikuttaa varsinkin köyhimpien ihmisten elämään. Kuitenkin jo ennen velkakriisejä kolmansilla mailla oli vain vähän vaikutusvaltaa omiin asioihinsa. Talouden politiikassa sekä vanhat siirtomaaisännät että ylikansalliset yhtiöt ovat osallistuneet aktiivisesti kehityksen määrittämiseen. Mowforth ja Munt (1998) esittävät, että IMF, Maailman Pankki ja muut kehitysagentit korostavat talouskasvuun tähtäävää politiikkaa. Niin turismissa, kuin monilla muillakin teollisuuden aloilla rakennesopeutusohjelmat siirtävät kaupan vapauttamisen kautta kontrollia länsimaissa

perustetuille ylikansallisille yhtiöille ja heikentävät näin hallitusten toimintavaltaa. Lainojen korkojen maksamisen työläyden takia kehitysmaat ovat riippuvaisia taloussopimuksista. Esimerkiksi Honduras ja Panama joutuvat tarjoamaan vapaan kaupan vyöhykkeitä turismiyrityksille. Vaikka linkkiä velan ja hallitusten mukautumisen ylikansallisten yhtiöiden painostukselle kehittää suuria turistiprojekteja on hankalaa todistaa, myös sen kieltäminen on vaikeaa. Kun kehitysmaissa vihreä turismi perustellaan tärkeäksi talouskasvun edellytyksenä, on hallitusten tarve saavuttaa ulkomaista pääomaa suorassa ristiriidassa turismin sisällön ja mittakaavan kontrolloinnin tarpeen kanssa (Mowforth ja Munt 1998, 291-295,309,311).

Valene L. Smithin (2001, 187-200) mukaan aikalaismielenkiintoa alueiden suojelua kohtaan on lisännyt kuluttajien kasvava tietoisuus globaalien resurssien tilasta. Myös Yhdistyneet Kansakunnat osallistuu aktiivisesti käsitteiden määrittelyyn. Yhdistyneiden Kansakuntien Rion konferenssissa 1992 teemana oli ympäristö ja kehitys. Agenda 21:tä oli mukana suunnittelemassa 178 hallitusta ja 1400 kansalaisjärjestöä. Kolmenkymmenen vuoden ikäisen massaturismin ja lentokonematkailun jälkeen alettiin korostaa turismin muotoja, jotka olisivat vähemmän luonnon resursseja kuluttavia. Turismin tulisi ensinnäkin pyrkiä suojelemaan fyysistä luontoa ja moninaisuutta sekä varmistaa ihmisarvoinen elämä. Toiseksi, on tärkeää säilyttää kulttuurinen perintö ja etninen moninaisuus tukemalla monikulttuurisuutta pluraaleissa yhteiskunnissa. Kolmanneksi, turismin jatkuva menestys on turvattava yhtenä maailman suurimmista teollisuudenaloista, josta niin monet kansallisuudet ja paikalliset taloudet ovat riippuvaisia. Agenda 21 on siis globaali toimintasuunnitelma. Se asettaa prioriteetit kestäväälle kehitykselle ja alkaneelle vuosituhatluvulle. Agenda 21 liittyy turismiin kahdella tapaa. Ensinnäkin, turismi on erityisesti mainittu kestävä kehityksen potentiaalisena tuottajana. Toiseksi, Agenda 21 ohjelma tulee vaikuttamaan turismiin lainsäädännön, poliittisten käytäntöjen ja hallinnoinnin kautta. Agenda 21 velvoittaa hallituksia parantamaan ja uudelleen arvioimaan hinnoitteluja ja tukiaispolitiikkaa turismiin liittyvissä tahoissa, vahvistamaan ja luomaan turismia sekä tarjoamaan mekanismeja - esimerkiksi kansallispuistoja perustamalla - millä suojella uhattuja alueita sekä tarjoamaan ympäristöllisesti kestäviä vapaa-aika- ja turismiaktiviteettejä. Kauppa ja teollisuus, siis mukaan lukien ylikansalliset yhtiöt, ovat velvollisia lisäämään itsesäännöstelyä, parantamaan vastuuntuntoista ja eettisesti kestävä hallinnointia sekä olemaan avoimia menettelytavoille, jotka tarjoavat parhaimpia ympäristöllisiä käytäntöjä. Mowforthin ja Muntin (1998) mukaan Agenda 21

mukaan GATT-sääntöjä (*General Agreement on Tariffs and Trade*), mitkä rohkaisevat ympäristöllisten kustannusten ulkoistamista ja tukee ajatusta, jonka mukaan kaupan vapauttaminen johtaa kestäväan kehitykseen. Tämän ajatteluntavan mukaan ympäristöllisten kulujen ulkoistamisen muuttuessa normiksi, ne maat jotka poikkeavat tällaista, menettävät lyhyen tähtäimen kilpailukyvn. Lisäksi pääoman kasvun ”*trickle down*” -mekanismi (tihkumisvaikutus) ratkaisee ympäristöllisiä ongelmia: vapaakauppa lisää talouskasvua joka puolestaan lisää vaurautta jota voidaan sijoittaa ympäristön suojeluun. Mowforth ja Munt (1998) kokevat tällaisen ajattelun logiikan nurinkurisena: ”Ensin täytyy liata takapiha, jotta on varaa puhdistaa se.” He korostavat, että ensinnäkin mahdollista ”*trickle down*” -vaikutusta ei automaattisesti investoida ympäristön suojeluun. Toiseksi, ympäristön vahingoittumista on helpompaa ennalta ehkäistä kuin parantaa (Mowforth ja Munt 1998, 113-114).

Myös Valentine Smith (2001, 187-200, toim. Smith ja Brent) korostaa kestävan turismin haasteellisuutta. Vain harvat ihmiset, mukaan lukien päätöksentekijät, ovat tietoisia turismin seurannaisvaikutusten moninaisuudesta: taloudellisesta, sosiaalisesta ja poliittisesta merkittävydestä. Rion konferenssi identifioi matkailun ja turismin yhdeksi taloudellisen sektorin avaimeksi ja välineeksi, jolla voisi olla positiivisia vaikutuksia kestävan kehityksen saavuttamisessa.

Smith (2001) havainnollistaa esimerkein matkailun kestävan kehityksen aatteen ja turistisen kiinnostuksen yhteensovittamisen vaikeuksia. UNCSD (*United Nations Committee on Sustainable Tourism*) antoi vuonna 1999 turismiteollisuudelle tehtäväksi suunnitella matkailijoille koulutusta kestävan turismin vahvistamiseksi. Lomalennoilla esiteltiin videoita, jotka informoivat matkailijaa kyseessä olevan kohteen alkuperäisväestön oikeuksista ja tavoista. Kenian lennoilla videosityksen aihe oli prostituutio ja seksiturismi. Sri Lankan reitillä teemana oli Hindutemppelien kunnioittaminen ja lapsikerjäläisiin suhtautuminen. Filmi informoi, kuinka kerjäävät lapset saattavat ansaita enemmän rahaa päivässä kuin heidän vanhempansa kuukaudessa. Tällainen lasten vaurastuminen vähentää heidän kiinnostusta koulunkäyntiin ja vanhempien arvostukseen. Yucatanin reitillä informaatioesitys kertoi Maya-kulttuurista ja raunioista, joiden arkeologinen arvo on merkittävä. Siksi filmin mukaan oli tärkeää, että turistit eivät kerää kivenpalasia raunioista, vaan ymmärtävät suojella niitä. Tällaiset 20 minuutin pituiset videositykset otettiin lennoilla melko positiivisesti vastaan. Smith kuitenkin huomauttaa käytännön vaikeudesta:

suuri osa matkailijoista on mielihyvää etsimässä ja siksi he kiinnittävät vain vähän huomiota paikallisiin asioihin ja uusiin ajattelutapoihin. Matkailijat kokevat olevansa lomalla, ja lomailuun kuuluu tunne tauolla olemisesta (Smith 2001, 191-192, toim. Smith ja Brent).

5.1.1. Esimerkkinä World Tourism Organization

World Tourism Organization (eli WTO, huom. lyhenne sama kuin Maailman Kauppajärjestöllä *World Trade Organization*illa) on Yhdistyneiden Kansakuntien alainen järjestö ja siihen kuuluu 145 jäsenmaata (vuonna 2005). Päämaja on Madridissa. Organisaatio edustaa matkailun yksityissektoria, paikallisia viranomaisia, matkailuyhdistyksiä ja koulutuksellisia instituutioita. Se on globaali vaikuttaja matkailun kehittämisessä, matkailuun liittyvien ongelmien käsittelyssä sekä tietotaidon kartuttamisessa. WTO korostaa vastuuntuntoisuuden kehittämistä, kestäväää sekä universaalien turismin taloudellista kehitystä, kansainvälistä yhteisymmärrystä, rauhaa, ihmisoikeuksia ja fundamentaalista vapautta. WTO:n nettisivujen mukaan (www.world-tourism.org, päivitetty 12.12.2005) kasvava kehitysmaatmatkailu on oikein toteutettuna mahdollisuus tasapainottaa köyhien ja rikkaiden maiden välisiä eroja ja rajoittaa kehitysmaissa maaseutujen autioitumista. (Köyhissä maissa ihmiset muuttavat megakaupunkeihin parempien elinolosuhteiden toivon perässä ja tällaiset monimiljoonakaupungit tuovat uudentyyppisiä urbaaneja ongelmia.) WTO:n mukaan matkailun synnyttämä interkulttuurallinen tietous ja ystävyys-suhteet ovat vahva voima parantamaan ymmärrystä ja rauhaa kansakuntien välillä.

WTO esittelee keinoinaan teknologian tehostamista ja kansainvälistä yhteistyötä, jossa kehitetään julkisen ja yksityisen sektorin vuorovaikutusta sekä globaalien turismin etiikkaa määrittäviä sääntöjä (*Global Code of Ethics for Tourism*). Näin jäsenmaat, matkailukohteet sekä turismiteollisuus maksimoivat turismin positiivisia taloudellisia, sosiaalisia ja kulttuurisia vaikutuksia ja minimoivat negatiivisia sosiaalisia ja ympäristöllisiä vaikutuksia.

