

SAVONIA

ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

KARJALAISEN KULTTUURIN SENSI- TIIVINEN KÄYTTÖ MATKAILUSSA

Tutkimus karjalaisen kulttuurin käytöstä Suomen matkailutoimialalla

TEKIJÄ Mimossa Kokko

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä Mimosa Kokko	
Työn nimi Karjalaisen kulttuurin sensitiivinen käyttö matkailussa	
Päiväys	5.4.2023
Sivumäärä/Liitteet	67/10
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Pielisen Karjalan Kehittämiskeskus Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyö tarkastelee kuinka karjalaisuutta käytetään Suomen matkailutoimialalla, eritoten Pohjois-Karjalan alueella. Tämän lisäksi työssä tutkitaan kuinka karjalaiset kokevat tämän. Näiden pohjalta työn tavoitteena oli muodostaa kokonaisvaltainen ymmärrys karjalaisuuden käyttämisestä Suomen matkailussa ja sen potentiaalisesti tarvitsemista kehityskohdista. Aihe on uusi eikä vastaavanlaista tutkimustyötä ole tehty aikaisemmin. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Pielisen-Karjalan Kehittämiskeskus Oy, PIKES. Toimeksiantaja muun muassa hyödyntää Bomba-brändiä alueen matkailumarkkinoinnissa ja toimii keskeisellä alueella opinnäytetyön aiheen näkökulmasta.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin niin teoriakatsauksen avulla kuin tutkimustyönä. Aiheen käsittelemättömyyden sekä moniulotteisuuden vuoksi opinnäytetyötä pohjustaa laaja teoriaosuus, jonka aikana käsitellään työn kannalta oleellisimpia asioita sekä käsitteitä. Näitä ovat muun muassa kulttuuri, kestävä matkailu sekä karjalaisuus. Opinnäytetyön aihetta käsitellään kulttuurisensitiivisen matkailun näkökulmasta. Kulttuurisensitiivinen matkailu on Suomessa suhteellisen uusi, nouseva käsite, jonka vuoksi erityisesti sen sekä siihen tiiviisti liittyvien käsitteiden määrittely koettiin tärkeänä aiheen sekä kontekstin sisäistämisen kannalta.</p> <p>Työ toteutettiin käyttämällä kvantitatiivista sekä kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kahden eri tutkimusmenetelmän käyttöön päädyttiin työn eri tarkastelukohteiden vuoksi. Kvantitatiivisena menetelmänä toimi määrällinen verkkokyselylomake, joka suunnattiin matkailutoimialan toimijoille. Kyselyn avulla pyrittiin kartoittamaan karjalaisuuden käytön tilannetta osana yritysten brändikuvaa ja tuotteita. Kvalitatiivinen tutkimus toteutui puolistrukturoiduin yksilöhaastatteluin. Haastattelut kohdistuivat karjalaisiin ja niiden avulla kerättiin tietoa tutkimuksen toiseen osaan keskittyen karjalaisten näkemyksiin heidän kulttuurinsa kaupallistamisesta.</p> <p>Tutkimuksista saatiin laajasti koko toimialalle tärkeää uutta tietoa. Niiden kautta selvisi, että karjalaisuus näkyy matkailutoimialalla laajasti monissa eri toimijoiden liiketoiminnan osa-alueissa, eritoten ravitsemuspalveluissa sekä markkinoinnissa. Kulttuurisensitiivisyys ei kuitenkaan vielä näy toiminnassa tarpeeksi. Tutkimuksen löydösten perusteella isoimpia kehityskohtia ovat muun muassa tiedon puute, vanhojen stereotyyppien sekä uskomusten ylläpito ja puutteelliset yhteistyöverkostot karjalaisten sekä toimijoiden kesken. Puutteista huolimatta, karjalaiset toivat tutkimuksessa ilmi matkailun tärkeyden ja erityisen aseman kulttuurin tunnettavuuden sekä elävöittämisen suhteen. Tämän vuoksi karjalaisista kulttuuria hyödyntävien matkailutoimijoiden toivottiin kehittävän liiketoimintaansa sosiokulttuurisesti kestävämmäksi sekä kulttuurisensitiivisemmäksi.</p> <p>Jatkotutkimuksien kannalta erityisesti karjalaisten sekä matkailualan toimijoiden yhteistyömahdollisuuksien kartoittamista pidetään tärkeänä. Sen avulla voitaisiin kartoittaa tarkemmin minkälaisille yhteistyö- ja keskusteluyhteyksille olisi tarvetta ja kuinka niitä voitaisiin käytännössä toteuttaa sekä ylläpitää. Mikäli toimijat alkavat kehittämään omaa toimintaansa kulttuurisensitiivisemmäksi, olisi hyödyllistä tutkia myös tapoja, kuinka muutoksia on lähdetty viemään eteenpäin ja mitkä niiden vaikutukset ovat olleet.</p>	
Avainsanat Kulttuurisensitiivisyys, matkailu, karjalaisuus, vähemmistöt, kulttuurimatkailu, kestävä matkailu	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services	
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management	
Author Mimosa Kokko	
Title of Thesis Sensitive Usage of Karelian Culture in Tourism	
Date 5.4.2023	Pages/Appendices 67/10
Client Organisation /Partners Pielinen Karelia Development Center Ltd	
<p>Abstract</p> <p>The thesis examines how "Karjalaisuus" - Karelian culture and identity - is used in the Finnish tourism industry, especially in the region of North-Karelia. In addition to this, the thesis also examines how Karelians experience this. Based on the gathered information the aim of the thesis was to gain a comprehensive understanding of the usage of Karelian culture in tourism as well as the development points it potentially needs. The topic is new and a similar research has not been done before. The client organization of the thesis is Pielinen Karelia Development Center Ltd, PIKES.</p> <p>The thesis was carried through with a theory review and as a research project. Because this topic has not been researched before, the thesis is based on more extensive theoretical background in which the relevant issues and concepts of the topic are discussed. These include among others, culture, sustainable tourism, and karjalaisuus. The topic of the thesis is discussed from the perspective of culturally sensitive tourism. Culturally sensitive tourism is a relatively new, emerging concept in Finland, which is why defining it and its closely related concepts was felt to be important in terms of internalizing the thesis' topic and its context.</p> <p>The research was executed by using quantitative and qualitative methods. It was decided to use two different research methods due to the different focus points of the work. The quantitative method was an online survey aimed at the operators in the tourism field. It was used to map how karjalaisuus is used as a part of the companies' brand image and products. Qualitative research was carried out by semi-structured individual interviews which were aimed at the Karelians. Through those data was collected about Karelians' views on the commercialization of their culture in the Finnish tourism industry.</p> <p>New important information was found through the research. It became clear that karjalaisuus is used widely in different business areas. However, cultural sensitivity is still not seen enough. Based on the research's findings, the biggest areas of development are lack of information, maintenance of old stereotypes and beliefs, and insufficient cooperation networks between Karelians and tourism operators. Despite the shortcomings, the importance of tourism and its special position in terms of cultural familiarity and revitalization was clear. For this reason, it was hoped that tourism operators utilizing Karelian culture would develop their business to be more socio-culturally sustainable and more culturally sensitive.</p> <p>From the point of view of further studies, it is considered important to map out the cooperation opportunities of Karelians and tourism industry operators. After that it would be helpful to examine more precisely what kind of ways of cooperation and discussion would be needed and how they could be implemented and maintained in practice. If the tourism industry operators start to develop their own businesses to make them more culturally sensitive, it would be useful to also study the ways in which the changes have been carried forward and what their effects have been.</p>	
<p>Keywords</p> <p>Cultural sensitivity, tourism, Karelian culture and identity, minorities, cultural tourism, sustainable tourism</p>	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
1.1	Työn tarkoitus ja tavoitteet	7
1.2	Tutkimusympäristö ja työelämäkumppanit.....	7
2	KULTTUURI JA IDENTITEETTI.....	9
2.1	Kulttuuri.....	9
2.2	Kulttuurillinen kestävyys	9
2.3	Kulttuurisensitiivisyys.....	10
2.4	Identiteetti	11
2.5	Kulttuurimatkailu.....	12
2.6	Vähemmistöt ja vähemmistökansat.....	13
3	KARJALAISUUS.....	14
3.1	Karjalaisten historiaa ja sen vaikutuksia nykypäivän karjalaisuuteen	14
3.2	Karjalaisen kulttuurin pääpiirteitä.....	16
3.2.1	Karjalainen ruokakulttuuri.....	17
3.2.2	Käsitöiden merkitys karjalaisuudessa	17
3.2.3	Karjalainen arkkitehtuuri.....	18
3.2.4	Karjalainen musiikkikulttuuri.....	19
3.3	Kalevalan juuret Karjalassa	20
3.4	Kuka on karjalainen.....	22
3.5	Karjalainen kulttuuri Suomen matkailutoimialalla tänä päivänä	23
3.6	Karjalaisuuden kaupallistamisen riskejä	24
3.7	Kulttuurisensitiivisyyden mahdollisuudet Karjalaisuuden tuotteistamisessa.....	25
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	27
4.1	Tutkimusmenetelmät.....	27
4.1.1	Puolistrukturoitu haastattelu	28
4.1.2	Verkkokysely	30
5	TUTKIMUKSIEN TULOKSET	32
5.1	Ajatuksia karjalaisilta.....	32
5.1.1	Karjalaisuus matkailussa tänä päivänä	34
5.1.2	Kalevalan yhdistäminen karjalaisuuteen ja sen käyttö.....	35
5.1.3	Toiveet kulttuurin kaupallisen käytön suhteen.....	36

5.2	Karjalaisuus osana matkailubrändiä ja -tuotteita	38
6	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	43
6.1	Haastatteluiden johtopäätökset	43
6.2	Kyselyn johtopäätökset.....	44
6.3	Yhteenveto.....	44
7	TYÖN LUOTETTAVUUS- JA EETTISYYSKYSYMYKSET.....	46
7.1	Tutkimusprosessin luotettavuus ja eettisyys	46
7.2	Tulosten luotettavuus	47
8	POHDINTA	50
	LÄHTEET.....	53
	LIITE 1: OPAS MATKAILUTOIMIJOILLE	58
	LIITE 2: ALUSTAVAT HAASTATTELUKYSYMYKSET JA RAKENNE.....	59
	LIITE 3: VERKKOKYSELY MATKAILUTOIMIJOILLE.....	60
	LIITE 4: SEMINAARIESITYKSEN ESITYSMATERIAALI	64

KUVALUETTELO

KUVA 1.	Käspaikka (Suomen käsityön museo 2019.)	18
KUVA 2.	Bomban talo Nurmeksessa (Bomba julkaisuaika tuntematon b).	19
KUVA 3.	Karjalaisuuden näkyvyys liiketoiminnassa (n=7).....	39
KUVA 4.	Karjalaisuuden näkyvyys palveluissa (n=7).....	39
KUVA 5.	Karjalaisuuden näkyvyys ruoassa (n=6).	40
KUVA 6.	Karjalaisten osuus liiketoiminnan suunnittelussa (n=7).....	41
KUVA 7.	Karjalaisten osuus yrityksen työntekijöissä (n=7).....	41
KUVA 8.	Karjalaisten osallistuminen liiketoiminnan ja palveluiden kehityksessä (n=7).....	42

1 JOHDANTO

Kestävä kehitys on kasvattanut asemaansa jo vuosia, ja trendi on näkynyt pitkään myös matkailussa (UNWTO julkaisuaika tuntematon; FGG & Visit Finland 2018, 10). Viime vuosien aikana sen tärkeys on kuitenkin korostunut entisestään. COVID-19 pandemian levitessä ympäri maailman aiheuttaen suuria sulkuja, on lisännyt ihmisten tietoisuutta sekä halukkuutta suosia entistä kestävämpiä vaihtoehtoja erilaisia tuotteita ja palveluita kuluttaessa. Vuonna 2020 alkaneiden koronarajoitusten poistussa on huomattava ja ennen kaikkea hyödynnettävä muutos ihmisten ajatusmalleissa. On ensiarvoisen tärkeää, että kestävydestä tehdään nyt sääntö eikä poikkeus, myös matkailun saralla. Tämän kestävyden tulee pitää sisällään myös sosiaalisen kestävyden ulottuvuus, joka jää usein etenkin ekologisen kestävyden varjoon. (FCG & Visit Finland 2018, 35; European Committee of the Regions 2022.)

Teoriaperustaa aiheelle ja sen tärkeydelle antaa muun muassa World Tourism Organization, UNWTO. UNWTO on laatinut matkailun globaalit eettiset ohjeet, englanniksi Global Code of Ethics for Tourism. Nämä ohjeet sisältävät yhteensä yhdeksän artiklaa, joista neljäs koskee kulttuuriperinnön käyttöä sekä sen kohentamista. Kyseisen neljännen artiklan neljäs kohta sanoo, että matkailun tulisi olla suunniteltu siten että se mahdollistaa perinteisten kulttuurillisten elementtien esimerkiksi käsitöiden sekä kansantarinoiden, kukoistamisen rappeutumisen ja standardisoitumisen sijaan. (UNWTO 2001, 5.)

Kuten todettu, kulttuurillinen kestävyys jää usein ympäristöllisen kestävyden varjoon, vaikka yksi matkailun suurimmista vetovoimista on nimenomaan matkustajalle itselleen uusiin, paikallisiin kulttuureihin ja tapoihin tutustuminen. Booking.com vuosittaisen Sustainable Traveler -raportin mukaan miltei puolet, 45 %, vastanneista haluaa matkustaa nimenomaan kulttuuritekijöiden vuoksi ja toivoisi voivansa tehdä sen mahdollisimman kestävästi eri kulttuureita suojellen. Matkustajien tietoisuus kulttuurillisen kestävyden tärkeydestä on nousussa ja selvästi havaittavissa. Huomattavaa on, että noin yksi kolmasosa matkustajista ei kuitenkaan tiedä kuinka varmistaa, että muun muassa matkan aikana varatut aktiviteetit ovat kyseistä kulttuuria ja yhteisöä tukevia. (Booking.com 2022, 8.)

Kulttuurimatkailu on toisin sanoen yksi matkailualan keskeisimpiä osa-alueita. Kuluttajien toiveet kestävästä ja eettisistä kulutusmahdollisuuksista ovat myös selkeät. Kuitenkin Suomessa vähemmistö-kulttuurien käyttöä kaupallisessa toiminnassa, eettisestä ja sensitiivisestä näkökulmasta, on käsitelty suhteellisen vähän. Tämä koskettaa karjalaista kulttuuria. Tällä hetkellä muun muassa Theseuksesta, ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden julkisesta verkkopankista, löytyy vain muutamia viime vuosien aikana julkaistuja kulttuurisensitiivisyyttä käsitteleviä teoksia. Hakutuloksena hakukselle ”kulttuurisensitiivisyys”, kun toimialaksi oli rajattu matkailu, Theseus näytti hakuhetkellä (19.10.2022) yhteensä neljä tulosta. Niistä kolme on julkaistu vuosien 2021–2022 aikana eikä yksikään teos käsittele karjalaisuutta.

Karjalan kulttuurin, mukaan lukien karjalan kielen, tärkeydestä on alettu puhua viime vuosina aikaisempaa enemmän. Sosiaalisen median avulla useat vähemmistöjen edustajat ovat päässeet löytämään toisiaan ja sitä myöten yhdistämään ääniään (Tuomasjukka 2021). Pinnan alla kuplivasta,

orastavasta yhteiskunnallisesta muutoksesta voi nähdä merkkejä muun muassa lisääntyneistä uutisotsikoista karjalaisuudesta (Mikkonen 2019; Mäntylä 2021; Tuomasjukka 2022), Valtioneuvoston uudesta kielipoliittisesta ohjelmasta (Valtioneuvosto 2022), joka ensimmäistä kertaa Suomessa sisältää kokonaisvaltaisen kielipoliittisen ohjelman myös karjalan kielen, sekä sosiaalisessa mediassa tuhansia katsojamääriä keränneistä karjalan kulttuurin aktiiveista (Rytkönen 2022; Tuomasjukka 2021).