WTO suunnittelee ja toteuttaa erinäisiä matkailun ja kestävän kehityksen projekteja. Esimerkiksi Yhdistyneet Kansakunnat (jonka alainen WTO on) nimesi vuoden 2002 ekoturismin vuodeksi. Näin ekoturismin kehittäminen sai kansainvälistä tunnustusta. Maailman ekoturismin konferenssi järjestettiin Kanadassa, Quebecissä toukokuussa 2002 yhteistyössä Yhdistyneiden Kansakuntien ympäristöohjelman kanssa. Osallistujia oli 1 200 ja tuloksena syntyi Ekoturismin 49-kohtainen Quebec-julistus kestävän ekoturismin kehittämisestä ja hallinnoinnista (*Quebec declaration on Ecotourism*).

WTO on sitoutunut YK:n tavoiteprojektiin ST - EP (*Sustainable Tourism – Eliminating Poverty*), jonka tarkoituksena on panostaa matkailun kestävään kehitykseen ja köyhyyden pienentämiseen matkailutulujen avulla.

5.2. Ruohonjuuritason toimintaa

Adamsin (2001) mukaan kehitys ”alhaalta käsin” korostaa ensinnäkin paikallisten ihmisten asemaa kontrolloida muutoksia heidän omassa elämänpiirissään, sekä heidän omaa tietotaitoaan. Toiseksi kestävä kehitys ”alhaalta käsin” pyrkii vaikuttamaan pohjoisen kuluttajien valintoihin ostokohteissa ja kulutusvalinnoissa. Ekoetiketit ja sertifikaattijärjestelmät antavat tietoa ja vaikutusmahdollisuuksia kuluttajalle, joka on kiinnostunut kestävän kehityksen teemasta. Kestävä kehitys ”alhaalta käsin” kuuluttaakin innovatiivisuutta ja avointa ajattelua nimenomaan kulutusvalintojen suhteen.

Kestävästä kehityksestä ”alhaalta käsin” on tullut tärkeä teema kehityssuunnittelussa. Sen juuret juontavat 1970-luvulle, jolloin kehityskeskustelussa ”mitä pitäisi tehdä” -ajattelun rinnalle nousi teema ”miten asioita pitäisi toteuttaa”. Korkeateknologia ja laajan mittakaavan kehitystoiminta sekä kehitysagenttien laajat projektit edustavat ”ylhäältä käsin” suunnittelua. Kriittisimpien mukaan tällaiset toimintatavat jättävät huomioimatta ja jopa tuhoavat ekosysteemeihin liittyvää paikallista tietoa ja sosiaalisen organisoitumisen muotoja. Tällaisen ylhäältä käsin ohjattavan kehityksen kritiikki onkin ruohonjuuritason toiminnan ydin, koska ”ylhäältä päin” -suunnittelu näyttäisi tuovan taloudellista hyvinvointia ja vaurautta kovin epätasaisesti. ”Alhaalta päin” -ajattelu korostaa paikallisten yhteisöjen osallistumista suunnittelussa ja toteutuksessa, sekä pienimuotoisia projekteja. Pienen mittakaavan toiminta voi minimoida ympäristövahinkoja, maksimoida taloudellisen hyödyn tasaisempaa jakoa, vähentää jäteongelmia sekä hallinnointibyrokraatiaa ja hyödyntää tehokkaimmin paikallisten ihmisten kykyjä ja näkemyksiä. Ruohonjuuritason toiminta korostaa ensisijaisesti paikallisten ihmisten valtaistamista (*empowerment*). 1990-luvun alusta alkaen lahjoittajat ja kehityssuunnittelijat ovatkin panostaneet osallistuvaan toimintaan.

John Urry puolestaan korostaa luonnollisuuden romantiikan tärkeyttä ympäristötietoisuuden kehittämisessä. Hänen mukaansa romanttisen kiinnostuksen herääminen luontoa kohtaan on helpottanut levittämään turismia maailmanlaajuisesti ja on osaltaan ollut yhteydessä ympäristöllisen suuntautumisen laajenemiseen. Vihreä turismi korostaa pienimuotoista toimintaa, joka on paikallisten kontrolloimaa sekä käyttää paikallista työvoimaa perinteitä hyödyntäen. Siinä oleellista ovat henkilökohtaiset kontaktit, paikallisesti tuotetut raaka-aineet ja paikallisuuden ekologia ja perinteet. Toisin

sanoen juuri luonnollisuuden ja perinteiden romanttinen nostalgia on Urryn mukaan kiinnostusta nostattava voima (Urry 2000, 182- 184).

Adamsin (2001) mukaan uusklassiseen taloustieteeseen pohjautuvat analyysit korostavat kehityksessä markkinoiden asemaa valtion interventioiden sijaan. Tällä on ollut suuri vaikutus kansainvälisiin kehitysstrategioihin. Tällaisen näkökulman mukaan julkiset tavoitteet – kuten kestävä kehitys – saavutetaan parhaiten markkinamekanismein. Adams pohtii myös markkinoiden ja valtion politiikan suhdetta. Hänen mukaansa poliittisen oikeiston mukaan valtio on yksinkertaisesti liian suuri ja liian sentralisoitu. Näistä perusteista käsin valtion yritysten yksityistäminen toisi toivottavaa kehitystä. Huomiot yhteisöllisyyden aktiivisesta roolista valtion tarjoamien sosiaalipalvelujen sijaan sopivat Maailman Pankin uusklassisen taloustieteen ekonomisteille ja sellaisille kansainvälisille instituutioille, jotka luottavat markkinavoimien kykyyn tuoda hyvinvointia. Toisaalta Adamsin tulkinnan mukaan argumentit ihmisten valtaistamisesta ja ruohonjuuritason toiminnasta miellyttivät myös poliittista vasemmistoa. Uusista sosiaalisista liikkeistä on tullut poliittinen voima. Hallitukset joutuvat kohtaamaan haasteita sekä oikealta että vasemmalta. Oikeisto pyrkii yksityistämään ja kilpailuttamaan sosiaalisektoria ja vasemmisto vaatii avoimuutta ja alueellista päätöksentekoa. Tällaisen takia Adamsin (2001) mukaan ruohonjuuritason osallistuminen kestävässä kehityksessä - jota perustellaan kovin vastakkaisista näkökulmista - on perustelujen suhteen varsinainen hybridi. Naiiveimmillaan sellainen lähestyminen yhteiskuntaa, ihmisen suhdetta luontoon ja kehityksen politiikkaan yksinkertaistavasti ja idealistisesti. Yhteisöllisyyden idea legitimoinnin lähteenä ja keinoina saavuttaa tehokasta ja kestävästä kehitysmuutosta liittyvät läheisesti Adamsin mukaan länsimaiseen romantiikkaan kokea yhteisöllisyys luonnollisena sosiaalisena siteenä. Yhteisöllisyyden kaipuu on edustanut vastavoimaa modernisaatiolle eli teollistumiselle, urbanisaatiolle, saastumiselle ja erikoistumiselle. Kun tällainen länsimainen romantiikka yhdistetään kolonialismin historiaan ja idealistiseen jälkikolonialistiseen huonoon omaantuntoon, alkaa näyttää itsestään selvältä, että maaseudun ihmiset kolmansissa maissa elävät yhdessä erillisinä kyläyhteisöinä, jakavat yhteiset heimoidentiteetit ja ovat sitoutuneet toisiinsa tavalla, joka on kadotettu kehittyneistä maista. Tällainen yhteisöllisyyden romantiikka yhdistettynä epämääräisyydellä paikallisen tason poliittisista konflikteista on luonteenomaista monille dokumenteille, jotka edustavat kestävästä kehityksen ruohonjuuritason valtavirtaa. Adamsin (2001) mukaan tällainen lievästi sanottuna ”outo” romanttinen perintö ei tietenkään

kyseenalaista kehityksen ideaa ”alhaalta käsin”, mutta se selventää, minkä takia paikallisilla ihmisillä ja kehitystyötä tekevillä voi olla kovinkin erilaisia näkemyksiä toiminnallisuuden tavoitteista.

Paikallisväestön omaa tietoutta perustellaan hinta-tehokkuudella ja laajemmalla arvojen ja ideoiden representaatiolla. Kuitenkin Adams (2001) korostaa, alkuperäistietouden ja traditionaalisen sekä modernin tiedon erottaminen voi olla vaikeaa. 1900-luvun moderneja innovaatioita on seurannut joukko uusia sovelluksia. Maaseudut etelässä eivät ole odottaneet passiivisina ja liikkumattomina kulttuurisen muuttumattomuuden kääreessä. Heillä on omat innovaationsa tehdä sovellutuksia. Sen takia Adams korostaa, että on virhe käsittää alkuperäisyyteen liittyvä tieto (*indigenous knowledge*) epämodernina. Alkuperäistieto ja paikallistietous ovat tärkeitä tekijöitä kehityssuunnittelussa ja niiden arvoa on aliarvioitu liian pitkään. Niiden tärkeys on fundamentaalista omistamiseen liittyvissä asioissa sekä muutoksen kontrollissa. Teoreetikkojen tulisi olla vähemmän idealisteja alkuperäisen ja modernin jaon suhteen, ja olla avoimempia poliittisten prosessien tärkeydelle, jotka koskevat paikallisten ihmisten ja elinympäristön kehitystä.

Ympäristön tilasta huolestuneet kansalaisjärjestöt ovat jo pitemmän aikaa kehittäneet kampanjoita lähinnä länsimaisille kuluttajille. Ideana on osoittaa kuluttajalle hänen valintojensa yhteys ympäristöongelmiin ja kansainvälisen kaupan rakenteisiin. Näin kansalaisjärjestöt pystyvät vaikuttamaan ylikansallisten yhtiöiden toimintaan kiinnittämällä kuluttajien huomiota niiden toiminnan etiikkaan. Esimerkiksi *Children of the Earth*’in kampanja Schweppesiä vastaan pullojen kierrätyksen suhteen ja *Greenpeacen* vastakampanja Shell’in yritykselle hylätä öljynporauslautta mereen kuvaavat kansalaisjärjestöjen valtaa hyödyntää kuluttajien kiinnostumista globaalin talouden kentässä (Adams, 2001, 334-366).