Karjalan kulttuurin oikeuksien ja aseman noustessa yhä enemmän esille, on tärkeää, että myös matkailutoimiala huomioi aiheen. On välttämätöntä, että Suomen matkailutoimijat ja -asiantuntijat alkavat kiinnittämään entistä enemmän huomiota vähemmistökulttuurien käyttöön ja ohjaamaan sitä kohti sensitiivisyyttä. Tämän tulisi olla matkailun kehittämisen avainasemassa, mikäli haluamme ylläpitää ja vahvistaa Suomen kuvaa kestävästä, kulttuureja vaalivana matkailumaana (Business Finland julkaisuaika tuntematon; Visit Finland julkaisuaika tuntematon).

1.1 Työn tarkoitus ja tavoitteet

Työn tarkoituksena on selvittää, kuinka karjalaisuutta käytetään maamme matkailussa tällä hetkellä sekä tutkia kuinka karjalaiset kokevat tämän. Työssä tutkitaan mitä mahdollisia muutoksia tai muita asioita karjalaiset toivoisivat, että alamme matkailutoimijat ottaisivat huomioon, jotta muun muassa mahdollista kulttuurillista omimista ei tapahtuisi ja kyseisen kulttuurin käyttö matkailussa olisi eettisempää.

Työssä haetaan vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka karjalaista kulttuuria käytetään Suomen matkailussa tällä hetkellä?
 - Kuinka karjalaiset itse kokevat tämän?
- Onko tämänhetkissä Suomen karjalaisissa matkailukohteissa oikeasti töissä - tai jollain muulla tapaa vaikuttamassa - karjalaisia (karjalaisiksi identifioituvia henkilöitä)?
 - Jos ei, kuinka heitä voitaisiin ottaa mukaan?
- Miten huolehditaan siitä, että Suomessa markkinoitu karjalainen matkailu on oikeasti kulttuurillisesti sensitiivistä?

Tutkimus toteutetaan useampaa eri tutkimusmenetelmää käyttäen. Löydösten sekä vastausten perusteella kehitetään matkailutoimijoille opas. Oppaan tarkoituksena on auttaa karjalaisuutta hyödyntäviä tai sitä suunnittelevia toimijoita tuotteistamaan vähemmistökulttuuria eettisemmin sekä kulttuurisensitiivisemmin (liite 1).

1.2 Tutkimusympäristö ja työelämäkumppanit

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Pielisen Karjalan Kehittämiskeskus Oy, PIKES. PIKES on Nurmeksen kaupungin omistama kehittämiskeskus, jonka toimintaan sisältyy myös alueen matkailun kehittäminen. Yritys sijoittuu Pohjois-Karjalaan, Nurmekseen, jossa muun muassa monet matkailutoimijoista käyttävät karjalaisuutta niin tuotteidensa kuin yritystoimintansa brändäämisessä. PIKES toimii opinnäytetyölle keskeisellä alueella, jonka vuoksi heillä on työn kannalta arvokasta tietoa. Tästä syystä PIKES koki tutkimuksen olevan myös heille erittäin olennainen. Pohjois-Karjalan alue on

myös FCG:n ja Visit Finlandin tutkimuksen kannalta ihanteellinen sillä tutkimusraportin mukaan vastuullisuusosaamista ja sen kehittämistä kaivattaisiin erityisesti kyseisellä alueella (FCG & Visit Finland 2018, 23). Opinnäytetyön kautta toimeksiantaja pystyy osoittamaan kiinnostusta karjalaisuuden eettistä käyttöä kohtaan sekä viestimään sen tärkeyttä erityisesti omien verkostojensa kautta muille alueen toimioille. PIKES voi ohjata paikallisia matkailutoimijoita ja sidosryhmiä tutustumaan oppaaseen ja sitä myötä kohti karjalaisen kulttuurin sensitiivistä käyttöä.

Toimeksiantajan rooli on opinnäytetyön kannalta avustava sekä opastava. Opinnäytetyön aihe, sen rajaus sekä työ ja sen tutkimusosio on tekijän itse ideoimaa sekä toteuttamaa. Käytännössä toimeksiantajan rooli korostuu esimerkiksi apuna tutkimusosion suunnittelussa ja valmistamisessa sekä opinnäytetyön tulosten (liite 1) jakamisessa verkostoilleen matkailutoimialalla.

2 KULTTUURI JA IDENTITEETTI

Tässä luvussa avataan opinnäytetyön kannalta keskeisiä käsitteitä. Lukuun valitut käsitteet ovat laadultaan sellaisia, että niiden yleismaailmallisuuden tai moniulottuvaisuuden vuoksi niiden selvennys ja tarkennus on koettu tärkeänä muun työn ymmärtämiseksi. Kaikki luvun käsitteet ovat tavalla tai toisella olennainen osa opinnäytetyötä ja siihen kuuluvaa tutkimusta.

2.1 Kulttuuri

Termin kulttuuri käsitettä on vaikea määritellä tarkasti. Ajan saatossa sillä on tarkoitettu useita eri asioita, eikä yksiselitteistä määritelmää termille tällöin ole. (Spencer-Oatey 2012, 1.) On myös esitetty, ettei termille kannata löytää yhtä ainoata määritelmää. Yksi tapa määritellä kulttuuri on käsitellä se kaikkina niinä asenteina, käytöstapoina sekä mielipiteinä, jotka sitoo tietyn ihmisjoukon toisiinsa (Cambridge Dictionary: hakusana culture; Rathje 2009, 35, 39.) Toinen tapa tarkastella kulttuuria on niiden kaikkien merkitysten ja verkostojen kautta, joita ihmiset luovat ollessaan vuorovaikutuksissa toistensa kanssa, ja joiden avulla he siten jäsentävät omaa kuvaansa maailmasta sekä elämästä. (Hiltunen julkaisuaika tuntematon, 8.) UNESCO Yhdistyneiden Kansakuntien luoma, koulutusta, tiedettä ja kulttuuria suojeleva järjestö on myös antanut oman kenties nykypäivänä eniten käytetyimmän määritelmänsä kulttuurille. UNESCO:n mukaan kulttuuri tarkoittaa niitä henkisiä, materiaalisia, älyllisiä kuin emotionaalisia asioita, joita tietty ihmisryhmä ylläpitää ja jotka he jakavat keskenään myös yksilötasolla. Kulttuuriin kuuluu järjestön määritelmän mukaan myös taiteen sekä kirjallisuuden sarat, kuin elintavat, jaetut arvot sekä perinteet. (UNESCO 2002, 12.)

On siis selvää, että kulttuuri muodostuu niin kosketeltavista kuin koskettamattomista elementeistä. Eri tasojen syvyydet, käytösmallit ja niiden tulkinnat, sosiaaliset suhteet sekä niiden psykologiset vaikutukset, korostuvat kulttuuria tarkastellessa. Huomattavaa on myös, että kulttuuri on lähtökohdaisesti aina opittua ja altis muutoksille, kehitykselle. (Spencer-Oatey 2012, 3–12.) Tämän vuoksi mikään kulttuuri ei sijaitse ikuisesti muuttumattomassa tyhjiössä eikä täten voida myöskään enää olettaa, että minkäänlainen vanha ”aito” kulttuuri voisi elää meidän ajassamme (Lähteenmäki & Ruotsala 2004, 238).

2.2 Kulttuurillinen kestävyys

Kestävä kehitys tunnetaan usein ympäristöllisenä kestävyyttenä. Tosiasiassa kestävä kehitys koostuu neljästä eri osasta. Nämä neljä osaa ovat yhteiskunnallinen, ympäristöllinen, taloudellinen ja kulttuurillinen ulottuvuus. Kulttuurillinen kestävyys, sen lisäksi, että käsite jää usein muiden kestävä kehityksen ulottuvuuksien varjoon, myös kärsii jatkuvasta globalisaatiosta ja on joutunut usein osaksi kulttuurillista assimilaatiota. (Bouronikos 2022.) Assimilaatiolla tarkoitetaan jonkin liittämistä osaksi johonkin toiseen. Käytännössä tämä voi tarkoittaa esimerkiksi juuri vähemmistökansan sulauttamista toiseen yhteiskuntaan. (Cambridge Dictionary: hakusana assimilation 2022; Seven 2022).

Kulttuurillisella kestävyydellä tarkoitetaan kykyä säilyttää tai kehittää kyseiselle kulttuurille ominaisia arvoja sekä asenteita – etenkin silloin, kun niitä voidaan katsoa uhkaavan jokin ulkoinen voima ja vaikutte. Kulttuurillisen kestävyuden yksi päämäärinä on estää globalisaation aiheuttamaa kulttuurien

yhteensulautumista. Kulttuurinen kestävyys on myös yksi keskeisimmistä UNESCO:n kestävästä kehityksen osa-alueista sekä vaikuttavimmista kestävyden tekijöistä. (Bouronikos 2022.)

2.3 Kulttuurisensitiivisyys

Kulttuurisensitiivisyys matkailutoimialalla on suhteellisen uusi käsite (Olsen ym. 2019, 16–17). Ensimmäisiä kulttuurisensitiivisyyttä käsitteleviä teoksia matkailussa on julkaistu vasta vuonna 2020. Kanadassa toteutettu ja Kanadassa sijaitseviin alkuperäiskansoihin keskittyvä *Conceptualizing cultural sensitivity in tourism: a systematic literature review* teos käsittelee kulttuurisensitiivisyyttä nimenomaan sosiaalitieteissä käytettyyn kulttuurisensitiivisyyteen pohjautuen ja pyrkii käsitteellistämään termiä myös matkailun toimialalle sopivasti. Samankaltainen tutkimus on toteutettu suhteutettuna saamelaisiin (Hockert, Kugapi, Lüthje, Mazzullo, Saari 2020).

Kun Kanadassa tehtyä kirjallisuustutkimusta verrataan muualla esiintyvään, etenkin Grönlannin ja Pohjoismaiden kirjallisuuteen, voidaan huomata selkeitä eroja terminologian käytön suhteen. Pohjoismaissa kulttuurisensitiivisyyden käyttö on ollut huomattavasti vähäisempää, eikä termiä ole käytetty ollenkaan matkailun toimialan kontekstissa ja siihen liittyvissä teoksissa. Termin käyttö on rajoittunut muun muassa ympäristökestävyyden ja kantokyvyn teoksiin. (Olsen ym. 2019, 17.) Kuitenkin muun muassa luottamusta, joka on osa kulttuurisensitiivisyyttä yhdessä kunnioituksen, etiikan ja kulttuuri-identiteetin kanssa, on käytetty myös pohjoismaisissa teksteissä (Grimwood, Hurst, Lemelin, Stinson 2020; Olsen ym. 2019, 16–17). Kulttuuri-identiteettiä käsitellään tarkemmin luvussa 2.4.

Aikaisemmin mainittuja tutkimuksia edeltävää Delphi konsensusta voidaan pitää kenties matkailualan kulttuurisensitiivisyyden edelläkävijänä. Holly Donhoen tekemä, vuonna 2010 julkaistu, *Defining culturally sensitive ecotourism: a Delphi consensus* määrittelee kulttuurisensitiivisyyden seuraavasti:

Cultural Sensitivity is the extent to which those who implement, support, and participate in ecotourism: minimize impacts to the natural and cultural environments, foster intercultural awareness and respect, contribute to the protection of built and living cultural heritage, foster the informed participation and empowerment of local and Indigenous Peoples, and respect the socio-cultural value systems of the host community (Donhoe 2010).

Suomen kielelle kiteytettynä kulttuurisensitiivisyys tarkoittaa kulttuurillisten ja luonnon ympäristöjen kuormituksen minimoimista, kulttuurien välistä ja sisäistä ymmärrystä sekä kunnioitusta. Näiden lisäksi kulttuurisensitiivisyys ottaa huomioon rakennetun ja elävän kulttuurin suojelun.

Kulttuurillisen kestävyden ja kulttuurisensitiivisyyden yhtenä konkreettisimpina eroina voidaan ajatella olevan se mistä näkökulmasta kulttuuria tarkastellaan ja kuinka siihen siten suhtaudutaan. Siinä missä kulttuurillinen kestävyys korostaa silloisen kulttuurin säilyttämistä, kulttuurisensitiivisyys nostaa esiin kulttuurien väliset erot ja pyrkii niiden ilmi tuomiseen, korostamiseen sekä vaalimiseen. Etenkin niillä paikoilla ja niissä kohteissa, joissa nuo eri kulttuurit kohtaavat ja joissa toimitaan multi-kulttuurillisissa ympäristöissä. Kiteytettynä kulttuurisensitiivisyyden keskiössä on erilaisuuden hyväksyminen, arvostaminen ja tasavertaisuuden tavoittelu.

2.4 Identiteetti

Yksi tapa määritellä identiteetti on käsitellä sitä eräänlaisena eroavaisuuden tilana. Eroavaisuuden tila voidaan saavuttaa joko itsenäisesti, yksilön toimesta hänen erottautumalla muista, tai esimerkiksi yhteiskunnan, tietyn ryhmän tai toisen henkilön kautta. Tämä luo henkilölle käsityksen omanlaisestaan, toisista eroavasta, uniikista luonteenpiirteestä, jonka perusteella hänet voidaan tarvittaessa erottaa jostakin toisesta henkilöstä taikka joukosta. (Brock & Tulasiewicz 1985, 1.)

Stuart Hall puoltaa identiteetin käsittelyä eroavaisuuksien kautta. Identiteetin voidaan siis katsoa rakentuvan suhteessa toisiin, mutta myös tarinoihin, joiden kautta nuo erot useimmiten havaitaan. (Hall 1999, 11–13.) Osittain myös tästä syystä identiteetit ovat kohteena jatkuvalla muutoksen voimalle, muotoutuen läpi elämän (Hall 1999, 39).

Mikäli identiteettiä tarkastellaan historian valossa, voidaan se jakaa kolmeen eri kategoriaan valistuksen, sosiologisen ja postmodernin subjektin jaolla. Jako tapahtuu eri aikakausien mukaan, kuten myös nimet paljastavat. Eri käsityksissä näkyy myös aikakausien omat vaikutteet. (Hall 1999, 21.) Valistuksen subjekti käsittää ihmisen ja tämän identiteetin erittäin individualistisena ja muuttumattomana. Ihmisen ajatellaan syntyneen muuttumattoman ”keskuksen” kera, joka pysyy samana läpi elämän, vauvasta vaariin. Tämä ”keskus” käsitettiin ihmisen identiteettinä. Sosiologinen käsitys on selkeästi modernimpi ja kenties enemmän käsitelty. Sosiologiseen tapaan käsitellä identiteettiä kuuluu sisäinen minä, samaan tapaan kuin valistuksen subjektissa keskus, mutta se ei pysy koko ihmisen elinaikaa muuttumattomana. Käsityksen mukaan tämä sisäinen, todellinen minä on interaktiivinen yhteiskunnan kanssa, muokkautuen muun muassa eri kulttuurien mukaan. Postmodernin käsityksen mukaan subjektilla, eli ihmisellä, ei ole yhtä kiinteää, pysyvää olemusta taikka identiteettiä vaan se muotoutuu jatkuvasti. (Hall 1999, 21–23.)