Mowforthin ja Muntin mukaan (1998, 257-9) on selvää, että sekä hallitukset että yhteisöt kohtaavat erilaisia vaihtoehtoisia toimintamalleja, joiden ääripäinä ovat mega-projektit ja paikalliset projektit. Paikallisten ihmisten ideat asuinympäristönsä suunnittelussa ja kehittämisessä tunnustetaan yleisesti tärkeiksi. Hallitukset, jotka julkisuudessa ylistävät kestävän kehityksen tärkeyttä, ovat alisteisia ulkopuolelta tulevan kaupan vapauttamisen paineelle. Tällainen kehitys on omiaan kasvattamaan mega-projekteja, jotka törkeimmillään polkevat alkuperäisväestön oikeudet maahansa. Tällaisissa tilanteissa

paikallisilta yhteisöiltä voi puuttua resursseja, taitoja ja pääomia. Paras apu onkin suhdetoiminta. Kansainväliset järjestöt tuovat näkyvyyttä mediassa, mutta ongelmallista on, kenen intressejä ulkopuoliset asiantuntijat todella ajavat. Heillä voi olla enemmän tietoa joltain tarvittavalta osa-alueelta, heillä voi olla enemmän pääomia ja rahastoja käytettävänä, tai heillä voi olla pääsy markkinoiden toimintaan, mutta he edustavat myös omia intressejään. Tällaisia intressejä voivat olla esimerkiksi taloudellisen hyödyn tavoittelu, poliittinen näkyvyys tai huomion hakeminen. Tärkeää onkin tasapainottaa asiantuntijoiden ja paikallisten ihmisten tavoitteet.

5.2.1. Esimerkkinä World Wildlife Fund

WWF eli *World Wildlife Fund* on ”maailmanlaajuisesti toimiva, aikaansaava luonnonsuojelujärjestö, joka innostaa ihmisiä ja yhteisöjä toimimaan ympäristön suojelemiseksi. WWF:n tutkijat ovat mukana pelastamassa maailman ainutlaatuisimpia luontokokonaisuuksia ja uhanalaisimpia lajeja. WWF toimii yli 100 maassa yhdessä ihmisten kanssa luonnon puolesta. WWF:n luonnonsuojelutyö paitsi edistää luonnon monimuotoisuutta myös parantaa ihmisten elämän laatua. Toimintamuotoja ovat muun muassa kenttäprojektit, poliittiseen ja muuhun päätöksentekoon vaikuttaminen sekä yleinen ympäristövalistus. (www.wwf.fi/tietoja, haettu 14.06.2006)”

World Wildlife Fund opastaa matkailijakuluttajaa ekologisiin kulutusvalintoihin internet-sivuilla www.wwf.fi/ekomatkailu/vinkkeja_matkailijalle.html (päivitetty 08.11.2004:

”Luonnonvarojen kestävä käyttö – sijoitus lomakohteen tulevaisuuteen

Ole ekoihminen lomalla. Kuluta harkiten, minimoi tuottamasi jätteet ja päästöt.

Käytä sähköä ja vettä säästäten – niiden saanti lomakohteessa ei välttämättä ole yhtä ongelmaton kuin koti-Suomessa. Tuo ongelmajätteet kuten käytetyt paristot takaisin Suomeen, jos niille ei ole kohteessa järjestetty keräystä.

Suunnittele matkat lyhyimpiä reittejä käyttäen. Matkusta mieluiten matkakohteen varsinaisen sesonkiajan ulkopuolella. Näin tasoitat kohteeseen ja sen lähiympäristöön

kohdistuvaa räsitystä. Ethän roskaa matkoillakaan. Roskaamaton esimerkiksi voi rohkaista muitakin pitämään lomakohteen siistinä. Muun muassa muoviroskat merenrannalla voivat koitua eläimien kohtaloksi: delfiinit, merikilpikonnat ja linnut voivat luulla niitä syötäväksi ja menehtyä niiden aiheuttamaan suolitukokseen.

Luontoelämyksiä luontoa kunnioittaen

Luonnonystävä liikkuu varoen, kasvillisuutta vahingoittaen ja eläimiä häiritsemättä. Noudata matkakohteen sääntöjä ja suosituksia, pysytele poluilla ja varo kuluttamatta herkimpiä luontokohteita.

Eläinten häiriintymistä johtuu pohtimaan muun muassa Afrikan safareilla. Monet afrikkalaiset kansallispuistot ovat ekomatkailun pioneereja. Ne olivat ensimmäisten joukossa kehittämässä matkailusta tulonhankkimiskeinoa luonnonsuojelualueille ja siten tekemässä afrikkalaisen luonnon säilymisestä taloudellisesti mahdollista. Silti matkailijan on safareilla edelleen hyvä olla tarkkana laadun suhteen. Vaikka gepardi olisi kaatanut antiloopin kuinka näyttävästi, pyydä ettei opas aja autoa niin lähelle, että gepardin ruokailu häiriintyy.

Alkuperäiskansojen tulevaisuus on turvattava

Alkuperäiskansat ovat maansa vanhimmat asukkaat. Samalla he ovat alueen luonnon ja kestävän käytön parhaimmat asiantuntijat. Heillä on ikimuistoinen oikeus maahansa – ja oikeus elää perinteisellä tavallaan edelleen, tarvitsematta toimia vain turistivetonauloina.

On hienoa, jos matkanjärjestäjä ilmoittaa osallistuvansa alkuperäiskansojen suojeluun, mutta ole kriittinen ja yritä myös nähdä kulissien taakse – kysele tarkemmin, millä keinoin niitä suojellaan. Alkuperäiskansojen elämäntapojen ja kulttuurien säilyttämiseksi ei riitä se, että matkanjärjestäjä on vain palkannut muutaman maasai-soturin ”mannekiiniksi”.

Viekö tuliainen sukupuutoon?

Kierrä kaukaa matkamunistot, jotka on tehty uhanalaisista eläimistä ja kasveista

Monet kasvi- ja eläinlajit ovat vaarassa kuolla sukupuutoon, koska niitä kerätään ja pyydystetään kauppatavaraksi. Niiden turvaksi on säädetty lakeja ja solmittu kansainvälinen CITES-sopimus niillä käytävän kaupan rajoittamiseksi. Paha-aavistamaton matkailija voi tulla ostaneeksi torikauppiaalta laitonta tavaraa, jonka kanssa joutuu kiipeliin tullissa.

EU:ssa on ollut vuodesta 1987 asti voimassa uhanalaisten eläinten ja kasvien kauppaa koskeva lainsäädäntö. Suomeenkaan ei saa tuoda muun muassa norsunluuta eikä merikilpikonnatuotteita, kuten kilpiä tai kilvistä tehtyjä koruja, kampoja ja aurinkolasien kehyksiä. Tulli takavarikoi ne, jos niitä yritetään tuoda maahan, ja seurauksena voi olla myös sakkoja. Tarkasti säädeltyä on myös monien orkideojen, kaktusten ja muiden kasvien vieminen maasta toiseen.

Korallituotteet on myös syytä jättää ostamatta. Koralliriutat ovat herkkiä ekosysteemejä, jota korallien kerääminen vahingoittaa.

Eläinrääkkäys ei ole hyväksyttävää matkakohteessakaan

Matkailijalle saatetaan tarjota tilaisuutta tulla maksusta kuvatuksi simpanssin, leijonanpennun tai muun eksoottisen kumppanin kanssa. Valokuvaajien eläimet ovat usein huumattuja, eikä niiden olot kuvaushetkien ulkopuolella voivat olla ankeat. Apinanpoikasten ja karhunpentujen tavallisin pyydystysmenetelmä on emon tappaminen, ja kun poikaset kasvavat liian isoiksi käsitellä, ne tapetaan ja tilalle pyydystetään uudet poikaset. Tällaisen toiminnan jatkamisesta ei kannata omasta matkakassastaan rahoittaa.

Jos matkakohteessa järjestetään ratsastusta aaseilla, hevosilla tai kameleilla, katso eläinten kuntoa ennen kuin päätät, menetkö mukaan. Ratsut voivat olla aliravittuja, huonosti kohdeltuja ja liian suurilla kuormilla rasitettuja.

Härkätaistelut ja kukkotappelut ovat yleisiä etenkin Latalalaisen Amerikan maissa. Ne päättyvät eläinten tuskalliseen kuolemaan. Matkakassalle voi jälleen löytyä rakentavampakin käyttöä kuin tällaisten näytösten pääsymaksut.

Jos matkan ohjelmaan sisältyy sellaista eläinten kohtelua, joka painaa mieltäsi, anna asiasta rakentavaa mutta selkeää palautetta matkanjärjestäjälle.

Uuden oppiminen rikastuttaa matkaa

Parhaassa tapauksessa matkailija oppii paljon kohdemaan tavoista, luonnosta ja ajankohtaisista kysymyksistä.

Matkan parhaisiin tuliaisiin kuuluu kasvanut ymmärrys kohdemaan kulttuurista ja luonnosta, niihin kohdistuvista uhkista ja suojelemisen keinoista.

Matkailu hyödyntää paikallisia asukkaita

Erikoistuneiden luonto- ja ekomatkojen perusidea on, että luonnonsuojelusta tulee paikallisille asukkaille taloudellisesti kannattavaa. Siksi ekomatka palvelee luonnonsuojelua vain, jos leijonanosa rahoista jääpaikallisille asukkaille eikä katoa teollisuusmaiden matkanjärjestäjille ja muille välikäsille. Etenkin kehitysmaissa vaihtoehdot ovat usein vähissä: jos matkailuelinkeino ei tuota väestölle riittävästi tuloja, ainoaksi hengissä pysymisen keinoksi saattaa jäädä metsän kaataminen tai eläinten salametsästys.

Kestävimmälle pohjalle luontomatkailu rakentuu, kun paikallisia ihmisiä otetaan mukaan liiketoiminnan suunnitteluun alusta asti.

Koulutettu henkilökunta takaa ekolaadun

Etenkin matkoilla, joilla tutustutaan kohdemaan luontoon ja luonnonsuojeluun, osa onnistuneen matkan salaisuutta on hyvin koulutettu henkilökunta sekä matkanjärjestäjän puolella että kohdemaassa. Oppaaksi tarvitaan alueen luontoa tunteva ammattibiologi, ja muunkin henkilökunnan tulee tuntea kohdemaan ympäristönsuojelua, kulttuuria ja sosiaalisia kysymyksiä. Hyvä ympäristökoulutus kasvattaa myös henkilökunnan sitoutuneisuutta ympäristönsuojeluun.