Stuart Hall kuvailee kulttuurillisten järjestelmien tuomaa jatkuvaa muutostilaa identiteetille ”liikkuvaksi juhlaaksi” (Hall 1999, 23). Tämä tukee niin Hallin aikaisemmin viitattua kuin Brockin ja Tulasiewiczin identiteettiteoriaa. Usein identiteettiä kuitenkin käsitellään suhteessa paikkaan. Paikan merkitys on ollut identiteetin kannalta merkittävä tekijä suurimman osan ihmishistoriasta ja se on koettu yhtenä pysyvimmistä identiteetin osista ja määritelmistä. Nykypäivänä modernimmat käsitykset diasporasta mukauttavat käsitystä kuitenkin niin, ettei paikan tarvitsekaan enää olla identiteetin määrääjä. Identiteetti voi säilyä pelkän henkisen yhteyden ja tapojen avulla. Siispä identiteetti voidaan käsittää ihmisen omana käsityksenä ja suhteena ympärillä oleviin ja tapahtuviin asioihin sekä tekoihin. Tämä mahdollistaa kokemuksen kodista ja ”omista” ihmisistä useammassa eri paikassa, samalla usein vaatien useamman kuin yhden identiteetin omaksumisen omakseen. (Lähteenmäki & Ruotsala 2004, 237–239.)

Kulttuuri-identiteetti

Kulttuuri-identiteetti on moniulotteinen käsite, joka koostuu monesta eri osasta kuitenkin pohjautuen aina johonkin tiettyyn kulttuuriperintöön. Tämän pohjalta kulttuuri-identiteetti luo aineellisen ja henkisen yhteenkuuluvuuden tunteen, joka yhdistää tietyn väestöryhmän keskenään. (Sallinen-Gimpl 1989, 209.) Sen voidaan ajatella olevan ikään kuin sisäistetty kulttuurillinen tajunta, joka koostuu muun muassa niin etnisyydestä, uskonnosta, kielestä, sosiaalisista suhteista kuin tavoista. Usein

juuri kielen merkitystä korostetaan sen voimakkaan kulttuurillisen ja etnisyyden heijastuksen vuoksi. Kieltä voidaankin pitää kulttuurin ylläpitämisen ja kehittymisen avaintekijänä. Kieli ei kuitenkaan yksin ylläpidä ja kehitä kulttuuri-identiteettiä vaan toimii yhtenä tukipilarina kaikkien edellä mainittujen tekijöiden kera. Täten kulttuuri-identiteetti voi myös rakentua ilman kyseiseen kulttuuriin yhdistettyä kielitaitoa. (Brock & Tulasiewicz 1985, 4; 7–8.)

Kollektiivinen identiteetti

Kollektiivinen identiteetti käsitetään usein suhteellisen abstraktina terminä. Se korostaa niin sanottusti ”meidän” ja ”heidän” eroa. Käsite perustuu tiettyyn ryhmään kuuluvien ihmisten kyvystä tunnistaa ja ymmärtää heidän yhtenäisyytensä ja käsityksensä itsestään ”meinä”, jonka pohjalta muodostuu käsitys muista, ryhmän ulkopuolisista, ”heinä”. Tätä edellä mainittua ”me” käsitystä, voidaan tarkastella kahdella eri tasolla. ”Me” voi tarkoittaa esimerkiksi abstraktein tavoin tunnistettavaa väkijoukkoa, jossa kyseiseen ryhmään kuuluvat henkilöt eivät tunne toisiaan entuudestaan, mutta pystyvät tunnistamaan toisensa eri tunnusmerkkien avulla. ”Me” käsitteellä voidaan myös tarkoittaa kollektiivisen identiteetin tuomassa kontekstissa tietynä niin sanottuna *face-to-face* joukkona, johon kuuluvat tuntevat toisensa entuudestaan. (Raininen-Siiskonen 1999, 41.)

Tässä yhtenäisyyden tunteen kokemisen keskiössä on symbolit, jotka rakentuvat kyseisten ihmisten jaetun historian ja kanssakäymisen myötä. Erilaisten kokemusten, voimistuvien symbolien myötä me-tunne usein vahvistuu. Kollektiivisen identiteetin, me-he jaon, korostuessa voi eri ryhmien välille syntyä jyrkkiä erotteluja lisäten muun muassa stereotyyppien synnyn riskiä. (Raininen-Siiskonen 1999, 41.)

2.5 Kulttuurimatkailu

Kulttuurimatkailu on yksi turismin muodoista. Termin tarkka määrittelyminen on kuitenkin hankalaa niin matkailun kuin kulttuurin moninaistuessa (UNWTO 2018, 70). Usein termiä muokataan sen mukaan, mikä parhaiten siihen tilanteeseen sopii. Lähtökohtaisesti kulttuurimatkailu käsitetään kuitenkin matkailuna, turismina, jossa päämatkakohteena tai pääasiallisena motiivina matkalle toimii kulttuuri. Tällöin keskiössä on jollain tapaa kulttuurin, kuten kulttuuristen paikkojen sekä ihmisten välinen suhde. (McKercher & Du Cros 2012, 3–6.)

Vuonna 1985 UNWTO, The World Tourism Organization, julkaisi kaksi erilaista kulttuurimatkailun määritelmää. UNWTO:n laajemman kulttuurimatkailun määritelmän mukaan kulttuurimatkailuksi voidaan käsittää kaikki ihmisten tekemät matkat ja liikehdintä, joka tehdään uuden kulttuurillisen tiedon sekä ymmärryksen tai kokemusten ja tapaamisien vuoksi. Tähän voidaan sisällyttää muun muassa niin festivaaleja varten toteutetut matkat, esitettävät taiteet, kuin vierailut kulttuurillisesti merkittävillä paikoilla. (UNWTO 2018, 71.)

Kaiken kaikkiaan kulttuurimatkailu on terminä erittäin laaja ja moninainen, jonka vuoksi siitä on muodostunut eräänlainen sateenkaaritermi. Termin voidaan katsoa kattavan kaikki kulttuuriin jollain tapaa liittyvät ja kytkeytyvät matkailun muodot. Käsite pitää kuitenkin aina sisällään matkailun ja matkailijoiden lisäksi kulttuuriperinnön sekä tuotteiden, ja erityisesti kokemusten käytön. (McKercher & Du Cros 2012, 6.)

2.6 Vähemmistöt ja vähemmistökansat

Vähemmistöille tai vähemmistökansoille ei ole tarkkaa kansainvälistä määritelmää. Vähemmistöinä voidaan kuitenkin lähtökohtaisesti pitää niin uskonnollisesti, kielellisesti, etnisesti kuin kansallisestikin valtaväestöstä pienempää ryhmää, joka jakaa keskenään yhtenevän identiteetin. Vähemmistökansalla tarkoitetaan alueen pääasiallista kansaa pienempää kansaa, joka kuitenkin asuu dominoivan kansan kanssa samalla alueella. (Ihmisoikeusliitto julkaisuaika tuntematon; UNHCR julkaisuaika tuntematon.)

Suomessa vähemmistökansojen asema on edelleen suhteellisen heikolla tasolla. Vähemmistöjen historiaan kuuluu usein alistamista ja sortamista. Vähemmistöjen oman identiteetin kieltäminen niin kielellisesti kuin kulttuurillisesti sekä erilaiset sortavat, epätasa-arvoiset valtarakenteet ovat yleinen, erittäin ongelmallinen osa vähemmistökansojen historiaa sekä kehitystä. (Ihmisoikeusliitto julkaisuaika tuntematon.)

Suomessa Suomen sisäiseksi vähemmistökansoiksi luetellaan muun muassa saamelaiset, romanit, karjalaiset ja ruotsinkieliset. Kyseisistä väestöistä vain ruotsinkielisiä on tuettu pitkäaikaisesti ja tasanaisesti. Tämä on tapahtunut muun muassa lakisäädöksillä, joiden avulla ruotsin kielen asema on turvattu. Ruotsin kielen ollessa Suomen toinen kansalliskieli, huolehditaan siitä, että kieli elää ja kehittyy myös Suomessa ja ruotsinkieliset voivat harjoittaa omaa kulttuuriaan vapaammin sekä kieltään myös viranomaistilanteissa. Muiden vähemmistöjen suhteen Suomi ei ole tehnyt yhtä laajaa-alaista ja vaikuttavaa työtä. Tämän vuoksi Suomi on saanut tuomioita muun muassa ihmisoikeusloukkauksista sekä huomautuksia puutteellisesta ihmisoikeuksien toteuttamisesta. (Ihmisoikeusliitto julkaisuaika tuntematon.)

3 KARJALAISUUS

Karjalaisuutta, sitä kuka on karjalainen ja kuka ei sekä mikä tekee karjalaiseksi, on tutkittu moneen otteeseen. Tutkija Kaija Heikkinen kuvaa Suomen karjalaisten identiteettiä ikään kuin kertomuksen jatkumona. (Heikkinen 1996, 13.) On tärkeää, että karjalaisuutta käsitellessä kerrotaan mitä kyseisellä termillä kussakin tilanneyhteydessä tarkoitetaan. Tämä vaatii kulttuuriin perehtymisen lisäksi historian tarkastelua sillä ilman molempia elementtejä käsitys kansasta sekä kansalaisista jäisi huomattavan vajaaksi sekä yksipuoliseksi. (Heikkinen 1989, 60.)

Tässä kappaleessa paneudutaan siihen mitä karjalaiseen kulttuuriin kuuluu, mistä karjalaisuus muodostuu sekä miten karjalainen kulttuuri elää ja näkyy tänä päivänä. Jälkimmäisiin paneudutaan etenkin matkailutoimialan näkökulmasta. Näiden lisäksi käsitellään keitä karjalaiset ovat useammasta eri näkökulmasta tarkastellessa sekä karjalaisuutta niin yleisesti ymmärretyllä tasolla, kuin sillä mitä karjalaisilla tarkoitetaan tämän työn kannalta olennaisessa kontekstissa sekä tutkimusosiossa.

3.1 Karjalaisten historiaa ja sen vaikutuksia nykypäivän karjalaisuuteen

Muutosten keskiössä elänyt kansa on kokenut paljon ja Karjalan alueellinen historia poikkeaa laajastikin Suomen sekä suomalaisten omasta historiasta. Historiaa tarkastellessa voidaan huomata, että erityisesti vaihtuvat hallinnolliset järjestelmät ja sotien tuomat epävakaudet ovat vaivanneet Karjalan aluetta sekä sen vuoksi myös aluetta asuttaneita karjalaisia. Karjala ja erityisesti Raja-Karjala on ollut niin Ruotsin, Novgorodin, Venäjän kuin Suomen vallan alla ja täten myös näiden hallintojärjestelmien piirissä. Tämä on johtanut omalta osaltaan myös kansan hajaantumiseen. Ruotsin valloitetuun alueen monet karjalaisista pakeni uutta hallintoa syvemmälle Venäjää. (Heikkinen 1989, 11–12.)

Toisen maailmansodan myötä, monien karjalaisten kotien tuhouduttua ja jäätyä kriisialueelle, tapahtui toinen karjalaisten muuttoaalto, tällä kertaa kohti Suomea. Karjalasta tulleet evakot pyrittiin asuttamaan asuinkunnittain tehdyllä jaolla sekä niin, että uusi asuinalue vastaisi luonoltaan sekä elinkeinomahdollisuuksiltaan menetettyä kotiseutua. Tämä tarkoitti sitä, että monet karjalaisista sijoitettiin Pohjois-Karjalaan, Pohjois-Savoon sekä Etelä-Kainuuseen, mutta myös Pohjanmaalle sekä Turun saaristoon. (Sarhimaa 2017, 20–21.)

Karjalaisten sijoittamisella ympäri Suomen on ollut suuria vaikutuksia. Jo pelkkä sijoittamispolitiikka asetti karjalaiset asemaan, jossa kulttuurin säilyminen ja sen osa arkielämässä putosi yksilön harteille. Sillä ympäri Suomen ripoteltujen evakkojen ei ollut enää mahdollista pitää kulttuuria elossa yhteisön voimin. Tästä poikkesivat pienet siirtokarjalaisarekkeet, joita syntyi sattumalta evakuoinnin aikana, mutta jotka jäivät kuitenkin lukumäärältään erittäin vähäisiksi. (Sallinen-Gimpl 1987, 15.)

Ensimmäisen maailmansodan päättyessä, etenkin Suomen itsenäistymisen jälkeen, karjalaisten löydettyä uudet kodit muualta Suomesta, maassa alkoi nopea assimilaatioprosessi. Assimilaation lisäksi voidaan tässä tapauksessa puhua myös suomalaistuttamisesta. (Heikkinen 1989, 50–60.) Karjalaisten assimilaatioprosessi painottui pääasiassa uskontoon. Käytännössä tämä tarkoitti pakkoluterilais- tamista sillä suurin osa karjalaisista kuului ortodoksiseen kirkkoon. Prosessissa on kuitenkin huomattavissa myös muun muassa ajanlaskuun ja kieleen liittyvä suomalaistaminen. Assimilaatioprosessin

aikana minkäänlaisia vaatimuksia tai suojelutoimenpiteitä karjalaista kulttuuria ja heidän tapojaan kohtaan ei yleisellä tasolla esitetty tai vaadittu. Tämä johti karjalaisen kulttuurin muuttumiseen ja suomalaistumiseen, joka on tänä päivänä nähtävissä muun muassa karjalan kielen uhanalaisuutena. (Heikkinen 1989, 59–62; Kotimaisten kielten keskus julkaisuaika tuntematon.)

Etenkin karjalaislapset huomasivat nopeasti uusilla paikkakunnillaan, ettei karjalan kieltä tai sen murteita kannattanut käyttää, mikäli halusi suojata omaa sosiaalista asemaansa. Kouluissa karjalaisille opetettiin suomen kieltä. Mikäli oppilas ei osannut puhua suomea opettajien tai muiden mielestä tarpeeksi hyvin tai lapsi puhui sekaisin karjalaa ja suomea joutui hän helposti vaikeuksiin. Käytännössä tämä tarkoitti esimerkiksi koululle jäämistä päivän päätyttyä rankaisuna huonosta kielitaidosta. Asenteiden ja kokemusten seurauksena lapset ja nuoret alkoivat itse valita olla käyttämättä omaa äidinkieltään tai karjalan murteita puhuessaan muiden ihmisten keskuudessa. Myös osa vanhemmista valitsi tietoisesti oman kielen ”unohtamisen”, jolloin kieltä saatettiin kuitenkin käyttää karjalaisten omissa ryhmätapaamisissa. (Raninen-Siiskonen 1999, 369–371.)

Suurin osa karjalaisista on alun perin kuulunut ortodoksiseen kirkkoon. Noin 72 % suomen ortodoksisen kirkon jäsenistä oli ennen kotoisin Karjalan alueelta. Sotien aikaan ortodokseja kuitenkin pidettiin Neuvostoliiton kannattajina ja tukijoina. Tämä aiheutti häpeää ja uskonnon salailua karjalaisten keskuudessa eikä negatiivinen mielikuva ortodoksikarjalaisista loppunut Suomen itsenäistyttyäkään, vaan epäilykset jatkuivat useita vuosia Suomen vapautumisen jälkeen. Tämä johti siihen, että luterilaisten ja ortodoksien mennessä naimisiin karjalaiset usein kääntyivät luterilaisiksi ja myös heidän lapsensa liitettiin ja kasvatettiin luterilaiseen kirkkoon. (Raninen-Siiskonen 1999, 370–371.)

Assimilaation vaikutukset näkyvät karjalaisten ja karjalaisuuden asemassa yhä edelleen. Vaikutuksen voi huomata selkeästi esimerkiksi juuri karjalan kielen asemasta, josta ei ole vieläkään säädetty kunnolla. Karjalan kieli tunnustettiin omaksi kielekseen vasta vuonna 2009 (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon b). Kieltä ei ole myöskään säädetty Suomen perustuslakiin suomen, ruotsin, saamen kielen, romanikielten ja viittomakielten kanssa, vaikka karjalan kieltä on puhuttu Suomessa vähintään yhtä kauan kuin suomen kieltäkin. (Rytkönen 2022.) Karjalan kieli on otettu ensimmäistä kertaa mukaan kokonaisvaltaiseen kielipoliittiseen ohjelmaan vasta vuonna 2022 (Valtioneuvosto 2022; Rytkönen 2022). Sanna Marinin hallituksen julkaisemassa kielipoliittisessa ohjelmassa karjalan kielelle on asetettu kaksi pääasiallista tavoitetta. Ohjelman tavoitteina on niin karjalan kielen valtioneuvostotasoisien asiantutijatyöryhmän perustaminen kuin kielen elvytysuunnitelman ja toimenpideohjelman laatiminen. (Kotimaisten kielten keskus julkaisuaika tuntematon.)

Suomalaistamisprosessin aikana tehtiin myös aatetta tukevia, konkreettisia teoksia. Näistä yksi on Zacharias Topeliuksen Maamme kirja, jolla on ollut merkittävä vaikutus karjalaisuuteen. Teoksen vaikutukset karjalaisia kohtaan näkyvät vielä tänäkin päivänä siinä, kuinka karjalaisista ja karjalaisuudesta usein ajatellaan. Suurin osa suomalaisten mielikuvista juontaa juurensa kyseiseen teokseen. Topeliuksen kirjoittaman Maamme kirjan tarkoitus oli toimia apuna yhtenäisemmän kansakunnan luomisessa ja siten teos korostaa Suomen ”yhtä”, yhtenäistä kansaa. Kirjan mukaan karjalaiset ovat vain yksi osa suomen kansaa eikä siitä irrallinen kokonaan oma kansansa. Teoksessa kerrotaan karjalaisten olleen yksi useammasta vihamielisestä kansasta, joka sittemmin sulautui osaksi Suomea ja muuttui täten myös rauhanomaiseksi, rakastavaksi. (Mikkola 2008, 179; Sahrmaa 2017, 51–52.)

On myös huomattavaa, ettei Suomi ole tunnustanut karjalaisia omaksi kansakseen, kuten saamelaisia, vaikka sama on tehty naapurimaassa Venäjällä. Venäjällä karjalaisille on myös täten annettu tietynlainen kulttuuriautonomia. On mielenkiintoista, että Suomessa karjalaiset on pidetty osana Suomen kansakuntaa eikä aihetta ole kunnolla käsitelty, vaikka Suomessa karjalaisilla voisi olla rajan toisella puolella sijaitsevaa Karjalaa enemmän resursseja toteuttaa ja elvyttää omaa kulttuuriaan, mikäli se mahdollistettaisiin. (Nevalainen & Sihvo 1998, 38.)

Karjalaisten kokema henkinen väkivalta, pakkosuomalaistaminen ja sorto niin nimittelyjen, erilaisen, vähempiarvoisen kohtelun sekä rasismien muodossa, ovat johtaneet kulttuurin kehittymiseen ja elävyyteen haastavasti, jopa negatiivisesti (Raninen-Siiskonen 1999, 372–373). Negatiiviset kokemukset etenkin uusissa ympäristöissä, joissa dominoiva kulttuuri ei ole ihmisen oma, ajaa yksilöt tekemään päätöksen siitä kuinka omaa kulttuuria tullaan harjoittamaan. Usein tämä johtaa kahteen mahdolliseen lopputulemaan. Joko kulttuuria lähdetään sopeuttamaan uuteen ympäristöön ja vallitsevaan dominoivaan kulttuuriin, joka voi johtaa isoihinkin muutoksiin omassa vähemmistö kulttuurissa, tai sitten yhteys juuriin ja vanhaan asuinpaikkaan pyritään pitämään ikään kuin pakon edestä. Viimeiseksi mainitun takana on ajatus siitä, että vahvat yhteydet menneeseen toimivat ainoana edellytyksenä omalle kulttuurille ja sen ylläpitämiselle. (Lähteenmäki & Ruotsala 238–239.)

3.2 Karjalaisen kulttuurin pääpiirteitä

Karjalaista kulttuuria käsitellessä korostuu usein käsityöt, kirkkaat värit, vieraanvaraisuus ja musiikki. Näiden lisäksi karjalaisuus on myös paljon muuta, kuten taidetta, kansan perinneruokia, uskoa ja kieltä unohtamatta. Karjalaisille ominaisina piirteinä pidetään usein ihmisseläisyyttä, vilkasta sosiaalista elämää ja vieraanvaraisuutta, joihin moni kantasuomalainen kiinnitti huomiota sotien jälkeen evakoiden kotiutuessa uusille paikkakunnille (Sallinen-Gimpl 1987, 116).

Kuten aikaisemmin luvussa 3.1. jo todettiin, on karjalaisiin kohdistuneella assimilaatioprosessilla ollut vaikutuksia myös karjalaisten ajanlaskuun. Perinteisesti myös evakkouden jälkeen karjalaiset ovat aloittaneet päiväskareensa, mukaan lukien työn, kantasuomalaisia aikaisemmin ja viettäneet päivällä pidempää lepo- ja ruokataukoa. Tietyissä osissa Karjalan aluetta voitiin huomata myös kesän ja talven välisiä eroja työpäivän pituudessa. Tämä ero vuosikausirytmisissä polarisoituu kaikista selvimmin länsisuomalaisten rytmistä, jolloin työt aloitettiin ja päätettiin aina tiettyyn aikaan eikä taukoja pidennetty yli välttämättömyyden. Myös viikko- ja vuosirytmisissä on, etenkin 1950-luvun jälkeen, huomattu eroavaisuuksia karjalaisten sekä kantasuomalaisten välillä. (Sallinen-Gimpl 1987, 27–32.)

Seuraavissa alaluvuissa käsitellään niitä karjalaisen kulttuurin pääpiirteitä, joita käytetään usein matkailutoimialalla ja joihin matkailijat karjalaisuutta hyödyntävissä matkailuyrityksissä voivat törmätä. Tällaisia kulttuurin osia ovat muun muassa karjalainen ruokakulttuuri, musiikki, käsityöt sekä taide ja arkkitehtuuri. Tarkoituksena on antaa kustakin kulttuurin osasta hyvä yleiskäsitys, ei tutkia kutakin osa-aluetta syvällisesti, opinnäytetyön luonteen vuoksi.

3.2.1 Karjalainen ruokakulttuuri

Karjalaista ruokakulttuuria tarkastellessa mieleen tulee usein ensimmäisenä karjalanpaisti ja kenties vielä sitäkin vahvemmin karjalanpiirakat. Molemmat ovat peräisin karjalasta, kuten nimien ensimmäinen osa antaa ilmi. Näiden lisäksi karjalaiseen ruokakulttuuriin kuuluu kuitenkin paljon muuta. Karjalaisen ruokakulttuurin keskiöön on aina kuulunut esimerkiksi uuniruokat sekä luonnon läheisyys ja sen luonnollisesti mukanaan tuoma kausittaisuus. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon f.)

Sienten keruu ja syöminen on peräisin karjalasta. Karjalaiset olivat Suomessa ainoat, jotka hyödynsivät sieniä ruoanlaitossa ennen tavan leviämistä muuallekin maahan. Sienien lisäksi karjalaiset ovat käyttäneet kautta aikojen hyödyksi vesistöjen antimia, kaloja sekä viljoja ja maitoa. (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon a.)

Viljoista tehtiin niin piiraita, kukkoja kuin puuroja (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon f). Puurot valmistettiin uunia hyödyntäen. Mikäli puuro tehtiin padassa, kutsuttiin sitä hutuksi. Tattari, ohra ja ruis tunnettiin paremmin kuin nykypäivänä yleinen vehnä. Niistä tehtiin niin piirakan täytteitä, kauramämmiä, kuin kiisseleitä. (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon a.)

Myös kalaa käytettiin kukkojen ja piirakoiden täyteenä. Kalakeiton lisäksi kalaa hyödynnettiin keiton suuruksena sekä kalapoteissa. Kalan lisäksi myös punaisella lihalla on ollut oma osuus karjalaisessa ruokakulttuurissa, joskin pienemmissä määrin. Lähtökohtaisesti liha oli kuivattua, suolattua tai palttua ja sitä käytettiin joko eväsruekana tai keittoruoissa, joiden haudutusajat ovat olleet hyvin pitkiä. Tuore liha oli raaka-aine, jota saatiin vain teurasaikoina. (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon a.)

Maito on ollut kautta historian yksi karjalaisen ruokakulttuurin pilareista, muttei juoman muodossa. Karjalaisten päiväjuoma oli tee ja jano- sekä ruokajuomana toimi vesi (Karjalan Sivistysseura d). Maitoa käytettiin hapatettuna tai piimitettynä ja käytettiin valmistustavasta riippuen erilaisten leivoksien ja ruokien yhtenä ainesosana (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon a). Uunipiimä eli rahka oli tärkeä osa kyseistä ruokakulttuuria. Sitä käytettiin niin juhlaleivonnaisiin kuten pääsiäisenä nautittavaan pashaan, makeampiin rahkapiirakoihin kuin lusikkaruokana tuoreen maidon kera. (Karjalan Sivistysseuran d.)

3.2.2 Käsitöiden merkitys karjalaisuudessa

”Karjalaisnaisen ja -miehen arvon mitta olivat kädentaidot” lausuu Karjalan Liiton verkkosivuilla karjalaisten käsityöperinnettä käsittelevä sivusto (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon c). Käsityöt olivat ja ovat edelleen tärkeä osa karjalaista kulttuuria. Kyseistä käsityökulttuuria tarkastellessa korostuu niin käsitöiden paljous kuin se, että käsityöt kuuluivat niin naisille kuin miehillekin, vaikka usein aihetta käsitellessä naisten käsitöiden merkitystä korostetaan. (Sallinen-Gimpl 1987, 63.)

Karjalaisten käsityöt ovat kulkeneet perinteikkäästi läpi kansalaisten elämän. Niistä näkyvimmit ja merkittävimmät ovat olleet käsipaikat ja kansanpuvut, joita on yhdistänyt kirkkaat värit. Kansanpukujen lisäksi entisaikaan myös kaikki arkivaatteet tehtiin lähtökohtaisesti itse käsityönä. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon c.) Neulakintaat sekä kirjoneuleet, kuten kirjokintaat ja tallukat

ovat olleet perinteisesti karjalaisten valmistamia ja etenkin kirjoneulotut lapaset levisivät siirtokarjalaisten myötä ympäri Suomen. Kirjonta itsessään on ollut isossa osassa karjalaista käsityökulttuuria. (Sallinen-Gimpl 1987, 71–74.)

Käspaikat, eli karjalaiset pyyheliinat, kantoivat mukanaan merkittävää arvoa. Siinä missä käspaikka oli päivittäinen käsienkuivauksen mahdollistaja, kulkivat ne mukana myös läpi perhejuhlat niin kastajaiset, häät, kuin hautajaisetkin. Käspaikat olivat läsnä myös sairauden koittaessa, sillä niiden ajateltiin pitävän sisällään parantavia vaikutuksia. Kastejuhlissa vanhemmat antoivat käspaikat kummeille ja naimisiin mennessä morsian teki itse oman käspaikkansa. Häissä tavallista pidemmät käspaikat levitettiin vieraiden syliin, jotta niihin saatiin pyyhittyä kädet ja sormet ruokailun yhteydessä. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon c.)



KUVA 1. Käspaikka (Suomen käsityön museo 2019.)

3.2.3 Karjalainen arkkitehtuuri

Karjalaisen arkkitehtuurin piirteisiin liittyy tietynlaista problematiikkaa. Rakennustapaan liittyvä ongelmallisuus piilee isoin osin eri kulttuurien arkkitehtuurien sekoittumisessa ja yhdistymisessä. Karjalaiset ovat koko pitkän historiansa aikana olleet osana useita eri valtioita ja täten se on osaltaan vaikuttanut rakennusten piirteisiin ja siihen, miten niitä käsitellään. Venäjällä tietyistä karjalaisista rakennuksista voidaan puhua suomalaisina ja taas Suomessa piirteitä kutsutaan välillä venäläisiksi tai pohjoisvenäläisiksi. (Heikkinen 1989, 213.)

Ristiriitaisuus ilmenee muun muassa Bomba-talon yhteydessä. Bomba-talo on rakennettu Nurmekseen Suojärven pitäjäseuran ja Karjalan Liiton yhteishankkeena. Talo on kopio Suojärvellä sijainneesta talosta, jonka Jegor Bombini lahjoitti pojalleen vuonna 1855. Vuonna 1978 Bomba-talo saatiin rakennettua Nurmekseen. (Sarhimaa 2017, 68–69.)

Bomba-talon ja sen yhteydessä sijaitsevan karjalaiskylän kuvaillaan edustavan karjalaista rakennusarkkitehtuuria (Bomba julkaisuaika tuntematon a). Kaija Heikkisen tekemän tutkimuksen mukaan monet salmin siirtokarjalaisista kuitenkin pitivät nimenomaan Bomban talon ja sen edustamaa arkkitehtuuria vieraana. Rakennuksessa esiintyvät koristeelliset ikkunat ja portaikko, parvekkeet sekä pyöröhirret ovat kaikki piirteitä, joita tutkittavat pitivät venäläisinä. Kuitenkin samaan aikaan tutuksi koettiin Bomban talossakin esiintyvät ruutuikkunat. Näiden lisäksi tuttuja piirteitä Salmin siirtokarjalaisille olivat perinteisen hirren ja pärekaton käyttö rakennuksissa. (Heikkinen 1989, 220–236.)



KUVA 2. Bomban talo Nurmeksessa (Bomba julkaisuaika tuntematon b).

Yllä mainitun perusteella voidaan pohtia, onko yksittäistä, selvää karjalaista arkkitehtuuria edes olemassa tai tarvitseeko sellaista olla. Karjalainen arkkitehtuuri ja sen eri tyylit ovat pitkälti määräytyneet pienempien asuinalueiden mukaan. On kuitenkin huomioitava, että Heikkisen (1989) toteuttamissa haastatteluissa, kohteena olivat evakot, tarkemmin nimenomaan Salmin siirtokarjalaiset. Näillä henkilöillä voidaan olettaa olevan jokin menneisyyteen liittyvä tarkka vertailukohde arkkitehtuuria arvioidessa. Kyseisestä tutkimuksesta on kuitenkin kulunut aikaa jo useampi vuosikymmen. Sukupolvien vaihtuessa, voidaan arkkitehtuurin ja sen sisältämän symboliikan katsoa myös potentiaalisesti vaihtaneen muotoaan. Ajan saatossa muun muassa Bomba-talo on voinut kasvattaa asemaansa arkkitehtuurin edustajana, vaikka se ei välttämättä ole ollut sitä kaikille talon rakentuessa.

3.2.4 Karjalainen musiikkikulttuuri

Karjalaista perinnesävelmusiikkia miettiessä, moni yhdistää sen ensimmäisenä itkuvirsiin, kanteleeseen sekä runolauluihin. Karjalaiseen musiikkikulttuuriin kuuluu kattava kirjo niin nopeatempoisia kuin rauhallisiakin sävelmiä ja se on ollut yksi merkittävimmistä karjalaisen kulttuurin osa-alueista. (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon b.) Tämä ilmenee muun muassa Suomen karjalankielisiä tutkineesta European Language Diversity for All, eli ELDIA-tutkimuksesta, jonka mukaan karjalan kielellä laulaminen ja karjalankielisen musiikin kuuntelu, on ollut merkittävä osa oman kulttuurin harjoittamista kaiken ikäisten karjalankielisten kesken (Sarhimaa 2017, 172).

Karjalainen perinnesävelmusiikki keskittyy vahvasti laulamisen ympärille. Perinnesävelmusiikkiin kuuluu niin itkuvirret kuin runolaulutkin, mutta näiden lisäksi myös karjalainen joiku. (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon b.) Tämän lisäksi karjalan laulettuun musiikkikulttuuriin on kuulunut niin sanotut paimensävelmät. Näistä suomalaisille erikoisempia ovat kenties itkuvirret sekä joiut. Joiuille ominaista

oli niiden henkilökohtaisuus. Laulaja voitiin tunnistaa pelkän sävelensä avulla, vaikkei kasvoja nähty tai sanoja kuunneltu. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon d.)