Kun valitsen ekomatkan matkanjärjestäjää, kysele sitäkin, miten henkilökunta on koulutettu. Tämä on yksi keino varmistaa, että matkatoimisto tietää, mitä ekomatkailu tarkoittaa, eikä pelkästään myy matkoja muodikkaalla nimellä.

Laadusta kannattaa maksaa

Erikoistuneilla luonto- ja ekomatkoilla ryhmät ovat pieniä, kohteina ovat erikoiset paikat, kohteisiin on varta vasten rakennettu polkuverkostoja ja opastuskeskuksia, henkilökunta on koulutettua ja ohjelma räätälöityä.

Tällöin myös matkan hinta väistämättä nousee. Jos olet kiinnostunut luonto- ja ekomatkoista, matkabudjettia on säästettävä kokoon vähän pidempään.

Matkailusta voi tehdä luonnonsuojelua

Matkailulla voi edistää luonnonsuojelua monin tavoin. Liiku säästäen, opi uutta, kerro muille – tai toteuta unelmasi ja lähde ekomatkalle, joka on räätälöity varta vasten luonnon suojelun tukemiseksi.

Ekomatkailun ja luonnonsuojelun onnistuneesta yhdistämisestä on monia esimerkkejä. Yksi niistä on Galápagos-saaret. Näillä maailmankuuluisilla saarilla on järjestetty ekomatkoja vuodesta 1968 alkaen, ja nykyään saarilla käy vuosittain 60 000 matkailijaa. Saarten herkkä luonto ei silti kärsi, koska matkailu on huolellisesti suunniteltua ja hallittua ja liikkuma-alueet rajoitettuja. Suurin osa Galápagoksen luonnonsuojeluun käytettävistä rahoista tulee saarilla käyviltä matkailijoilta.

6. Globaali matkailuteollisuus

Globalisaatiossa keskeistä on sen luonne tiivistää prosessien toimintaa maailmanlaajuisessa mittakaavassa. Sitä voidaan verrata yhteyksien kiristyvään verkkoon, joka integroi ryhmiä yli perinteisten kansallisten rajojen. Tämä lisää tunnetta kutistuvasta maailmasta, jossa riippuvuutta toisista ei voida sivuuttaa. Kriitikoiden mukaan homogeenisyyden massa pyrkii peittämään paikallisia erilaisuuksia. Taloudellinen globalisaatio johtaa tapaa, jolla määritellään suhteita ja virtoja. Turismissa, joka on laajimpia teollisuuden aloja maailmassa, talousajattelun nimissä vedetään uusia kohteita turismin piiriin. Yhä useammissa kehitysmaissa turismin osuus liiketoiminnassa kasvaa. Turismissa talouden globalisaatio korostuu, koska siinä ei vain siirretä pääomia ja hyödykkeitä, vaan myös ihmiset liikkuvat. Kulttuurinen globalisaatio, jota kriittisimmät pitävät globaalina konsumerismina ja amerikkalaisen (länsimaisen) elämäntavan ihannoimisena, liittyy puolestaan läheisesti turismiin. Poliittinen globalisaatio kohdentaa huomiotaan kansallisvaltioiden suvereniteetin haurastumiseen ja kykyyn vaikuttaa asioihin, mitä tapahtuu omalla maaperällä (Mowforth ja Munt 1998, 12-16).

Mowforthin ja Muntin (1998) mukaan merkittävimmät tekijät globalisaatiota analysoidessa ovat globaalien talouden uudelleenrakentaminen sekä talouden kehitys. Nämä puolestaan liittyvät läheisesti turismiin. Ensimmäinen seikka liittyy maailman markkinoiden nopeaan kasvuun ja kansainvälistymiseen globaalissa taloussysteemissä. Jälkimmäinen kuvaa nopeaa deindustrialisaatiota länsimaissa. Tähän liittyy voimakas palvelualojen kasvu. Kapitalismi on myös tunkeutunut kehitysmaihin ja imaussut ne globaaliin taloussysteemiin.

6.1. Globalisaatio

Karkeasti ottaen globalisaatiolla (Beck 1999 ja Pulliainen 2003, 1-13) voidaan tarkoittaa joko pelkästään taloudellista prosessia, tai sillä voidaan viitata laajempaan kokonaisuuteen - ylikansallisten tilojen, tapahtumien, ongelmien, konfliktien ja elämäkertojen liikehdintään - jonka osa taloudellisen vaihdon kehitys on. Usein klassinen näkemys globalisaation juurista viittaa 1400-luvulle, jolloin merenkulkijat aloittivat ”uuden maailman” tutkimusretket ja eurooppalaiset imperiumit (imperialismi tarkoittaa valtion väkivaltakoneistojen hyväksikäyttöä liike-elämän etujen ajamisessa) alistivat nykyiset kolmannen maailman maat. Toisaalta *homo sapiens* on liikkunut niin kauan kun se on ollut olemassa ja vuorovaikutussuhteet perustuvat vaihtoon. Pullinen (2003, johdanto) huomauttaakin, että globalisaation vastustajat ovat muutaman tuhat vuotta liian myöhässä.

Globalisaation prosessiluonnetta ei pidä ymmärtää suoraviivaiseksi, eikä totaaliseksi ja yksinapaiseksi, vaan pikemminkin dialektiseksi ja glokaaliksi. Glokalisatiolla tarkoitetaan globalisaation paikallisia vaikutuksia. Kansainvälistyminen tarkoittaa kansallisen politiikan ohjaamia riippuvuussuhteita valtioiden välillä. Poikkikansallisuus eli transnationalisaatio tarkoittaa keskinäisen taloudellisen riippuvuuden välimuotoa, joka on alkanut irrottautua politiikan kansallisvaltiollisesta perustasta, mutta joka ei vielä ole saavuttanut autonomia-astetta.

Globaalisuus korostaa maapalloistumista: mikään maa tai mikään ryhmä ei voi sulkeutua muilta. Elämme maailmanyhteiskunnassa, missä erilaiset taloudelliset, kulttuuriset ja poliittiset muodot törmäävät toisiaan vasten ja kaikki itsestäänselvyydet kaipaavat uudelleenperustelua. Maailmanyhteiskunnassa mahdollistuu (tai monimutkaistuu) uusi ylikansallisen moraalisuuden ja alapoliittisuuden tila. Esimerkiksi yksittäisten kuluttajien yhteiset valinnat joko kannattaa tai boikotoida tuotteita korostuvat. Tällaisen kollektiivisen tietoisuuden muodostumisessa keskeisessä asemassa ovat sosiaaliset liikkeet. ”Aikamme maailmanvalloittajan” eli ylikansallisen yhtiön akilleenkantapää onkin julkisuuskuva, koska markkinat ovat ennen kaikkea riippuvaisia kuluttajista. Varsinkin Yhdysvalloissa yritysetiikasta on tullut uusi kasvuala, koska se on ”eettistä” ja koska pidemmän päälle sen noudattaminen kannattaa. Ryvettyminen politiikassa tai liikeskandaaleissa tulee yrityksille kalliiksi (Väyrynen 2001, 73).

Globalismi painottaa talouden toimintalogiikkaa ja jättää usein huomioimatta toimenpiteiden sosiaalisia ja ekologisia seurauksia. Globalismin ensisijaisena tavoitteena onkin poliittisen säätelyn ja kansallisvaltioiden aseman heikentäminen talouden kehitystä jarruttavina rakenteina. Tällainen uusliberalistinen kilpailuttamisen ideologia kuuluttaa maailmanmarkkinoiden herruutta, jolle pitäisi alistaa ekologiset, kulttuuriset, poliittiset ja kansalaisyhteiskunnan toimintaulottuvuudet. Valtiota pitäisi uusliberalistien mukaan hoitaa kuin yritystä. Beck (1999, 32- 33) tiivistääkin kapitalismin kehitystä: ”Niin merkittävää kuin 1800-luvun työväenliikkeelle oli luokkakysymys, yhtä tärkeää aikamme ylikansallisille yrityksille on kysymys globalisaatiosta”. Olennainen ero on kuitenkin siinä, että työväenliike oli vastavoima luokkaetujen ristiriitaan, kun taas ylikansalliset yhtiöt toimivat pitkälti ilman ylikansallista vastavoimaa. Maailmanlaajuisesti toimivilla yrityksillä on globaali vapaus siirtää toimintaansa sinne, missä valtio ei kykene puolustamaan työväestönsä etuuksia esimerkiksi ammattiyhdistysliikkein, ja näin ylikansallinen talous alistaa itselleen kansallisvaltioiden perustaa. Globalismin paradoksi on, että yksilön perusoikeuksien takaaminen ja luonnonsuojelu on perinteisesti edellyttänyt kansallisvaltiota.

6.2. Turismiteollisuus ”riippuvuus-teorian” valossa

Michael R. Carterin mukaan (1999, 119-149) terävimpiä jakoja kehitystä käsittelevissä teorioissa on ollut ero niiden välillä, jotka korostavat joko taloutta kansainvälisenä toiminta-alueena, tai kehitystä kansallisena prosessina. Ensimmäisen näkökulman mukaan kansainvälinen talous nähdään areenana, jossa tuotetaan ja uusinnetaan joidenkin kansakuntien hyvinvointia, toisten kustannuksella. Jälkimmäisen mukaan kehitys perustuu elintason tavoitteluun sekä kasvuun ja tällainen kasvu lopulta kaventaa kehittyneiden ja kehitysmaiden välisiä eroja. Juhani Koponen puolestaan korostaa, että alikehittyneisyyden tilalle löytyy useita selitysmalleja (luento ”Globaali eriarvoisuus; kehityksen ja alikehityksen historiaa”, 14.10.2004). Hän nostaa esille kolme selitysmallia. Ensimmäisen, eli alikehitysnäkökulman mukaan kehitys ja alikehitys ovat saman prosessin kaksi eri puolta, eli kolmansien maiden alikehitys on rikkaiden maiden kehityksen ehto – riippuvuus-teoria siis edustaa tällaista näkemystä. Toisen eli modernisaationnäkökulman mukaan kehitys on luonnollinen prosessi. Rikkaat maat kehittyivät ensin, ja nyt ne yrittävät kehittää köyhiä. Kolmannen näkökulman eli vuorovaikutuksellisen transformaation mukaan alikehitys on historiallisen vuorovaikutuksen tulosta, mutta vaikutussuhteet ovat monimutkaisia ja tilannekohtaisia.