Joikuja rituaalisempia ovat itkuvirret. Itkuvirsiä voidaan pitää usein improvisoituina niin sanottuina valitusrunoina, joita esittävät pääasiassa naiset. Itkuvirren kenties negatiivisestakin sanavaikutuksesta huolimatta, laulut olivat tarkoitettu niin iloon kuin suruun. Huomattavasti vahvin ja pisimpään säilynyt käyttötarkoitus itkuvirsille on kuitenkin ollut hautajaiset. Kuolinitkut koettiin tärkeäksi hautajaisrituaaliksi. Itkuvirsien avulla puhuttiin tuonpuoleisessa sijaitseville henkilöille ja hahmoille, sillä uskottiin, että kun ihminen siirtyy tuonpuoleiseen, ei hän enää ymmärrä tavallista kieltä. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon a.)

Runolaulu säilyi karjalaisten keskuudessa esimerkiksi kantasuomalaisiin verrattuna paremmin ja vahvemmin. Tähän syynä on pidetty muun muassa kansan syrjäisyyttä sekä lukutaidottomuutta, jolloin puhutun ja laulettun kielen merkitys on korostunut. Tämän lisäksi runolaulujen avulla voitiin käsitellä käytännössä kaikki yhteisölle tärkeät asiat, sillä rajoituksia aiheille tai käytölle ei ollut. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon e.)

Karjalaisesta runolaulun rakenteesta on alettu puhua myös niin sanottuna kalevalanmittana. Mitan nimi on kuitenkin omalta osaltaan hieman harhaanjohtava, sillä runolaulujen rakenne ja alkuperä on paljon Kalevalaa vanhempi. Runon mitan alkuperää ei ole vielä saatu selville. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon e.)

Omien ääniensä lisäksi karjalaiset musisoivat käyttäen erilaisia soittimia. Perinteisiin karjalaisiin soitimiin kuuluu erilaiset puhallinsoittimet sekä pillit. Näitä käyttivät paljon etenkin paimenet. Tämän lisäksi perinteisiin karjalaisiin instrumentteihin kuuluu kielisoittimet. Kielisoittimista kantele sekä jouhikko ovat olleet erityisen suosittuja ja molempia käytettiin pääasiassa nimenomaan tanssisoittimina. (Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon d.)

3.3 Kalevalan juuret Karjalassa

Kalevalaa, jota Suomessa nimitetään Suomen kansalliseepokseksi ja jota käytetään myös matkailualalla tuotteistamisessa, on kritisoitu ja syytetty kulttuurillisesta omimisesta. Kulttuurillisella omimisella tarkoitetaan toisen kulttuurin elementtien luvaton hyväksikäyttöä ja yhdistämistä toiseen kulttuuriin, johon kyseinen elementti ei kuulu (Sámediggi 2018, 11). Monet Kalevalan tarinoista on kerätty nimenomaan karjalaisilta. Runoja keräillessään Elias Lönnrot, Kalevalan kirjoittaja, pääsi valitsemaan itselleen mieluiset kohdat karjalaisten runoista ja kulttuuriperinnöstä. Hänen on myös kerrottu kääntäneen suullista runoperimää suomen kielelle jo paikan päällä, kerätessään aineistoja karjalankielisiltä. Tämän voidaan katsoa vahingoittaneen ja ryöstäneen karjalaisten suullisen kansanperinnön perimmäiset ilmaisumuodot sekä vahingoittaneen kansan kieltä täyttäen myös samalla kulttuurillisen omimisen ominaispiirteet. (Suomalaisen Kirjallisuuden Seura julkaisuaika tuntematon b.)

Kalevalasta tuli heti sen synnyttyä eri ideologioiden ja politiikan väline. Jotkut voisivat jopa sanoa, että Kalevala luotiin juuri ideologisista syistä. Kalevalan esihistorian aikaan Suomalaista sivistyneistöä vaivasi Suomelta puuttuva kirjoitettu historia, jota tuolloin arvostettiin kovasti läpi Euroopan. Ko-

ettiin, että tuon kirjoitetun historian avulla voitaisiin luoda uskottava ja tasa-arvoinen kuva suomalaisuudesta ja Suomesta suhteutettuna myös muihin eri kansoihin ja näin todistaa Suomen edellytykset itsenäiseen, sivistyneeseen olemassaoloon. Tähän myös Lönnrot teoksellaan pyrki. Sen vuoksi myöskään runojen tai runonlaulajien alkuperiä ei ole kerrottu. Keinon tarkoituksena oli häivyttää runojen tarkka alkuperä suomalaisen kollektiivisen identiteetin vuoksi. Täten Kalevala on toiminut niin yhtenäisen suomen kansan luomisen välineenä, työväestön kulttuuritoiminnan elävöittämisessä, kuin suomenkielisen suullisen ja kirjallisen kulttuurin ilmentymänä. (Kalevalaseura julkaisuaika tuntematon b; Karkama 2008, 124–125; Timonen 2008, 2.)

Lönnrot pyrki teoksellaan esittämään suomalaisten muinaishistorian yhtenä varteenotettavana kokonaisuutena. Nämä nationalistiset motiivit ovat myös välittyneet läpi teoksen kokoamisen, julkaisun ja käytön. Maamme kirja levitti Suomen kouluissa Kalevalan sanomaa ja merkitystä suomalaisena eepoksena vuosikymmeniä. Tarkoituksena oli synnyttää ja vahvistaa oppilaissa varhaista Suomenmaan rakkautta. Maamme kirjassa, joka oli pitkään suomalaisten ensimmäinen kosketus Kalevalaan, painotettiin Kalevalan karjalaisten runojen olleen peräisin suomalaisilta. Tämä myös voimisti eepoksen asemaa isänmaallisena teoksena. (Karkama 2008, 126, 141; Mikkola 2008, 170–173, 178, 189.)

Toisaalta juuri Kalevalan pitkä historia poliittisena ja ideologisena välineenä on saanut aikaan sen, ettei suomalaista taidetta tai kansansivistystä olisi siinä muodossa missä se nykypäivänä ilmenee ilman kyseistä tapahtumien kulkua. Tämä johtuu teoksen suuresta merkityksestä suomalaisen kulttuurin kehittymisen saralla, joka alkoi jo sen alkuajoista ja kulki voimakkaasti läpi etenkin 1800-luvulta 1900-luvun alkupuolelle eläen edelleen. Voidaan sanoa, että Kalevala täytti karjalaisine runoineen suomalaisen sivistyneistön asettamat tavoitteet. (Kalevalaseura julkaisuaika tuntematon a; Karkama 2008, 167.) Kalevalan moniulotteisuus luo teoksen omistajuudesta hankalan sekä ristiriitaisen aiheen.

Kalevalan aseman ristiriitaisuus Suomen kansalliseepoksena näkyy hyvin myös Kalevalan merkityksessä Karjalan tasavallassa. Suomen rajan toisella puolella, Venäjän valtiollisten rajojen sisällä, Karjalan tasavallassa Kalevala käsitetään karjalaisena tai karjalaisuomalaisena eepoksena. Neuvostokarjalasta Suomeen muuttanut Karjalan Sivistysseuran toiminnanjohtaja Eila Stepanova on kertonut ajatuksen Kalevalasta täysin suomalaisena teoksena tulleen hänelle niin sanottuna kulttuurishokkina. (Kovasiipi 2023; Suomalaisen Kirjallisuuden Seura julkaisuaika tuntematon b.) Kalevalan suomalais-taminen voidaan huomata myös eri yritysten ja organisaatioiden toimintaa tarkkailemalla. Näistä yksi esimerkki on Kalevalaisten Naisten Liitto ja sen Kalevalaisten Naisten Liiton tehtävä ja tavoitteet 2020–2025-julkaisu. Julkaisussa sanotaan, että heidän tehtävänä on ”suomalaisen kulttuurin, kielen ja perinteen välittäminen kaikille, taustasta riippumatta, nyt ja tulevaisuudessa.” Julkaisussa luetellaan liiton arvot: elävä kulttuuriperintö, suomalainen kulttuuri, kestävä kehitys, yhteisöllisyys, tasa-arvo, kauneus ja ilo. Missään tavoitteessa tai muussa kohdassa ei mainita karjalaisia tai karjalaisuutta, vaikka liiton nimi on suoraan teoksesta, jonka runoista suuri osa on kerätty karjalaisilta. (Kalevalaisten naisten liitto julkaisuaika tuntematon.)

Kalevalan tiedetään inspiroineen monia kansanmielisiä suomalaisia, etenkin taiteilijoita. Näistä kenties kuuluisimpia ovat muun muassa Aleksis Gallen-Kallela, Eino Leino sekä Jean Sibelius. Tätä taide-

suuntausta kutsutaan karelianismiksi. Kyseinen termi sisältää taiteen lisäksi niin tieteen kuin poliittisen suuntauksen, mutta useimmiten se yhdistetään juuri aikaisemmin mainittuun kansallisromanttiseen taiteeseen. Karelianismi edustaa lähtökohtaisesti nationalistista suursuomalaisuutta, jossa Karjala nähdään aitona säilyneenä, muinaisena laulumaana. (Piela 2008; 36.) Karelianismista puhutaan usein melko neutraalisti, eikä sitä siten kyseenalaisteta. Kulttuurisensitiivisestä näkökulmasta tarkastellessa voidaan kuitenkin kysyä kuinka eettistä tai tasa-arvoista kyseinen asettelu on, sillä siinä karjalaisten ja karjalaisen kulttuurin arvo on korkealla, jopa ihailtavaa vain ja ainoastaan silloin kun se kytketään osaksi suomalaisuutta. Karelianismin voidaan katsoa asettavan karjalaisuudelle erilaisia arvoja, kuten niin sanotun aidon ja vanhan kulttuurin arvon, suhteutettuna suomalaisuuteen, jolloin asetelma on kulttuurisensitiivisyyden vastainen.

3.4 Kuka on karjalainen

Sotavuosien jälkeen tapahtuneen assimilaation sekä etnistämisen seurauksena ihmisten mielikuva karjalaisista ja karjalaisuudesta on moninaistunut. Tätä voidaan katsoa tapahtuneen myös itse karjalaisten keskuudessa. Monimuotoisen historian, ristiin käytettyjen termien sekä niiden limittäisten määritelmien vuoksi karjalaisten ja etenkin siirtokarjalaisten identiteetti voi tuntua hankalalta hahmottaa ja määritellä. Muun muassa karjalaisten levittäytymistä historian saatossa voidaan pitää identiteetin määrittelyn kannalta hankaloittavana, jopa problemaattisena tekijänä. Etenkin siirtokarjalaisen jälkeläisistä puhuttaessa herää kysymys monen sukupolven yli polveutumisen jälkeen syntyneiden lapsien karjalaisuudesta (Sallinen-Gimpl 1989, 209). Nimenomaan termien, karjalaisuus ja karjalainen, monitulkintaisuuden vuoksi on ensiarvoisen tärkeää, että etenkin tutkimustyössä määritellään mitä niillä tarkoitetaan. (Heikkinen 1996, 16; Sarhimaa 2017, 49.)

Identiteetti on lähtökohtaisesti aina ihmisen oma, subjektiivinen, tunne ja kokemus itsestään. Sitä ei voi määritellä kukaan muu toisen puolesta. (Clarke 2008, 519–520.) Kun yhtenä tutkimuskohteena on tietyn kansan jäsenet, tulee identiteettiä käsitellä erittäin monimuotoiselta kannalta. Siihen on sovellettava niin kulttuurillista kuin kollektiivista identiteettiä sekä huomioitava identiteetin jatkuva muuttumisen aalto. Etenkin nykypäivänä, mutta myös jo aiemmin, muuttoliikkeet ovat vaikuttaneet suurilta osin ihmisten elämiin sekä omakuvaan. Vanhalla paikkakunnalla muodostunutta identiteettiä tapoineen on joko pyritty säilyttämään uudessa kohteessa, mahdollisten muuton aiheuttamien traumaattisten kokemusten kera tai omaa identiteettiä on alettu jopa tietoisesti muokkaamaan uuteen elinympäristöön sopivammaksi. (Lähteenmäki & Ruotsala 2004, 238–239.) Muokkaamista on kuitenkin toteutettu säilyttäen osia omasta vanhasta identiteetistä, välttäen totaalitulautumista vieraaseen, dominoivampaan kulttuuriin (Hall 1999, 71).

Tässä tutkimuksessa karjalaisina käsitetään ne henkilöt, jotka identifioituvat karjalaiseen kulttuuriin, kielen sekä muiden karjalaisten kanssa. Tutkimuksessa karjalaisilla on myös jonkinlainen konkreettinen yhteys karjalaan. Tämä voi olla esimerkiksi joko oman asuinseuduin tai karjalaisten vanhempien juurien kautta. Karjalaisten ei siis kuitenkaan tarvitse itse asua Karjalan alueella tutkimuksen aikana tai esimerkiksi osata virheettömästi ensimmäisenä äidinkielenään karjalan kieltä.

3.5 Karjalainen kulttuuri Suomen matkailutoimialalla tänä päivänä

Karjalainen kulttuuri on etenkin Itä-Suomen alueen matkailutoimijoiden kesken suosittu brändäämis- ja markkinointikeino. Pohjois-Karjalassa karjalaista kulttuuria vetonaulanaan käyttää muun muassa Puukarin Pysäkki, Nurmeksessa sijaitseva Sokos Hotel Bomba sekä Bomba-talo ja sen kupeessa sijaitseva Karjalaiskylä, Joensuussa sijaitseva hotelli Lietsu sekä Parppeinvaaran runokylä, joka sijaitsee lähellä Suomen ja Venäjän rajaa Ilomantsissa. Kun eri karjalaiskohteita tarkastelee, voidaan huomata karjalaisuuteen yhdistettävän käsityöt, perinneruoat, kantele, lämminhenkisyys sekä luonnonläheisyys ja jopa jonkinlaisen mystiikan kuvaus. (Bomba julkaisuaika tuntematon a; Lietsu julkaisuaika tuntematon; Parppeinvaara 2019; Puukarin pysäkki 2021; Sokos Hotels julkaisuaika tuntematon.) On kuitenkin huomattavaa, että joissain tapauksissa, siinä missä puhutaan perinteisistä karjalaisista ruoista, puhutaan myös esimerkiksi juuston tarjoamisesta. Juustoa ei tehty tai käytetty Karjalassa, vaikka muita happamia maitotuotteita, kuten viiliä, alueella on tehty ja syöty läpi historian. (Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon a.) Karjalaisena mainostettu ruoka ei siis välttämättä ole täysin perinteisenä tunnetun karjalaisen ruokakulttuurin mukaista, vaikka niin viestittäisiinkin. Tätä voidaan kuitenkin perustella kulttuurin jatkumona, sillä elävä kulttuuri elää koko ajan muutoksessa eikä siten pysy täysin samana läpi ajan. Tämän voidaan siis katsoa viestivän kulttuurin eläväisyydestä.

Verrattuna edellä mainittuihin elementteihin esimerkiksi Kalevalan kaupallistamista matkailutoimialalla on nähty suhteellisen vähän, vaikka teos usein yhdistetään karjalaisuuteen ja tarinallistaminen tunnistetaan laajasti yhtenä tuotteistamisen tehokkaimpina keinoina (Kalliomäki 2014, luku 1). Kalevalan kaupallista potentiaalia ja arvoa on kuitenkin pyritty tuomaan esiin viime vuosien aikana erilaisin hankkein. Muun muassa Kalevala kartalle sekä KALEVALA – mytologiasta arvoa liiketoimintaan hankkeet sijoittuivat vuosille 2020–2022. (Kalevala kartalle 2020; KALEVALA – mytologiasta arvoa liiketoimintaan julkaisuaika tuntematon.)

On huomattavaa, ettei kummassakaan KALEVALA – mytologiasta arvoa liiketoimintaan tai Kalevala kartalle -hankkeessa ole tuotu esille mahdollista karjalaisten asemaa. Esimerkiksi itse karjalaisten mukaanotto ja kuuleminen hankkeiden saralta jää hankkeiden verkkosivujen perusteella epäselväksi. Asiaa voidaan pitää hieman kyseenalaistettavana, kun huomioidaan viime vuosien aikana kasvanut keskustelu Kalevalan ongelmakohdista, nimenomaan karjalaisen kulttuurin omimisen suhteen. Kyseenalaistettavuus nousee myös ilmi tarkastellessa kyseisen hankkeen hankesuunnitelmaa, jossa kerrotaan Kalevalan olevan jokaisen yrityksen jalostettavissa oman näköisekseen. (KALEVALA – mytologiasta arvoa liiketoimintaan julkaisuaika tuntematon; Mikkonen 2019.)

Kalevala kartalle -hankkeen verkkosivuilla on puolestaan niin sanottu ”Kalevala tietopankki”, josta sivujen mukaan pitäisi löytyä kaikki tarvittava tieto Kalevalaan liittyen. Sivulta ei kuitenkaan löydy yhtäkään mainintaa karjalaisten ja karjalaisuuden kytköksistä Suomen kansalliseepokseen, Kalevalaan. Ensimmäinen tietopankkiin linkitetty materiaali vie Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran (SKS) Kalevala -sivuille, joissa korostetaan nimenomaan teoksen suomalaisuutta. Samalla sivustolla kerrotaan kuinka ”Kalevala merkitsi käännettä suomenkieliselle kulttuurille ja herätti huomiota myös ulkomailla. Se synnytti suomalaisten keskuudessa itseluottamusta oman kielen ja kulttuurin mahdollisuuksiin. Kalevala nosti pienen, tuntemattoman kansan muiden eurooppalaisten tietoisuuteen.” (Suomalaisen Kirjallisuuden Seura julkaisuaika tuntematon a.) Kulttuurisensitiivisistä näkökulmista

katsoen on tärkeää, että mikäli tuotteistamisessa yhdistetään elementtejä useammasta eri kulttuurista, puhuttaisiin niiden eroista sekä olemassaolosta mahdollisimman läpinäkyvästi.

3.6 Karjalaisuuden kaupallistamisen riskejä

Kuten missä tahansa muussakin, etenkin kun kyse on liiketoiminnasta, on myös karjalaisuuden kaupallisessa käytössä omat riskinsä. Tämä riski kasvaa ja moninaistuu myös vähemmistökulttuurin erityisen aseman ja historian vuoksi. Kulttuurin kaupallisessa käytössä tulee huomioida vähemmistökulttuuriin ja siihen kytkeytyvät muut mahdolliset riskitekijät. Näitä riskejä ovat muun muassa kulttuurin - tässä tapauksessa karjalaisuuden - museoituminen, stereotyyppoituminen sekä omiminen.

Kulttuurin museoitumisella tarkoitetaan ilmiötä, jolloin esimerkiksi karjalaisuus pyritään näyttämään ja siitä luodaan kuvaa "aitona" palana menneisyyttä keskellä nykyajan modernia yhteiskuntaa. Tällöin kulttuuri pyritään esittämään niin, että se vastaisi sitä koskevaa yleisesti tunnettua stereotyyppiä kyseisestä kulttuurista ja sen edustajista. Kyseinen kulttuurin esittämistapa ja tuotteistaminen täten myös vahvistaa ihmisten oppimia stereotyyppioita "totuutena" ja "aitona" vahventaen ennakkoon omaksuttuja, yleisessä käsityksessä olevia stereotyyppioita. (Lähteenmäki & Ruotsala 2004, 238.)

Tämä on haitallista monesta eri syystä. Museoitumisessa ongelmallisuus näkyy kulttuurin supistamisena yhteen malliin ja muotoon. Sille ominaista on myös kulttuurin pysäyttäminen ajassaan, joka itsessään synnyttää suuren ristiriidan ja vääristyneen kuvan, mikäli kyseessä on edelleen elävä ja kehittyvä kulttuuri, kuten karjalainen kulttuuri on. (Galla & Paulo 2016.) Museoituminen sivuuttaa kulttuurin nykyiset tavat ilmentyä ja näkyä, sen toteutuksen ja kehityksen sekä moninaisuuden.

Stereotyyppioita ja stereotyyppoitumista käsitellessä nousee esiin sen harmillisuus nimenomaan vähemmistöjä kohtaan sillä stereotyyppiat vaikuttavat eri ihmisryhmiin eri tavalla. Stereotyyppiat, jotka koskevat enemmistöstä poikkeavia, vähemmistöihin kuuluvia ovat todennäköisemmin negatiivisia, vaikka kyseinen stereotyyppia saattaisikin kuulostaa ensitekiäjöikseen, päällisin puolin positiiviselta. (Hilton & Von Hippel 1996, 240.) Näitä pintapuolisesti positiivisia stereotyyppioita ovat muun muassa Topeliuksen Maamme kirjassa luettelemat luonteenkuvaukset karjalaisista avomielisempinä, ystävällisempinä ja toimeliaampina, kuin suomalaiset. Topeliuksen mukaan karjalaiset rakastavat leikinlaskuja ja ovat helposti ilahdutettavissa. Hän kuvailee Karjalaisia Suomen kansan "päiväpuolena". Kuitenkin tarkastellessa Maamme kirjaa tarkemmin voidaan huomata, että monet karjalaisia kuvaavista objektiivisesti positiivisista adjektiiveista johdattelevat kohti mielikuvaa hieman vajaaälyisestä, naiivista kansasta, jonka pitkä asutushistoria Venäjän ja Suomen raja-alueella tekee heistä myös uhan yhtenäiselle Suomelle. (Sarhimaa 2017, 52.)

Nämä Maamme kirjassakin mainitut stereotyyppiat elävät Suomessa vahvasti edelleen (Sarhimaa 2017, 53–54). Tämä on ongelmallista niin niiden moniulotteisuuden, alkuperäisen ideologian, kuin negatiivisten stereotyyppioiden vaikutusten vuoksi. Tutkimuksissa on huomattu, että negatiiviset stereotyyppiat vaikuttavat kohtaamisiin sekä ihmisten ennakoasenteisiin useammin kuin positiiviset stereotyyppiat vaikuttavat. (Hilton & Von Hippel 1996, 240.)

Kulttuurin omiminen kantaa myös monia eri riskejä. Sen lisäksi, että se on jo itsessään eettisesti kyseenalaistettavaa se myös vahvistaa jo olemassa olevia valta-asemia, vahvistaa ja luo haitallisia stereotyyppioita, sekä erottaa omittuja asioita, kuten symboleita asiayhteyksistään siten riistäen niiltä

merkityksensä. Pahimmillaan kulttuurillinen omiminen voi vaikuttaa jopa kansan omaan identiteettiin. Tämä voi ilmetä muun muassa vähemmistöön kuuluvien epävarmuutena ja hämmennyksenä yrittäessään tutustua tarkemmin omiin juuriinsa. Kulttuurillinen omiminen heikentää myös vähemmistöihin kuuluvien mahdollisuuksia harjoittaa omia perinteitään kulttuurille ominaisilla tavoilla. (Native Governance Center 2023; ReachOut 2022; Sivikko 2018, 30–31.)

Edellä mainituissa riskeissä on huomattavissa joitain yhteisiä teemoja. Näitä ovat muun muassa haitallisten mielikuvien luominen sekä ylläpito, kulttuurin ja sen elementtien suppeuttaminen sekä esittämistavan yksipuolisuus ja valtasuhteet sekä niiden tuoma epätasa-arvoisuus. Kaikkia edellä mainittuja asioita voidaan kuitenkin pyrkiä minimoimaan eri keinoin. Yksi näistä keinoista on kulttuurisensitiivisyys. Seuraavassa kappaleessa käsitellään, kuinka kulttuurisensitiivisyyden konseptia voidaan käyttää työkaluna vähemmistökulttuurien tuotteistamisessa matkailutoimialalla.

3.7 Kulttuurisensitiivisyyden mahdollisuudet Karjalaisuuden tuotteistamisessa

Kuten kappaleessa 2.3. kerrotaan, toimii kulttuurisensitiivisyys eräänlaisena kulttuurien ja niiden erojen vaalijana. Konseptin tarkoitus on pyrkiä lisäämään eri kulttuurien välistä ymmärrystä ja kunnioitusta. Samalla se ottaa huomioon kulttuuriperinnön vaalimisen. (Donhoe 2010.)

Kulttuurisensitiivistä matkailua käsitellessä on kuitenkin tärkeää muistaa, ettei kulttuurisensitiivisyys ole pelkästään vähemmistöjä ja enemmistöjä. Sensitiivisyys tulee ottaa huomioon myös muissa osa-alueissa, jotka vaikuttavat tai voivat vaikuttaa kulttuurisensitiivisen matkailun kehittämiseen. Näitä ovat kaikki kulttuuriin liittyvät yksittäiset osa-alueet, kuten kieli, elintavat, poliittiset järjestöt, oikeudet sekä sen hetkiset taloudelliset resurssit ja tilanteet. (Olsen ym. 2019, 12.)

Kulttuurisensitiivinen matkailu sisältää seitsemän tärkeää elementtiä. Nämä elementit ovat paikallisuus, toisten kunnioittaminen, keskusteleminen ja kuuntelu, vastavuoroisuus, henkilökohtaisuus, kulttuurituntemus sekä yhdessä luominen. Edellä mainitut seitsemän tekijää kulkevat kulttuurisensitiivisyyden keskiössä ja toimivat sen mahdollistamisen edellyttäjinä. Näiden voidaan myös katsoa edesauttavan sitä, että eri kulttuurien välinen ymmärrys, kunnioitus, voimaantuminen sekä yhdessä tekeminen edistyisi eri matkailussa mukana olevien toimijoiden välillä. (Olsen ym. 2019, 11.)

Näiden elementtien mahdollistaminen kuitenkin edellyttää jokaiselta osanottajalta kykyä ja halua avoimuuteen. Jotta aikaisemmin mainitut tekijät ja osa-alueet oikeasti, aidosti toteutuisivat, tulee henkilöiden olla valmiita tunnistamaan ja ymmärtämään eriävät historialliset, sosiokulttuurilliset sekä poliittiset kontekstit, jotka osaaottavia ihmisiä koskevat. Kulttuurisensitiivistä matkailua kehittäessä nämä tekijät tulee ottaa myös huomioon siellä missä ja minne matkailua sillä hetkellä kehitetään. Edellä mainittu toimii edellytyksenä oikeasti kestäväälle sekä sensitiiviselle matkailulle. Sen myötä kaupallistetun vähemmistökulttuuriin yhteisöjen, heidän näkemyksiensä sekä perinteidensä tulee olla sensitiivisen matkailun kehittämisen ja toteuttamisen keskiössä. Tämä tulee huomioida etenkin liiketoiminnan jatkuessa sekä kehittyessä, jottei muun muassa taloudellinen voitto mene kulttuurisensitiivisyyden edelle, näin ollen mitätöiden alkuperäisen kehitystyön sekä tahtotilan. (Olsen ym. 2019, 13, 16.)

Mikäli edellä mainitut tekijät saataisiin kehitettyä tarpeeksi vahvoiksi, voitaisiin kulttuurin tahattoman loukkaamisen, väärinkäytön sekä muiden negatiivisesti koettujen tekojen sekä niiden aiheuttamien konfliktien riskiä pienentää. Yhdessä nämä kaikki osa-alueet kehittäisivät matkailutoimialaa aikaisempaa inklusiivisemmaksi sekä taloudellisemmaksi (Kohti kulttuurisensitiivistä matkailua 2019 ,8).

Erinomainen tapa luoda, kehittää sekä toteuttaa kulttuurisensitiivistä matkailua on liittää tarjottaviin tuotteisiin tai palveluihin opetuksellisia elementtejä. ARCTISEN-hankkeen loppuraportista voidaan huomata, että opetukselliset matkailutuotteet kiinnostavat matkailijoita. Etenkin pohjoisessa, arktisella alueella paikallisen kulttuurin sekä luonnon yhteys on herättänyt kiinnostusta. (Olsen ym. 2019, 34–35.) Tämä on huomio, jota ei kannata ohittaa myöskään karjalaisen kulttuurin ja kulttuurisensitiivisyyden kontekstissa.

Jo vuosia Suomen yksi suurimmista vetovoimatekijöistä matkailumaana on ollut puhdas luonto sekä kulttuuri. Koronapandemian myötä nämä sekä vähemmän tunnetut ja turistiset kohteet ovat tulleet matkailijoille ympäri Eurooppaa entistä tärkeämmäksi. Tärkeänä Suomesta kiinnostuneet tai Suomessa käyneet matkailijat pitävät aitoutta. (Bachman & Bosselaar 2022; Business Finland 2019.)

Kaiken kaikkiaan vastuullisuustekijät ovat Suomeen matkustaville tärkeä vaikutte matkan suunnittelun sekä toteutuksen kannalta. Täten luonnon ja kulttuurin, tässä tapauksessa karjalaisen kulttuurin yhdistäminen, opetuksellisten elementtien kanssa voisi toimia esimerkillisenä matkailutuotteena myös kansainvälisille matkailijoille. Tällöin on kuitenkin huomioitava viestinnän ja rehellisesti, avoimesti toteutetun kulttuurisensitiivisyyden tärkeys.

Toisin sanoen kulttuurisensitiivisyys voi toimia erinomaisesti myös matkailualan yritysten kannattavuusaspektista ja tarjonnan sekä kysynnän kannalta tarkastellessa. Kulttuurisensitiivinen matkailu sopii pitkäaikaisten vastuullisuustrendien tueksi ja vie niitä jopa entistä syvemmälle. Etenkin kulttuurimatkailun saralla kulttuurisensitiivisyyden käyttöönotto sekä ilmi tuominen voi toimia arvokkaana kilpailuvalttina. Tämän lisäksi se viestii yrityksen nykyaikaisista arvoista sekä halusta ottaa vastuullisuus huomioon myös muussa kuin ympäristövastuullisuudessa.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan tutkimustyö. Työn avulla tutkitaan, kuinka karjalaista kulttuuria käytetään Suomen matkailussa tällä hetkellä ja kuinka karjalaisia osallistutetaan karjalaiseksi brändätyissä matkailukohteissa. Tämän lisäksi työssä tutkitaan mitä mahdollisia muutoksia tai huomioita karjalaiset toivoisivat, että alamme matkailutoimijat ottaisivat huomioon, jotta muun muassa mahdollista kulttuurillista omimista ei tapahtuisi ja kyseisen kulttuurin käyttö matkailukohteissa olisi mahdollisimman sensitiivistä sekä eettistä.

Seuraavaksi esitellään työssä käytetyt tutkimusmenetelmät sekä kerrotaan, miksi juuri ne tulivat valituiksi. Tämän lisäksi kappaleessa käydään läpi tutkimusmenetelmiin soveltuvat, käytetyt aineistonkeruumenetelmät sekä niiden tarkoitukset. Kappaleessa käsitellään myös, kuinka tutkimus suunniteltiin sekä toteutettiin.

4.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusosio suoritettiin käyttäen niin kvalitatiivisia kuin kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Kvalitatiivisen, toiselta nimeltään laadullisen, tutkimuksen avulla pyritään ymmärtämään tutkittavaa aihetta mahdollisimman syvällisesti. Laadullisessa tutkimuksessa tämä tapahtuu usein ihmisiä ja heidän ajatuksiaan, tapojaan sekä käsityksiään tutkimalla eri menetelmin. Tavanomaisia aineistonkeruumenetelmiä laadullisessa tutkimuksessa ovat muun muassa erilaiset haastattelut, havainnointi sekä dokumenttiaineistojen kerääminen ja analysointi. Näille tyypillistä on menetelmien induktiivisuus, eli johtopäätöksen teko aineistosta, kuitenkin yleistämättä saatuja tuloksia ja löytöjä yleispäteviksi. (Juuti & Puusa 2020, 9–14.)