Riippuvuus-teoria (*Dependency Theory, La Teoría de la Dependencia*) on siis yksi selitysmalli muiden joukossa, joka pyrkii selittämään kehitysmaiden tilaa imperialismin vaikutuksista syntyneillä rakenteilla. Se korostaa rakenteellista riippuvuutta länsimaiden ja kolmansien maiden välillä ja kritisoi lineaarista kehityskäsitettä. Ensinnäkin, kolmansien maiden alikehitys ei ole identtinen tila länsimaisen preindustriaiselle vaiheelle. Toiseksi, länsimaisen kehitystä ei voida soveltaa kehitysmaihin metodologiana, koska kehitysmaiden lähtökohtaisuudet ovat kovin erilaisia. Kolmanneksi, kehitysteorian mukaan taloudellisen, sosiaalisen, institutionaalisen ja ideologisen kehityksen korkein aste on modernisaatio. Tämä näkökulma on kapitalististen maiden. Riippuvuus-teorian mukaan kehitys ja kehittymättömyys ovat kuin saman kolikon kaksi eri puolta: siirtomaista riistetyllä ylijäämällä on kehitetty länsimaita ja kehitysmaiden eliittiä, ja tämä prosessi on aiheuttanut kehittymättömyyttä periferiassa. Riippuvuus-teoria myös kritisoi *laissez-faire*a ja vapaakauppa-ideologiaan perustuvia lähestymistapoja, koska niiden kautta uusinnetaan perinteisiä valtasuhteita. Erityisesti Raúl Prebisch (Argentiinan Keskuspankin, sekä

ECLA:n (*United Nations Economic Commission for Latin America*) entinen johtaja) ja neomarxisti André Gunder Frank ovat teorioineet kehityksen ja kehittymättömyyden toisiinsa kytkeytymisestä sekä Latinalaisen Amerikan strukturaalista perifeeristä positiota globaalissa systeemissä (Mauro Marini 1993, 55-75, Burns 1997, 157-160, Mowforth ja Munt 1998, 45-46, Abreu Hernándezin luentosarja ”Neoliberalismo, Globalización y Resistencia”, syksy 2003).

Mowforth ja Munt (1998) sekä Burns (1998, 157-160) ovat soveltaneet riippuvuus-teoriaa selittämään miksi ensimmäisen ja kolmannen maailman välisessä turismissa on olemassa niin syvä epätasa-arvo ja eriarvoisuus. Esimerkiksi valtaosa matkailussa käytetystä rahasta palautuu takaisin länsimaihin. Heidän mukaansa kapitalismin globaali ekspansio on vetänyt mukaansa kolmannen maailman maat tiukkoihin taloudellisiin suhteisiin ensimmäisen maailman kanssa. Koska turismi on laajimpia teollisuudenaloja maailmassa, taloudelliset suhteet korostuvat. Länsimainen omistajuus ja kontrolli sanelevat kolmannen maailman turismin kehittämistä, koska hotelliketjut, matkanjärjestäjät ja lentoyhtiöt edustavat pitkälti länsimaista omistuspohjaa. Riippuvuus-teorian mukaan näissä omistussuhteissa uusinnetaan eriarvoisuuden perustaa ja kehitysmaiden kehittymättömyyttä - riippuvuus tarkoittaa kansallisen taloudellisen autonomian alistamista kansainvälisille markkinoille. Usein turismissa kolmansien maiden odotetaan hyväksyvän passiivisen vastaanottajan rooli. Alikehittyneet maat kiinnostuvat turismista, koska he toivovat sen tuovan ulkomaista pääomaa, työpaikkoja ja vaurautta. Kolmansien maiden ja länsimaiden välinen rakenteellinen eriarvo kuitenkin usein vaikeuttaa näiden tavoitteiden saavuttamista. Kriittisimmät yhteiskuntatieteilijät pitävätkin turismia uskolonialismin ja länsimaisen imperialismin jatkona, jossa uusinnetaan kehityksen ja kehittymättömyyden suhdetta. Länsimainen omistajuus kolmannen maailman turismi-infrastruktuurissa sekä palvelualojen ”herra-lakeija” suhteet tukevat tällaista väitettä. Esimerkiksi matkailija voi olla kiinnostunut luontomatkailusta, mutta olettaa matkaan kuuluvan samat mukavuudet, kuin kotimaassa: juomien tulisi olla jääkylmiä ja suihkuista pitäisi tulla kuumaa vettä. Mowfort ja Munt (1998) korostavatkin, että vaikka riippuvuus-teoria liittyy yleiseen teoriaan imperialismista, on kolmannen maailman turismista löydettävissä samoja suhteita kuin kolonialismirakenteista: dominointia ja alistamista. Turismin olemassaolo ja kehittäminen tapahtuu jo olemassa olevien valtasuhteiden pohjalta (Mowforth ja Munt 1998, 45-52, 71).

Turismiteollisuutta pyörittävät ylikansalliset lentoyhtiöt, matkanjärjestäjät ja hotelliketjut. Loogisesti voidaankin miettiä vaihtoehtoja tällaiselle omistajuussuhteen vinoumalle ja kehittää turismia oikeudenmukaisemmaksi. Mowforth ja Munt (1998) varoittavat kuitenkin tällaisesta yksinkertaistavasta johtopäätöksestä kahdesta syystä. Ensimmäkin, tällainen näkemys perustuu kovin kapeaan ymmärtämykseen turismista globaalissa kontekstissa. Vallankäytön sekä kehityksen ja kehittymättömyyden suhde on hyvin monisyinen ja moniulotteinen. Toiseksi, turistien ja paikallisten suhde perustuu vain turistin vapaaehtoisuuteen. Paikalliset osallistuvat turistisiin tapahtumiin usein tahtomattaan. Tutkimukset turismin vaikutuksista paikallisten ihmisten elämään kuvataan usein juuri kuitenkin turismin näkökulmasta.

7. Yhteenveto

Teoreettisen pro gradu -tutkielmani tutkimuskysymys on siis: mitä tarkoittaa kestävä kehitys matkailussa? Kestävä kehitys korostaa Ympäristöministeriön internet-sivujen määritelmän mukaan ”*maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Tämä tarkoittaa myös, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa.*” Esimerkiksi Valentine Smithin (2001) mukaan matkailussa tämä ideologinen käsite tarkoittaa turismin tavoitteita sekä luoda että säilyttää menestyksellinen turismi ja säilyttää ympäristöllinen sekä kulttuurinen elintila. Tarkoitus on siis ”saada asiat kestäväksi” sosiaalisesti, taloudellisesti, kulttuurisesti sekä ekosysteemin että paikallisyhteisön kannalta.

Yhteenvetona totean kestävän kehityksen turismin paljastavan moniulotteisen luonteensa, kun aletaan miettiä, mistä lähtökohdista kehitystä toteutetaan, keillä on oikeus osallistua määrittelyyn sekä millä perusteilla muutoksia ohjataan. Kestävän kehityksen turismi onkin erittäin poliittinen käsite. Artikuloijina toimivat niin suuret kehitysagentit eli Bretton Woods-organisaatiot ja Yhdistyneet Kansakunnat kuin sekä perinteiset kansallisvaltiot, ylikansalliset yhtiöt ja turismiteollisuus, kansalaisjärjestöt, turistit, tutkijat että paikalliset ihmiset. Turismi on yksi maailman laajimmista teollisuudenaloista, ja sen tuoma talouskasvu kiinnostaa luonnollisesti kaikkia osapuolia. Tällaiset tahot edustavat keskenään kovin ristiriitaisia näkemyksiä siitä, kuinka hyötyjä eli talouskasvua ja sen positiivisia seurannaisvaikutuksia kuten työpaikkoja jaetaan. Toisaalta pitäisi käsitellä turismiin liittyviä negatiivisia ilmiöitä kuten luonnon pilaantumista, seksiturismia ja turismi-infrastruktuurin kehittymistä paikallisten ihmisten tarpeiden sijasta. Näyttäisi siltä että taloudellisesti heikoimmassa asemassa olevilla on vähiten artikulaatiovaltaa, vaikka turismiteollisuus koskettaisi nimenomaan juuri heidän elämänpiiriään. Osa kehitysvaikeuksista korostaa yksityistämisen ja kaupan vapauttamisen ”näkyvästä kädestä” voimaa tuoda hyvinvointia. Talouskasvu, elintason nousu, modernisaatio ja demokratian kehitys ovat perinteisesti liitetty toisiinsa. Kriitikot uskovat kuitenkin että markkinoiden tuoma kehitys ei ole kestävällä pohjalla, vaan luonnonsuojelu, työväen oikeudet ja kontrolli ylipäätään kuuluvat kansallisvaltion oikeuksiin suojella kansalaisiaan. Turismissa talouskasvun tuoma hyvinvointi jakautuu kovin epätasaisesti ja yksi perinteinen

valtion tehtävä on ollut toimia vastavoimana markkinoiden – eli tässä tapauksessa turismiteollisuuden - eriarvostaville mekanismeille. Mowforth ja Munt (1998) huomauttavat, että turismin politiikkaa on tutkittu kovin vähän.