Kvantitatiivinen tutkimus tarkoittaa puolestaan määrällistä tutkimusta. Määrällisiä tutkimusmenetelmiä suositaan silloin kun halutaan selvittää esimerkiksi syy- ja seuraussuhteita. Kyseiselle tutkimusmenetelmälle ominaista on numeraaliset tuotokset ja niiden analysointi. (Koppa 2015.) Tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä kvalitatiivisessa tutkimuksessa on muun muassa tilastojen, rekisterien ja tietokantojen tutkiminen sekä eritoten kyselytutkimuksien käyttö (Tietoarkisto julkaisuaika tuntematon).

Kahden erilaisen menetelmän käyttöönotto ja toteuttaminen on perusteltua opinnäytetyön luonteen ja aiheen vuoksi. Opinnäytetyön aihe on täysin uusi, eikä sitä ole tutkittu aikaisemmin. Iso osa karjalaisia koskevasta akateemisesta ja tieteellisestä aineistosta on suhteellisen vanhaa, jonka lisäksi kulttuurisensitiivinen matkailu on käsitteenä Suomessa suhteellisen uusi. Nämä tekijät yhdistettynä asetettuihin tutkimuskysymyksiin, jotka koskevat niin karjalaisten ajatuksia, kuin matkailutoimijoiden ja matkailun tarjonnan tilannetta, voidaan molempien menetelmien hyödyntämistä pitää välttämättömänä tarvittavien vastausten saamiseksi. Muutoin todennäköisyys liian yksipuolisista sekä avonaisista, epäluotettavista tuloksista olisi kasvanut tutkimukselle haitalliseksi.

Tavoitteena oli suorittaa tutkimukset siten, että ne niin sanotusti puhuttelevat sekä täydentävät toisiaan. Tarkoituksena ei siis ollut tehdä kahta kokonaan erillistä tutkimusta vaan yhdistää tutkimusmenetelmät toisiinsa siten, että niistä koostui yksi yhtenäinen tutkimuskokonaisuus. Tutkimukset suoritettiin limittäin.

Seuraavissa kappaleissa käsitellään tarkemmin tutkimuksessa käytettyjä aineiston keruu- ja analyysimenetelmiä. Kappaleissa tuodaan myös ilmi, miksi juuri nämä menetelmät valittiin tutkimuksen suorittamista varten ja kuinka niitä on hyödynnetty läpi tutkimustyön. Menetelmiä sekä valintoja tarkastellaan niin niiden teoriaan, kuin opinnäytetyön tavoitteisiin heijastaen.

4.1.1 Puolistrukturoitu haastattelu

Opinnäytetyön kvalitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä toimi puolistrukturoitu teemahaastattelu. Puolistrukturoidulla haastattelulla tarkoitetaan haastattelua, jossa haastattelukysymykset ovat laadittu ennakkoon, mutta joka ei sisällä valmiita vastauksia. Haastattelukysymykset voivat ja usein sisältävätkin kokonaan avoimia kysymyksiä. Tällä tavoin haastateltava saa itse vapauden vastata kysymyksiin avoimesti, itselleen ominaisella ja haluamallaan tavalla, joka puolestaan mahdollistaa haastattelutilanteessa myös sellaisen olennaisen tiedon keruun, jota haastattelija ei itse olisi välttämättä osannut kysyä. Tämän lisäksi kyseiselle haastattelutyypille ominaista on se, että haastattelukysymysten esittämisjärjestyksestä tai -muodosta voidaan tarvittaessa poiketa, mahdollistaen luontevamman keskustelun haastateltavan ja haastattelijan välillä. (Hirsijärvi & Hurme 2008, 47–48; Juuti & Puusa 2020, 111–112; Kallinen & Kinnunen julkaisuaika tuntematon.)

Puolistrukturoitu haastattelu valikoitui laadullisen tutkimuksen tutkimusmenetelmäksi sen tuoman vapauden vuoksi. Opinnäytetyön tutkimuksen kannalta koettiin erityisen tärkeänä, että haastateltavat pystyivät kertomaan ajatuksistaan ja mielteistään omin sanoin. Tämä ei olisi onnistunut mitenkään strukturoidun haastattelun avulla.

Strukturoidut haastattelut ovat luonteeltaan jollain tapaa rajoittuvaisempia. Niille ominaista on tarkkaan ennalta määrätty kysymykset. Kysymyksien esittämistapa ja -järjestys ovat myös tyypillisessä strukturoidussa haastattelussa ennakkoon määritellyt. Tämän lisäksi haastattelussa on usein valmiit vastausvaihtoehdot, eikä haastateltava siten pysty itse sanoittamaan omia ajatuksiaan ja kokemuksiään. (Juuti & Puusa 2020, 111.)

Toisaalta taas täysin avoin, eli täysin strukturoimaton, haastattelu olisi sisältänyt riskin, ettei kaikissa haastattelutilanteissa olisi saatu kerättyä kaikkia tutkimukselle oleellisia tietoja. Avoimessa haastattelussa edetään niin sanotusti tilannekohtaisesti, tutkijan ennalta pohditun aiheen tiimoilta, mutta selkeämpiä teemoja tai aiheita ei ole haastattelutilanteelle ennakkoon asetettu. Strukturoimaton haastattelu muistuttaa eri haastattelutyypeistä kaikista eniten avointa keskustelua. (Juuti & Puusa 2020, 114.)

Myös muilla kvalitatiivisilla tutkimusmenetelmillä, kuten havainnoinnilla ja aikaisempien aineistojen analyysillä olisi ollut opinnäytetyön tutkimuksen kannalta liian suuret riski- ja haittatekijät. Puolistrukturoitu yksilöhaastattelu mahdollisti kaikista vaihtoehdoista luontevimman, avointa keskustelua muistuttavimman haastattelutilanteen siten, että itse tutkimuksen avainaiheet tulivat myös varmudella käsiteltyä. Tämän lisäksi puolistrukturoitu haastattelu mahdollisti tarkentavien kysymyksien esittämisen ja tarvittaessa kysymysten selventämisen (Sarajärvi & Tuomi 2009, 73). Yksilöhaastattelu puolestaan mahdollisti paremman, syvemmän ja intiimimmän yhteyden haastateltavan ja haastattelijan välillä sekä antoi haastattelijalle mahdollisuuden keskittyä vain yhteen tutkittavaan kerralla.

Puolistrukturoitu haastattelu mahdollisti myös niin sanotun eliittivalinnan. Toisin sanoen haastatteluun pystyttiin valitsemaan vain niitä henkilöitä, joiden uskottiin omaavan ennestään tutkimuksen kannalta oleellista ymmärrystä sekä tietämystä aiheesta (Sarajärvi & Tuomi 2009, 74).

Haastattelu koostui noin kolmesta etukäteen mietitystä osasta eli teemasta sekä niille asetetuista alustavista kysymyksistä, joiden avulla pyrittiin varmistamaan, että tutkimuksen kannalta olennaisiin aiheisiin tulee kerättyä vastaukset jokaisen haastattelun aikana. Haastattelussa käytetyt osat voidaan jakaa 1) avoimiin aloituskysymyksiin liittyen haastateltavaan ja hänen taustoihinsa sekä motiiveihinsa 2) Suomen matkailua sekä vähemmistökuultuureita hyödyntävään matkailualan toimintaan ja 3) erityisiin haastateltavan mielessä heränneisiin huomioihin karjalaisuuden tuotteistamisen sekä kulttuurisensitiivisyyden suhteen. Vaikka kysymyksiä sekä haastattelun rakennetta oli mietitty etukäteen, huolehdittiin haastattelun rentoudesta ja avoimuudesta. Tämä tapahtui muun muassa mahdollistamalla esimerkiksi puolistrukturoidulle ominainen siirtyminen osa-alueesta toiseen, mikäli keskustelun aikana vastauksia tuli haastattelurakenteeseen suhteutettuna eri järjestyksessä. Haastattelukysymyksien ennalta mietitty muoto oli myös suuntaa antava, joka tarkoittaa sitä, että keskustelujen lomassa kysymyksiä voitiin esittää myös eri tavoin, mikäli sen katsottiin sopivan paremmin tilanteeseen. Käytännössä ennalta kirjatut haastattelukysymykset toimivat haastattelijalle muistiinpanoina sekä työkaluna keskustelun ohjausta varten. Haastattelukysymykset ja niiden suuntaa antava rakenne on nähtävissä liitteessä 2.

Tarkkaa haastatteluaineiston tavoitemäärää ei määrätty ennalta. Tarvittavan haastatteluaineiston määrän mittariksi otettiin käyttöön kyllästymisilmiö, eli saturaatio. Tämä tarkoittaa sitä, että haastatteluja järjestettiin siihen asti, kunnes kerätty aineisto alkoi toistamaan itseään. Aineiston lopullinen täysi kyllästyminen on kuitenkin usein suhteellisen hankala tavoittaa. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 87.) Tästä syystä sekä opinnäytetyön laajuuden vuoksi tämän laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ollut totaalisaturaatio vaan tietynasteisen kyllästyminen tavoittaminen, jolloin haastattelujen vastaukset tuovat enää vain vähän uutta tietoa, pääosilta toistaen itseään. Haastattelut aloitettiin joulukuussa 2022 ja päätettiin tammikuussa 2023.

Aineiston keräämisen jälkeen haastattelut analysoitiin. Analysointimenetelmänä käytettiin haastatteluille tyypillistä litterointia, eli haastattelun niin sanottua auki kirjoittamista tekstimuotoon sekä teemoittelua (Nikander & Ruusuvoori 2017, 427). Teemoittelulla, eli luokittelulla tarkoitetaan haastatteluaineiston tarkastelua siinä nousevien sekä ennalta määrättyihin aihealueisiin perustuen. Kyseisen analyysimenetelmän keskiössä on eri haastatteluissa löytyvien toistuvien aihealueiden tarkastelu. Nämä haastateltavia yhdistävät aihepiirit sekä haastattelulle asetetut teemat nostetaan esille litteroidusta aineistosta omiksi kategorioikseen. Tällä tavoin aineisto saadaan ryhmiteltyä selkeästi tutkimustulosten tarkempaa tulkintaa varten. (Hirsijärvi & Hurme 2008, 173; Juuti & Puusa 2020, 152–153.)

Haastattelut myös anonymisoitiin osallistuneiden yksityisyydensuojaamiseksi. Anonymisointi tarkoittaa kaikkien niiden tietojen poistamista, joiden kautta osallistuneiden henkilöllisyys voitaisiin tunnistaa. (Nikander & Ruusuvoori 2017, 438.) Käytännössä tämä tarkoittaa henkilötietojen, kuten nimien poistamista aineistosta.

4.1.2 Verkkokysely

Kvantitatiivinen tutkimusosio toteutettiin kyselylomakkeen avulla (liite 3). Määrällisille kyselytutkimuksille tyypillistä on vakioidut kysymykset sekä ennalta määrätyt vastausvaihtoehdot. Avoimia kysymyksiä pyritään puolestaan usein välttämään, kun tarkoituksena on saada numeraalista, tilastotiedoksi soveltuvaa dataa. Tavoitteena määrällisessä tutkimuksessa on lähtökohtaisesti saada mahdollisimman paljon vastauksia, kuitenkin suhteutettuna maksimaaliseen otantamäärään. (Tietokirjasto julkaisuaika tuntematon.) Opinnäytetyön määrällinen kyselytutkimus toteutettiin sähköisenä.

Kyselylomake valikoitui kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimusmenetelmäksi sen mahdollistaman anonyymiteetin vuoksi. Kyseinen tutkimusmenetelmä myös mahdollistaa laadukkaan tutkimuksen toteuttamisen, vaikka kohdejoukko sijaitisi hajautetusti laajemmalla alueella. (Vilkkä 2021, luku 4.) Nykypäivänä tätä tukee erityisesti sähköiset alustat, kuten Webropol, jonka avulla myös tämän työn määrällinen tutkimus tehtiin.

Sähköiseen kyselylomakkeeseen päädyttiin sillä muut tavat, kuten kyselyn toteuttaminen puhelimitse, olisi vienyt työn kannalta huomattavasti enemmän aikaa. Tutkimuksen aihe huomioiden puhe- linhaastattelu olisi voinut myös vaikuttaa osallistujien vastauksiin. Postitse lähetetty kysely olisi puolestaan kuluttanut ajan lisäksi rahaa muun muassa postimaksujen kautta. Perusjoukon maantieteellisen hajanaisuuden vuoksi kasvokkain suoritettuna määrällisen kyselyn toteuttaminen olisi ollut työn laajuuteen nähden liian haastavaa. (Vilkkä 2021, luku 4.)

Kyselylomake koostui kolmesta eri osa-alueesta. Osa-alueet jaettiin niin sanotusti teemoittain, ensimmäisen osuuden ollessa johdatteleva ja sen myötä kevyin sekä lyhyin osa-alue. Seuraavissa osa-alueissa syvennyttiin aiheeseen. Rakenteella pyrittiin tekemään kyselystä mahdollisimman johdonmukainen ja sitä myöten helpottamaan lomakkeen lukemista, ymmärtämistä ja sen täyttämistä. (Vilkkä 2021, luku 4.)

Lomake koostui suurimmilta osin monivalintakysymyksistä. Osa kysymyksistä rajattiin kuitenkin niin, ettei vastausvaihtoehdoista saanut valita kuin yhden vastauksen. Avoimia kysymyksiä pyrittiin välttämään ja niitä oli kyselyssä kaikista vähiten. Avointen kysymysten tarkoituksena oli antaa vastaajille mahdollisuus tarkentaa sekä tarvittaessa selventää antamia vastauksia, mikäli he niin halusivat. Kysymykset pyrittiin muotoilemaan mahdollisimman neutraalisti ja selkeästi, jottei esimerkiksi vastaajan tahatonta johdattelemista tapahtuisi. Kyselyssä ja esimerkiksi juuri kysymysten muotoilussa huomioitiin myös kohderyhmä, joka näkyi konkreettisemmin esimerkiksi käytetyissä sanavalinnoissa sekä siinä mitä termejä avattiin saatekirjeen ja verkkokyselyn kautta ja mitä ei. (Vilkkä 2021, luku 4.)

Itse kysely toteutettiin Webropol -ohjelman avulla, jonka jälkeen se lähetettiin perusjoukolle sähköpostitse toimeksiantajan sähköpostiosoitteesta. Kysely ajoittui tammi-helmikuulle 2023, tarkemmin viikoille 4–6. Perusjoukko koostui noin 20 matkailualan toimijasta, jotka ovat käyttäneet tai käyttävät karjalaisuutta osana brändikuvaa tai tuotteitaan. Maantieteellisesti perusjoukko rajattiin Pohjois-Karjalan maakuntaan. Perusjoukkoon kuuluvat toimijat sekä heidän sähköpostiosoitteensa etsittiin oma-toimisesti. Tarkoituksena oli kartoittaa alueelta kaikki ne toimijat, jotka täyttivät ennalta-asetetut kriteerit karjalaisuuden hyödyntämisen ja sijainnin suhteen.

Toimeksiantaja julkaisi kyselyn myös yksityisessä alueen matkailutoimijoiden yhteisessä Facebook -ryhmässä. Kyselyn jakamisella Facebook -ryhmään sekä toimeksiantajan sähköpostia käyttämällä pyrittiin maksimoimaan tutkimuksen osallistujamäärä aluksi kartoitetusta perusjoukosta. Kuitenkin sen vuoksi, että tutkimus jaettiin myös Facebook -ryhmään on mahdollista, että kyselyyn vastasi myös joku alun perin kartoitetun perusjoukon ulkopuolelta. Täten tarkan toteutuneen perusjoukon määrittäminen on hankalaa. Kyselyn yhteydessä lähetettiin ennalta suunniteltu sekä muotoiltu saatekirje, jossa kerrottiin tarkemmin tutkimuksen tarkoituksesta, yksityisyydensuojasta ja siinä käytetyistä käsitteistä. Sama saatekirje lisättiin myös Facebook -julkaisuun ja siinä kerrottiin tarkasti tutkimuksen koskevan vain alueella toimivia karjalaisuutta kaupallistavia matkailutoimijoita. (Vilka 2021, luku 4.)