Kestävän kehityksen toteuttamisen vaikeuteen liittyy ”kehitys”-käsitteen teoreettinen ja abstrakti luonne. Jo radikaalien kehitysteorioiden näkemykset ovat keskenään eriäviä. Reformistiset kehitysteoriat eivät kyseenalaista kehityksen suuntaa. Aiheuttaako kehitys toisaalla kehittymättömyyttä on kysymys, josta riippuvuus-teoreetikot kritisoivat modernisaatio-teoriaa ylipäättään. Matkailussa pääomavirrat palautuvat pitkälti takaisin länsimaihin, koska matkailualalla omistajuus perustuu pitkälti ylikansalliseen omistajuuteen. Turismin aiheuttamat ongelmat jäävät kuitenkin kohteeseen. Riippuvuus-teoriaa voidaan soveltaa tähän turismiteollisuuden rakenteellisuuteen, mutta matkailun kehittämisessä tällaisen rakenteellisen vinouman korjaaminen on erittäin vaikeaa. Suomalaisessa keskustelussa yksityisyrittäjä ja Reilun matkailun puheenjohtaja Mari Mero kehottaa matkailijoita omatoimisuuteen jotta kuluttaja omakohtaisilla valinnoillaan kykenisi kulutuskäyttäytymisellään tukemaan paikallista omistajuutta ja yrittäjyyttä, eikä massiivisia ylikansallisia yhtiöitä. Aurinkomatkojen Tom Selänniemi (1996) puolestaan esittää, että koska turistinen kiinnostus kohdemaan kulttuuriin on ohutta, on parempi ”eristää” turisti massaturismikonseptiin. Niin. Kumpikin on varmasti oikeassa. Alexandra Arellano (2004) puolestaan korostaa, että turismia ja kohteen suojelua ei voi erottaa toisistaan, koska kohteen määrittely turistisesti arvokkaaksi nostattaa sen maailman tietoisuuteen. Kohteen säilyttämiskäytäntö suojelukohteeksi julistamalla perustuu kaksijakoisuuteen. Toisaalta on tarkoitus suojella aitoutta ja alkuperäisyyttä, maailmanlaajuisen tunnustuksen kautta. Toisaalta juuri tällainen kunniamaininta tekee paikasta kohteen turistiteollisuudelle. Säilyttämisen arvoinen koskemattomana tarkoittaa siis usein käytännössä ”näkemisen arvoista”. Tämä puolestaan tarkoittaa ”investoimisen arvoista”. Kansanperinne ja turismi ovat muuttuneet paradoksaalisesti erottamattomiksi ja joskus niiden suhdetta kuvataan joskus Ritzerin termillä ”mcdonaldisaatio”. Toisin sanoen suojelemisprosessiin kuuluu, että suojeltava kohde altistetaan kulutukselle. Ilman turistista kiinnostusta kansanperinne lakkaa herättämästä kiinnostusta ja lakkaa siis olemasta. Yhdistyneiden Kansakuntien Agenda 21:ssä nimetäänkin turismi potentiaalisena kestävän kehityksen tuottajana.

Kulutusta on helppoa kritisoida, mutta sille ei tunnu olevan vaihtoehtoja. Baumanin (1998) mukaan länsimainen yhteiskunta on kulutusyhteiskunta. Kaikki jäsenet ovat kuluttajia. Perinteisten tavaroiden kulutuksen rinnalle ovat ilmestyneet palvelut ja elämykset – asioita, joiden varaan matkailu pitkälle rakentuu. Kulutusmaailmassa identiteetti rakennetaan lähinnä ostamalla ”tyydytystä”. Ideaali kuluttaja onkin hauskanpitoa rakastava seikkailija. Hän suuntaa mielenkiintonsa sinne, mistä löytyy uutta valloitettavaa ja juuri matkailussa ideaali kuluttaja toteuttaa itseään. Protestanttisen etiikan kurinalaisuus ja säästäminen pahan päivän varalle ovat vaihtuneet mukavuudenhaluun ja elämysten keräilyyn. Kulutuksella ”kerskaamista” ei enää paheksuta – päinvastoin. Juuri kulutushan pyörittää kansantalouden rattaita.

Beck (1999) muistuttaa, että yksilöllä on kollektiivista valtaa jopa globaaleissa toimintayhteyksissä. Kulutus ei ole pelkästään pinnallista mielihyvän tavoittelua, vaan se on myös väline vaikuttaa. Kun yksilö ymmärtää ostotoimensa suoraksi vaikutuskanavaksi, hän voi käyttää sitä ”poliittisesti” aina ja kaikkialla. Yksilön valta tehdä valintoja ja boikotteja yhdistää aktiivisen kuluttajan suoraan demokratiaan – jopa maailmanlaajuiseen sellaiseen. Tällainen vallankäyttö edellyttää tietenkin ostovoimaa, eli sulkee ulkopuolelle kaikki ne, joilla sitä ei ole.

Ilmiö nimeltä ”viherpesu” aiheuttaa päänvaivaa eettisistä valinnoista kiinnostuneille kuluttajille. Brändin vihreäksi pesemisellä saavutetaan näennäisesti kestävää uskottavuutta, esimerkiksi keinotekoisin sertifikaatein ja assosiaation. Uskottavat perustelut eivät tarjoa mielikuvia, vaan määrällisiä faktoja. Matkailussa kestävä kehityksen kontrollointi on erityisen vaikeaa, koska juuri ”väritetyt” mielikuvat ovat keskeinen osa turismielämyksiä.

Keinotekoisien vastakohta eli aitous onkin turismitutkimuksessa keskeisimpiä käsitteitä ja se liittyy lukuisiin turismitutkimuksiin. Oleellista on, kenen aitoudesta puhutaan. Tulkitsen turistisen aitouden Tuulentien (2002) jaottelun mukaan eksistentiaalisiksi aitoudeksi. Turistiset tuntemukset ovat turistin kannalta suuria ja merkittäviä. Jos kuitenkin turismitutkimus rakentuu näin yksipuoliseen määrittämiseen, on ”tiedon” konstruoinnissa vinouma. Koska elävässä elämässä on miltei mahdotonta eristää objektiivista aitoutta, kuvaa asioiden luonteesta rakennetaan keskustelupositioden kautta. Oleellista turismin kehittämisessä on oikeus osallistua asioiden tilojen määrittämiseen. Autenttisuus ja aitous länsimaalaisittain tulkittuna ymmärretään usein kulttuuriseksi kestävyudeksi. Erityisesti

ekoturistit, jotka matkoillaan harrastavat patikoimista, tavoittavat kaukaisia ”oikeita” alkuasukasheimoja ja heidän ”primitiivisyyttään”. Tällaisia vierailuja markkinoidaan luonnollisuuden ja muuttumattomuuden kokemisena ja ne voidaan tulkita MacCannellin kuvaamana aitouden tavoitteluna turistikokemuksista. Alkuperäisväestön ja turismiteollisuuden kohtaaminen virittääkin perustavanlaisia kysymyksiä ihmisarvosta ja sosiaalisesta oikeudenmukaisuudesta. Kestävän turismin ironiaa on se, että juuri alkuperäisväestöt, joiden pariin tehdään kalliita eko-matkoja, ovat perinteisesti eläneet kestävän kehityksen periaatteella: eli hyödyntäneet ainoastaan uusiutuvia luonnonvaroja. Kestävän kehityksen kannalta uusiutumattomien luonnonvarojen kuluttaminen on kestänytöntä. Lento toiselle puolelle maapalloa ei ole eko-teko. Esimerkkini ideaalista kestävästä turismista on vaikkapa polkupyöräretki mummolaan: matkustustapa on luontoystävällinen ja kohteen ”*guest ja host*”-suhde todennäköisesti symmetrinen. Jos matkailijan on päästävä kaukomatkalle, on parempi viettää kohdemaassa pitempi aika, kuin tehdä useita matkoja. Kaukolento yhdistettynä vapaaehtoistyöhön edustaa kestävästä turismista. Pekka Mustonen, joka tutkii turismia Turun Kauppakorkeakoulussa esittää artikkelissa ”Ekoturismia vai egoturismia?” että ”vapaaehtoisturismi eroaa monin tavoin eko-etuliitteisistä turismin muodoista. Sen ajatus on luoda vieraiden ja isäntien välille kiinteä side ja luottamus. Parhaimmillaan vapaaehtoisturismi luo elinikäisen suhteen kohteen ihmisiin: matkan jälkeen apua voi toimittaa lähettämällä esimerkiksi vaatteita, kyniä tai mitä tahansa tarpeellista suoraan niille, jotka apua tarvitsevat. Toisin kuin monissa muissa ”ekoturismina” pidetyissä tapauksissa, vapaaehtoisturismissa turismi hyödyttää kohdetta suoraan ilman välikäsiä. Vaikka ilmiö on ollut olemassa kauan, projektien ja järjestäytyneiden yhteisöjen määrä on vasta viime vuosina kasvanut niin, että voidaan hyvin puhua erillisestä turismin muodosta.” ”Tosiasia on, että vapaaehtoisturismi on yhä hyvin pienimuotoista eikä ratkaise turismiin ja maailmanlaajuiseen matkustamiseen liittyviä ongelmia. Esimerkki kuitenkin kertoo, että uusien turismin muotojen joukossa on myös oikeasti ekologisia ja laajemminkin katsottuna kestäviä tuotteita (Kumppani 05/06, 10-11).”

Dean MacCannellin (1999) näkemykset modernisaatiosta, yhteiskuntatieteistä ja turismitutkimuksesta ovat mielenkiintoisia: ”*Ajassa, jossa yhteiskuntatiede on lujittanut sen intellektuaalisen valta-aseman primitiivisten ihmisten, köyhien ihmisten sekä etnisten ja muiden vähemmistöjen kolonisaatiolla, on paradoksaalisesti valtavirranomaista tutkia modernisaation suosikkien eli kansainvälisen keskiluokan vapaa-ajan aktiviteetteja - siis*

luokan, jota yhteiskuntatieteilijätkin palvelevat”. ”Tarkkailemalla turisteja opimme ehkä ymmärtämään paremmin itseämme.” Matkailusosiologit analysoivat kyllä perusteellisesti turististen tuntemusten koko kirjon, mutta kohteen paikallisväestön kokemukset turismista tuntuvat jäävän marginaaliin. Tarve irrottautua arjesta liminaalin avulla, oman identiteetin jäsentäminen distinktioiden kautta ja aitouden etsintä ovat ominaisia todennäköisesti kaikkien kulttuurien jäsenille, mutta turistitutkimuksessa kuvataan lähinnä länsimaisia vierailijan tuntemuksia. Turismissa keskeistä ovat mielikuvat: matkailua lähestytään usein hyödykkeenä, jossa turisti toteuttaa omaa kulttuurista itseilmaisua ja määrittelee status-asemaansa sekä arvomaailmaa ylipäättään. Matkaseikkailut, matkakokemusten kuvaaminen ja turistiset elämykset ovat representaatioiden keinoja, joiden välityksellä myös uusinnetaan maailmankuvaa.

Korostan vielä kerran, että merkittävä avainkäsite turismin kehittämisessä on kontrolli ja siihen liittyvät oikeudet: sosiaalinen oikeudenmukaisuus paikallisesta perspektiivistä. Ekomatkanjärjestäjät myyvät luontomatkailua ympäristöstä kiinnostuneille turisteille, matkan ”määrittely” ekologiseksi ei kuitenkaan ole aina riittävää. Toisaalta ekoturistien taloudellinen valta jättää merkittäviä muutoksia kohteeseen. Niin paikalliset suojeluviranomaiset kuin erilaiset oppaatkin ovat usein voimattomia, kun turisti oikeuttaa käyttäytymistään maksavan asiakkaan ”oikeutuksella”, tai kyvyttömyydellään ymmärtää toisenlaisuutta. Sekä sosiaaliset liikkeet että turistit - myös minä mukaan lukien tässä tutkielmassani - usein puhuvat köyhien maiden kansalaisten oikeuksista, kulttuurisista käytännöistä ja ainutlaatuisuudesta. Sellainen ääni määritellään tärkeäksi, mutta sitä ei kuulu. Kestävä kehitys ja sen korostama säilyttäminen ja suojelu ovat monimuotoisia prosesseja. Kehitysmailla ei ole taloudellisesti samanlaisia lähtökohtia varaa toteuttaa suojeluohjelmia, kuten länsimailla. Kestävä kehitys onkin kulutuksen toinen puoli. Suuri kysymys kuuluu, kenellä on varaa rakentaa kehitystä kestävältä pohjalta. Kestävä kehitys on keskiluokkainen ideologia, koska keskiluokalla on siihen taloudellinen mahdollisuus. Mowfort ja Munt (1998) kuvaavat ekoturistia kestävä kehityksen häikäisevänä sankarina, joka edustaa laajalle levinnyttä aikamme myyttiä: hän kertoo kaikkivaltiaasta ja esteettömästä yksilöllisen kuluttajan suvereniteetista ja vallasta. Niin matkanjärjestäjät kuin voittoa tavoittelevat yhtiötkin käyttävät ”kestävyyttä” mielivaltaisesti ja muokkaavat sitä omiin tarkoituksiin sopiviksi. Lisäksi suojelijat, hallitukset, poliitikot, paikalliset järjestöt ja tietenkin itse turistit tulkitsevat kestäväyyttä tavalla, joka voi olla hyvin keinotekoisia. Kulttuurinen säilyttäminen on myös dilemmaista. Kulttuurit eivät elä suljetuissa

systemeissä, vaan saavat vaikutteita uusista ilmiöistä. Kuka määrittelee, minkälainen kulttuurinen kehitys olisi kestävältä pohjalta ideaalia?

Yhteiskuntatieteellisellä tutkimuksella onkin tärkeä tehtävä analysoida ”näennäistotuuksia”, kuten ”vihreäksi pesemistä”. Tutustuessani matkailusosiologiaan löysin kyllä valtavasti tutkimuksia siitä, kuinka turisti määrittelee itseään tai muita turisteja, mutta tutkimuksia paikallisten ihmisten suhteesta turismin kehittämiseen oli vaikeaa löytää. J. M. Tim Wallacen (2001) mukaan paikalliset suhtautuivat turisteihin sitä positiivisemmin, mitä enemmän nämä olivat nähneet vaivaa tutustua paikallisiin tapoihin, opiskella paikallista kieltä ja osoittivat kiinnostusta kulttuurisia nähtävyyksiä kohtaan. Paikalliset kokevat sellaiset turistit epämiellyttävinä, jotka pitävät kohteen elämää vähemmän kehittyneenä. Paikalliset arvostavat turisteja, jotka kykenevät osoittamaan joustavuutta odotusten ja palveluiden suhteen, ja jotka kohtelevat paikallista henkilökuntaa oppaina ja paikallisen kulttuurin tulkitsijoina, eivätkä niinkään palvelijoina. Paikallisten mielestä ideaali turisti jättää kohteeseen mahdollisimman vähän haittavaikutuksia ja mahdollisimman paljon rahaa. Wallace kritisoikin sellaista kuvaa kestävän kehityksen turismista, missä kuvitellaan, että paikallisuus voidaan eristää yksittäiseen, alkuperäiseen ja erityiseen tilaansa, ja tällainen alkuperäisyys olisi ideaalia kulttuurisille, sosiaalisille ja ympäristöllisille olosuhteille. Turismiin liittyvät lataukset ovat kiinni katsojan suhteesta turismiin. Kestävän kehityksen turismissa pitäisi lähtökohtana olla Wallacen mukaan turismin minimaalinen kulttuurishokki paikallisille ihmisille.

Liitteet

Muita matkailualan järjestöjä

Kansainväliset järjestöt osallistuvat aktiivisesti matkailun kehittämiseen ja ovat globaalissa mittakaavassa verkostoituneita. Tällainen järjestö ovat esimerkiksi suomalaisen Reilun Matkailun Yhdistyksen kanssa yhteistyössä toimiva *Tourism Concern* (www.tourismconcern.org). Lisäksi 1. *The International Ecotourism Society* eli TIES (www.ecotourism.org), 2. *Rainforest Alliance* (www.rainforest-alliance.org), 3. *The World Conservation Union* (www.iucn.org) ja 4. *Friends of the Earth International* (www.foei.org) ovat esimerkkejä tunnetuista järjestöistä, jotka osallistuvat matkailun ja kestävän kehityksen artikulointiin.

1. *The International Ecotourism Society* määrittelee ekoturismiin “vastuuntuntoiseksi matkailuksi, missä panostetaan luonnon suojeluun ja paikallisten ihmisten hyvinvoinnin säilyttämiseen.” TIES pyrkii luomaan kansainvälistä yhteistyötä yksilöiden, instituutioiden ja turismiteollisuuden välillä. TIES kouluttaa niin matkailijoita kuin matkailua edustavia ammattilaisiakin. Vaikuttamalla turismiteollisuuteen, julkisiin instituutioihin ja lahjoittajiin TIES integroi ekoturismiin periaatteita käytännötoiminnan tasolla. Ekoturismiin tarkoitus on minimoida turismin haittavaikutuksia, vahvistaa niin ympäristöön liittyvää, kuin kulttuuristakin tietoisuutta ja kunnioitusta, tarjota positiivisia kokemuksia sekä turisteille että paikallisille ihmisille, tarjota suoraa taloudellista hyötyä luonnon säilyttämiselle, korostaa sensitiivisyyttä kohdemaan ilmapiiriin ja korostaa kansainvälisiä ihmisoikeuksia sekä työ sopimuksia. TIES on kansalaisjärjestö (NGO = *non governmental organization*) ja se on perustettu 1990. Se on laajin ja vanhin ekoturismijärjestö. Siihen kuuluu jäseniä 70 maasta.

2. *Rainforest Alliance* korostaa kestävän kehityksen matkailua. Se korostaa faktatietoon perehtymistä ja ohjeistaa matkailijaa hankkimaan tietoa internetistä, opaskirjoista – *Rainforest Alliance* suosittelee *Lonely Planetia*, *Rough Guidea* ja *Moonia* – ja matkanjärjestäjiltä, joilla on ensikäden tietoa kohteesta. Vastuullinen kuluttaja kysyy hotellivarausta tai retkeä varatessaan järjestäjän yhteiskunnallisista ja ympäristöllisistä käytännöistä. *Rainforest Alliancen* mukaan luonto-sertifikaatit kertovat kestävään kehitykseen sitoutumisesta. Matkalla ollessa kannattaa opetella muutama sana paikallista

kieltä ja myös käyttää opittuja käsitteitä. Paikalliset tavat ja pukeutumistyyli edustavat paikallisia arvoja, ja niistä poikkeaminen voi olla loukkaavaa. Paikallisten ihmisten yksityisyyttä ei pidä loukata, esimerkiksi valokuvaamisen kannattaa kysyä lupa. Harvinaisista eläimistä tehdyt matkamuistot vievät kyseisiä lajeja kohti sukupuuttoon kuolemista. Ostaessa palveluita kannattaa suosia paikallista yrittäjyyttä. Rainforest Alliance esittelee tehtäväkseen suojella ekosysteemiä, luontoa ja ihmisiä – nämä ovat riippuvaisia maan käytöstä, teollisuudesta ja kuluttajan käyttäytymismalleista. Rainforest Alliance on perustettu New Yorkissa, ja sillä on toimistoja maailmanlaajuisesti. Se toimii yli 50 maassa auttaen yhteisöjä, hallituksia ja liike-elämää erilaisissa ohjelmissa. Se velvoittaa niin kuluttajia kuin teollisuuttakin osallistumaan vastuullisuuden tuotantoon globaaleilla markkinoilla.

3. *The World Conservation Union* on internet-sivujensa mukaan maailman laajin ja tärkein suojelutyötä tekevä yhteistyöjärjestö. Sen toimintaan osallistuu 82 valtiota, 111 hallitusagenttia, yli 800 NGO:ta, 10 000 tiedemiestä ja asiantuntijaa 181 maasta. Järjestö on monikulttuurinen ja monikielinen, ja sillä on yli 1000 työntekijää 62 maassa. Päämaja on Glandissa Sveitsissä ja järjestö on perustettu 1948. The World Conservation Union korostaa tieteellistä analyysin merkitystä, kun pohditaan mitä luonnon ekosysteemi tarjoaa ihmiselle. Se pyrkii käytännön toimenpitein yhdistämään tiedemiehiä, päättäjiä, yritysjohtoa ja NGO-toimijoita luonnon arvottamisen ja hyödyntämisen suhteen. The World Conservation tukee ja kehittää tieteellisiä projekteja ympäri maailmaa.

4. *The Friends of the Earth International* korostaa nettisivuillaan siirtymistä kohti kestäviä yhteiskuntia. Jäseniä ja tukijoita on yli 1 miljoona ympäri maailman. Tämä järjestö panostaa kampanjoissaan aikamme akuutteihin sosiaalisiin ja ympäristöllisiin ongelmiin ja haastaa taloudellisen globalisaation tarjoamalla vaihtoehtoja kestävältä pohjalta. Se korostaa yhteistyötä yhteisöjen, alkuperäisväestöjen, maanviljelijöiden liikkeiden, ammattiyhdistysten ja ihmisoikeusjärjestöjen kanssa. Keskeisiä teemoja ovat luonnon- ja ihmisoikeuksien suojeleminen, planeettamme biodiversiteetin suojeleminen ja rikkaiden ja köyhien maiden eriarvoistavat käytännöt.

Lähteet

Kirjat;

Aaltonen, Sanna (2000): Viherpesulla puhtaaksi? Teoksessa Kantola Anu (et. al.): Maailman tila ja Suomi. Julkaisija Ulkoasiainministeriö. Kehitysyhteistyöosasto Tammer-Paino Oy, Tampere.

Adams, William Mark (2001): Green Development. Environment and Sustainability in the Third World. London: Routledge New York. (Toinen painos).

Arellano, Alexandra (2004): Bodies, Spirits, and Incas: performing Machu Picchu. Teoksessa Mimi Sheller and John Urry (toim.): Tourism Mobilities. Places to Play, Places in Play. London, Routledge.

Barber, Benjamin R. (1996): Jihad versus McWorld. Terrorism` s challenge to Democracy. The Ballantine Publishing Group, New York. (Johdantoluku päivitetty 2001.)

Bauman, Zygmunt (1998): Globalization. The Human Consequences. Polity Press, Cambridge.

Beck, Ulrich (1999): Mitä globalisaatio on? Virhekäsityksiä ja poliittisia vastauksia. Vastapaino. Tampere.

Burns, Peter (1999): An Introduction to Tourism & Anthropology. Routledge. London.

Carter Michael (1997): Intellectual Openings and Policy Closures. Teoksessa Cooper F. & Packard R. (toim.): International Development and The Social Sciences. University of California Press. Beverley.

Duffy, Rosaleen (2004): Places to Play, Places in Play. Teoksessa Sheller, Mimi & Urry, John (toim.): Tourism Mobilities. Places to Play, Places in Play. Routledge. London.

Eriksen, Tomas Hylland (1995): *Small Places, Large Issues. An introduction to Social and Cultural Anthropology*. Pluto Press. London.

Germann Molz, Jennie (2004): *Playing online and between the Lines: Round-the-World Websites as Virtual Places to Play*. Teoksessa Sheller Mimi & Urry John (toim.): *Tourism Mobilities. Places to Play, Places in Play*. Routledge. London.

Jaguaribe, Beatriz ja Hetherington, Kevin (2004): *Favela tours: instinct and mapless representations of the real in Rio de Janeiro*. Teoksessa Sheller, Mimi & Urry, John (toim.) *Tourism Mobilities. Places to Play, places inPplay*. Routledge, London.

Jokinen, Eeva & Vejjola, Soile (1990): *Oman elämänsä turistit. Alkoholipoliittinen tutkimuslaitos*. Valtion painatuskeskus. Helsinki.

Karisto, Antti, Takala, Pentti & Haapola, Ilkka (1997): *Matkalla nykyaikaan. Elintason, elämäntavan ja sosiaalipolitiikan muutos Suomessa*. WSOY. Porvoo.

Kostiainen, Auvo (2002): *Historia matkailuelämyksenä*. Teoksessa Saarinen, Jarkko (toim.): *Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta?* Lapin yliopisto, Menetelmätieteiden laitos. Rovaniemi.

Kupiainen, Reijo & Suoranta, Juha (2002): *Elämys- ja mediakasvatus elämyskulttuurissa*. Teoksessa Saarinen, Jarkko (toim.): *Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta?* Lapin yliopisto, Menetelmätieteiden laitos. Rovaniemi.

MacCannell, Dean (1999): *The tourist. A New Theory of the Leisure Class*. University of California Press. Los Angeles. (Alkuper. 1976 Schocken books. New York)

Mauro Marini, Ruy (1993): *”La Crisis Teórica” en América Latina: Democracia e Integración*. Editorial Nueva Sociedad. Venezuela.

Mowforth, Martin & Munt, Ian (1998): *Tourism and Sustainability. New Tourism in the Third World*. Routledge. London.

Perttula, Juha (2002): Kiintopisteitä, ydinteemoja ja prototyyppejä: luonnos matkailun ja matkailuelämyksen psykologiaksi. Teoksessa Saarinen, Jarkko (toim.): Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Lapin yliopisto, Menetelmätieteiden laitos. Rovaniemi.

Pullinen, Erkki (2003): Kolmas globalisaatio. Jenny ja Antti Wilhurin rahasto. Cosmoprint Oy. Helsinki.

Rizer, George & Liska, Allan (1997): "McDisneyization" and "Posttourism": Complementary Perspectives on Contemporary Tourism. Teoksessa Rojec, Chris & Urry, John (toim.): Touring Cultures. Transformations of Travel and Theory. Routledge. London.

Saarinen, Jarkko (2002): "Elämyksiä, elämyksiä, elämyksiä": lyhyt johdatus elämystalouteen ja -tutkimukseen. Teoksessa Saarinen, Jarkko (toim.): Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Lapin yliopisto, Menetelmätieteiden laitos. Rovaniemi .

Salvi, Lassi & Rautiainen, Antti (1999): Kuluta harkiten. Vastuullisen kuluttajan opas. Suomen Rauhanpuolustajat, Maailmankauppojen liitto ry. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Selänniemi, Tom (1996): Matka ikuiseen kesään. Kulttuuriantropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun. Suomalaisen kirjallisuuden seura. Helsinki.

Selänniemi, Tom (2001): Pale Skin on Playa del Anywhere: Finnish Tourists in the Liminal South. Teoksessa Smith, Valentine & Brent Maryann (toim.): Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Cognizant Communication Corporation, New York.

Sheller, Mimi & Urry, John (2004): Johdantokappale. Teoksessa (myös toim.) Tourism Mobilities. Places to Play, Places in Play. Routledge. London.

Sklair, Leslie (2002): Globalization. Capitalism and its Alternatives. Oxford University Press. New York.

Smith, Valentine (2001): Stone Age to Star Trek. Teoksessa Smith, Valentine & Brent, Maryann (toim.): Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Cognizant Communication Corporation, New York.

Smith, Valentine ja Brent, Maryann (2001): Johdantokappale. Teoksessa (Myös toim.) Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Cognizant Communication Corporation, New Yourk.

Smith, Valentine (2001): Sustainability. Teoksessa Smith, Valentine ja Brent, Maryann (toim.): Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Cognizant Communication Corporation, New York.

Sulkunen, Pekka (1998): Johdatus sosiologiaan. Käsitteitä ja näkökulmia. WSOY, Juva.

Tuulentie, Seija (2002): Tunturin tuolle puolen: Autenttisen luontoelämyksen jäljillä. Teoksessa Saarinen, Jarkko (toim.): Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Lapin yliopisto, Menetelmätieteiden laitos. Rovaniemi.

Urry, John (2000): Cosuming places. Routledge. London.

Urry, John (2002): The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies. Saga Publications, London.

Veijola, Soile (2002): Aitoja elämyksiä näyttämöllä: matkailun elämysteollisuuden sosiaalisesta ja taloudellisesta logiikasta. Teoksessa Saarinen, Jarkko (toim): Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Lapin yliopisto, Menetelmätieteiden laitos. Rovaniemi.

Veijola, Soile (1988): Turismin näyttämöt ja kulissit. Huomioita suomalaisesta seuramatkaetiketistä. Alkoholipoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimusseloste 179/1988.

Virkkunen, Suvi (2005): Suomi köyhdyttäjänä? Johdonmukaisuus suomalaisessa kehityspolitiikassa. Teoksessa Outi Hakkarainen & Anja Onali (toim.): Suomi ja

Köyhdytetyt. Kehitysmaaliike vuosituhannen vaihteessa. Kepan maailmankylän laitamilla-raportti 2005. Like. Gummerus. Jyväskylä.

Väyrynen, Raimo (2001): Globalisaatiokritiikki ja kansalaisliikkeet. Gaudeamus. Tampere.

Wallace, Tim (2001): Putting "Culture" Into Sustainable Tourism: Negotiating Tourism at Lake Balaton, Hungary. Teoksessa Valene L. Smith ja Maryann Brent (toim.): Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Cognizant Communication Corporation, New York.

Lehdet:

Maailman ympäri 2003-2004 Aktiv-Resor. Sivut 1-5

Kumppani 05/06. Mustonen, Pekka: "Ekoturismia vai egoturismia?" KEPA. Sivut 10-11.

Kumppani 05/04. Saari, Tarvas & Berghäll: "Kahvijätit lupailevat reilumpaa kauppaa". KEPA. Sivu 5.

Internet-sivut:

Avara Maailma, Mari Meron matkatoimisto: <http://www.avaramaailma.com/reilu.html> (päivitetty 18.06.2005)

Friend of the Earth International: <http://www.foei.org> (päivitetty 5.1.2006)

Let's Go: <http://www.letsgo.com/about/> (haettu 16.12.2005)

Lonely Planet: <http://www.lonelyplanet.com/help/about.cfm> (haettu 14.12.2005)

Rainforest Alliance: <http://www.rainforest-alliance.org> (päivitetty 1.1.2006)

Rough Guide: <http://www.roughguides.com/about/aboutus.html> (haettu 14.12.2005)

The International Ecotourism Society: <http://www.ecotourism.org> (päivitetty 1.1.2006)

The World Conservation Union: <http://www.iucn.org> (päivitetty 7.1.2006)

Tourism Concern: <http://www.tourismconcern.org/> (päivitetty 3.1.2006)

UNESCO ja maailman suojelukohteet: <http://whc.unesco.org/en/about/> (päivitetty 10.11.2005)

World Tourism Organization <http://www.world-tourism.org> (päivitetty 12.12.2005)

WWF http://www.wwf.fi/ekomatkailu/vinkkeja_matkailijalle.html (päivitetty 8.11.2004)

WWF <http://www.wwf.fi/tietoja/> (haettu 14.06.2006)

Ympäristöministeriö <http://www.ymparisto.fi> (päivitetty 12.11.2005)

Luennot:

Abreu Hernández, Viviana M.: Luentosarja ”Neoliberalismo, Globalización y Resistencia”.

Universidad de Río Piedras, syksy 2003.

Koponen, Juhani: ”Globaali eriarvoisuus; kehityksen ja alikehityksen historiaa.”

Kehitysmatutkimuksen perusopinnot, Helsingin Avoin YO, 14.10.2004

Mero, Mari (Reilun Matkailun yhdistyksen pj): ”Matkailu eettisenä valintana”, 20.10.2005