5 TUTKIMUKSIEN TULOKSET

Tässä kappaleessa käydään läpi tutkimusaineisto. Aineisto käsitellään tutkimus kerrallaan, aloittaen kvalitatiivisesta tutkimuksesta, eli puolistrukturoiduista haastatteluista. Tämän jälkeen siirrytään käsittelemään suoritettua kvantitatiivista tutkimusta.

Haastatteluja pidettiin yhteensä neljä kappaletta. Määrä ei ole luvultaan kovin suuri, mutta jo neljän haastattelun aikana oli huomattavissa vastausten toistuvuus. Toisin sanoen, vastaukset eivät enää antaneet loppua kohti kovin paljoa lisäarvoa tai tietoa tutkimukselle. Voidaan siis olettaa, että jo neljä eliittivalinnalla suoritettua haastattelua antoivat tutkimuksen kannalta tarvittavan määrän aineistoa sekä tietoa. Tämän lisäksi ajan kuluessa muodostui haasteeksi saada laadulliseen tutkimukseen lisää osallistujia. Haastattelujen lukumäärään vaikutti myös toisen limittäisen tutkimuksen suorittaminen. Nämä kaikki tekijät huomioon ottaen tuntui luontevalta sekä tutkimuksen ja työn etene-
misen kannalta parhaalta päättää haastattelut neljään henkilöön.

Määrällisen tutkimuksen perusjoukko oli kooltaan niin sanotusta normaalista kvantitatiivisesta perusjoukosta poikkeava. Tämä johtui määrällisen tutkimuksen tarkasti rajatusta kohderyhmästä. Tutkimuksen perusjoukko koostui noin kahdestakymmenestä Pohjois-Karjalan alueelle sijoittuvasta toimijasta. Näistä noin 20 toimijasta seitsemän vastasi heille lähetettyyn kyselyyn. Tämä tarkoittaa noin 35 % vastausprosenttia. Täysin todenmukaista vastausprosenttia ei ole mahdollista määrittää sillä tutkimus jaettiin sähköpostiviestien lisäksi aikaisemmin mainitussa, yksityisessä Facebook -ryhmässä.

5.1 Ajatuksia karjalaisilta

Opinnäytetyön kvalitatiivisessa tutkimuksessa nousi aineiston litteroinnin, koodaamisen sekä kategorisoinnin tuloksena esiin kolme vallitsevaa teemaa 1) karjalaisuus matkailussa nyt 2) Kalevalan yhdistäminen karjalaisuuteen ja sen käyttö sekä 3) toiveet kulttuurin kaupallisen käytön suhteen. Osa teemoista pitää sisällään myös yhden tai useamman alateeman. Havainnoinnin helpottamiseksi alapuolelle on lisätty koostetaulukko analysoinnin aikana ilmi nousseista teemoista, alateemoista sekä koodeista. Jokaiseen teemaan mahtui monta erilaista näkemystä, mutta samalla paljon yhteneväisiä ajatuksia. Seuraavissa kappaleissa syvennytään tarkemmin mainittuihin teemoihin ja niiden eri komponentteihin koodeineen sekä sitaatteineen.

TAULUKKO 1. Kvalitatiivisen tutkimuksen teemat ja koodit

Pääteema: Karjalaisuus matkailussa tänä päivänä	Pääteema: Kalevalan yhdistäminen karjalaisuuteen ja sen käyttö	Pääteema: Toiveet kulttuurin kaupallisen käytön suhteen
Tiedon levittäminen	Kalevalan historia ja ideologia	Aitous
Historiallinen konteksti	Kalevalan mytologia ≠ karjalaisuus	Kulttuurin säilytys ja kunnioitus
Bomba kohteena	Karikatyrisointi ja omiminen	Toimijoiden avoimuus
Alateema: Ongelmallisuus		Keskusteluyhteydet
Tiedon puute		Karjalaisten ehdoilla
Estetiikka ja pinnallisuus		Alateema: Kielen tärkeys
Stereotypiat		Kielen heikko asema
Mytologisointi ja karjalaisten esittäminen suomalaisina		Karjalan eri kielet
		Kielten tunnistaminen

Suomen matkailutoimialasta yleisesti puhuttaessa nousi esiin muun muassa viime vuosien aikana alaa paljon myllertänyt COVID-19 pandemia, matkailun suuruus sekä sota.

Se (matkailu) on aina kauhean niinku semmoista isoa ja tavallaan niinku että ei välttämättä osata nähdä (matkailuna) sitä, että mennään käymään siinä naapurikaupungissa jossain semmoisessa pinessä kylä kahvilassa.

Haastatteluissa kävi ilmi, että Suomalaisen matkailun koetaan usein liittyvän joko urheiluun tai pinnallisempiin stereotypioihin. Tämä koski laajasti kaikkea Suomessa tapahtuvaa matkailua. Vastaukset eivät keskittyneet esimerkiksi vähemmistökulttuureihin.

Tulee aina ensimmäisenä mieleen semmosia (lomakesukuksia), joihin liittyy esimerkiksi urheilu (--) kuten Lapin hiihtokeskukset.

Monelta osin minun mielestä se on aika pinnallista (--) toki siis se (matkailutoimiala) on hirvittävän laaja ala, että löytyy kaikenlaista, joka ei menisi tähän minun pinnallisuuden määritelmään, mutta tuntuu että aika paljon siinä korostetaan semmoisia arvoja, banaalin nationalismin symboliikkaan ja ilmentymiin. Ainakin jos mieltii tämmöisestä kulttuuripuolesta mikä nyt oli ehkä se konteksti mihin intuitiivisesti ajauduin tässä. (--) Suomalaisessa matkailussa halutaan viestiä jotain suomalaisuudesta, niin siinä yleensä otetaan todella stereotyyppisiä, aika karikatyyrimaisia ilmentymiä.

Myös Suomen aloittama NATO-prosessi sekä sen tuomat vaikutukset muiden globaalien aiheiden kera herätti pohdintaa. Pohdinta jatkui välillä jopa toimijoiden mahdollisiin haasteisiin navigoida kansainvälisen matkailun saralla, kun ihmisten turvallisuusmielikuva sekä erilaiset rajoitukset ovat lyhyen ajan saatossa muuttuneet.

Varmaan on ollut todella haasteellinen aika koronan takia ja nyt tietysti tän sodan takia. (--) Ja mitä se NATO sit tuo tullessaan niin se on niinku oma luku sinänsä, että tavallaan se semmoinen, semmoinen matkailu (Venäjän ja Suomen välillä) niin on ollut varmaan todella hyvä siinä mielessä, että hehän ovat tuoneet valuuttaa tänne ja saaneet palveluja vastineeksi ja ilmeisesti ovat tykänneet vielä siitä. Nyt kun se on vähentynyt tai pois kokonaan - se on varmaan yrittäjille todella hankala asetelma mieltä mitä tilalle.

5.1.1 Karjalaisuus matkailussa tänä päivänä

Tiedon levittäminen, Bomba matkailukohteena sekä Karjalaisen kulttuuriin ja sitä hyödyntävään matkailuun liittyvä historiallinen konteksti kaikkine ulottuvuuksineen nousivat haastattelujen aikana laajasti esiin. Näiden lisäksi yhdeksi alateemaksi muodostui ongelmallisuus, joka koettiin kietoutuvan eritoten karjalaisuuden tuotteistamisen pinnallisuuteen, vahvoin stereotypioihin sekä valheellisuuteen ja mytologisointiin. Viimeisenä mainittuun liittyy vahvasti Kalevala ja sen ongelmallisuus, mutta kyseinen aihepiiri nousi niin laajasti puheeksi, että se käsitellään opinnäytetyössä kokonaan omana teemanaan (luku 5.1.2.).

Haastateltavat kokivat, että Suomen matkailutoimialalla on erityinen asema muutoin paljon sivuutetun karjalaisuuden ja siihen liittyvän tiedon jakamisen ja kertomisen suhteen.

Karjalaisuuden kohdalla Suomessa siihen matkailuun liittyy oikeastaan semmoinen jännällä tavalla vähän niinku kulttuuria säilyttävä historiallinen elementti, jota minun mielestä ei myöskään ole syytä väheksyä.

Kenties juuri tämän vuoksi tiedonpuute koettiin yhdeksi suurimmista ongelmista ja harmeista. Harta tietopohja voi lumipalloefektin tavoin aiheuttaa laajan listan muita ongelmia. Tiedon puute koettiin olevan syvään juurtunut ongelma.

Tietoa ei ole ole, kun (--) eihän meillä karjalaisuudesta ole opetettu. Ei meidän historiankirjoissa ole tätä, ei meidän äidinkielen tunneilla ole tullut vähemmistökieliä (puheeksi), niin ei varmaan ole vielä kukaan että. Mun mielestä niinku pitäisi vaan enemmän tuoda (karjalaisuutta) matkailussakin esille. Se voisi olla jopa valtti. Kyllä, että kunhan vaan hakee sen oikean tiedon siihen teemaan mitä on tuotteistamassa.

Haastatteluissa kävi ilmi, että tietoa jaettaisiin itse karjalaisten toimesta mielellään, mikäli kuulija olisi valmis vastaanottamaan sitä. Usein kuitenkin koettiin, ettei tällaista valmiutta kaikilla välttämättä ole.

Aina itse tulee kerrottua mielellään asioita. Jos on ihminen, joka on vastaanottavainen ja halukas niitä kuulemaan. Mutta sitten jos lähtökohtaisesti on se asenne, että "mitähän tää tämmönenkin nyt on" (--) niin se on tavallaan se mistä tulee se tiedon jakamisen raskaus.

Monet haastateltavista kokivat heidän parhaimpien kokemuksiensa karjalaisbrändäytyjen matkailukohteiden suhteen sijoittuvan Nurmekseen Bomballe. Bomballa karjalaisuus näkyy arkkitehtuurin lisäksi myös muun muassa karjalankielisissä ruokalistoissa ja kadunnimissä. Eräs haastateltava kuvasi Bombaa ja sen tuotteistamaa karjalaisuutta positiiviseen sävyyn seuraavanlaisesti:

Ummikko suomalainen saa kyllä melkoisen karjalaisuuskylvyn.

Tästä huolimatta koettiin, että myös Bomban kompastuskivi oli tietyltä osaa liika stereotypisointi. Tähän kuitenkin huomattiin vaikuttavan nimenomaan kulttuurillinen historia ja sen luomat reunaehdot, jonka vuoksi Bomban alkuperää voidaan pitää eräänlaisena paikallisen karjalaisyhteisön sopeutumistaktiikkana karjalaisten pitkän hankalan historian jälkeen.

Bomballa (--) halutaan aidosti näyttää karjalaisuuden eri puolia ja kertoa karjalaisuuden historiasta. Siellä esimerkiksi puhuttiin ihmisistä, jotka kuolivat evakkomatallaan. Siellä on muistomerkkejä. Että se ei ole vain semmoista "tässä on kivasti brändätty tätä" vaan siinä on eri puolia. (--) sitä upeaa rakennuskulttuuria ja voi kertoa historiasta ja... Mutta voi kertoa myös niistä synkistä puolista ja olla silleen, että ei se nyt ole kaikki ollut pelkkää iloa.

Yleisesti ottaen isona ongelmana pidettiin kulttuurin pinnalista tuotteistamisesta, jolloin moni haastateltava puhui niin sanotusta estetiikasta. Tämän koettiin kietoutuvan laajasti aikaisemmin mainittuun tiedon puutteeseen tai kenties vähäiseen viitseliäisyyteen hankkia tietoa.

Se on tavallaan tän tuotteistamisen ongelma, että halutaan se estetiikka, mutta ei tietoa.

Koettiin, että vähemmistökuultuurien pintapuolinen tuotteistaminen sekä kulttuurista kiinnostuminen johtaa epätasa-arvoisuuteen, jolloin muun muassa oikeasta, uudesta tiedosta ei haluta maksaa.

(karjalaisia) Käytetään ilmaisina tietopankkeja niin se on hirveän kuluttavaa ja yksi vähemmistöstressin isoja aiheuttajia. (--) Jos vaikka minä teen tuosta nyt jonkun tuotteen ja sitten siitä ollaan silleen, että "ai että onpas hieno. Onpas hieno. Voi että mäkin haluan tommoisen" ja että onko tää joku juttu, niin ylipäätään se on valinta, että haluatko sä jakaa ihmisille siitä mitä sä oot tehnyt ja mitä symboliikkaa joillain asioilla on.

Eräissä haastattelussa nostettiin esiin karjalainen kansanuskonto, joka on luonteeltaan suljettu uskonto. Tämä tarkoittaa, ettei siihen liittyvää symboliikkaa jaeta kaikille, nimenomaan ulkopuolisille. Koettiin, että tietyissä tilanteissa tiedon arvon ja rajojen ymmärtäminen on ei-karjalaisille hankalaa. Pinnallisuudesta annettiin myös esimerkkinä eräs yritys, joka haastateltavan sanojen mukaan

(--) käyttää pseudokarjalankieltä niiden tuotteissa ja sitten vaan sanoo siellä ihmisille, että tää on karjalaa.

Myös karjalaisten yhdistäminen suomalaisiin koettiin potentiaalisesti ongelmallisena sekä loukkaavana. Haastatteluissa tuotiin ilmi niin henkilökohtaisia kokemuksia kuin yleisellä tasolla kommentteja aiheita ajatellen. Koettiin, että karjalaisten esittäminen suomalaisina ylläpitää jo valmiiksi kiistanalaisia asetelmia, kuten sitä, että karelianismin myötä suomalainen kansallismaisema ja -kuva on rakennettu pitkälti karjalaisuudesta.

Usein se karjalaisuus vaan kaapataan saman tien joksikin suomalaisuudessa ja varsinkin jos jossain mainitaan joku "muinais" niinku puhutaan karjalaisuudesta vain muinaisena suomalaisuutena, niin se on niinku heti semmoinen punainen lippu.

Eräs haastateltava nosti ilmi oman matkailukokemuksensa karjalaisuutta hyödyntävässä yrityksessä. Haastateltava oli osallistunut kohteessa erääseen ryhmäaktiiviteettiin, johon osallistui myös muita henkilöitä. Osallistujia oli useasta eri maasta, jonka vuoksi eräs ohjelmapalvelun järjestäjistä kartoitti osallistujien kielitaitoja aktiviteetin ohjaamista varten.

Siellä tuli työntekijä silleen (kysymään) "niin te olette kaikki suomalaisia?" Silleen... Sä olisit voinut muotoilla sen kysymyksen, että "te ymmärrätte kaikki suomea?" Koska tää oli nimenomaan kielikysymys.

Kysymys koettiin loukkaavana sekä ajattelemattomana. Haastatteluissa tuotiin ilmi toive inklusiivisemmasta toiminnasta, myös puheen tasolla, jolloin myös erilaiset kansalaisuudet voitaisiin pyrkiä ottamaan paremmin huomioon.

5.1.2 Kalevalan yhdistäminen karjalaisuuteen ja sen käyttö

Kuten aiemmassa kappaleessa mainittiin, nousi mytologia yhdeksi tuotteistamisen isoista riskitekijöistä aineistoja käsitellessä. Mytologia kytkeytyi suurelta osalta Kalevalaan keskusteluiden aikana. Aihe herätti useissa tilanteissa paljon voimakkaita tunteita, joka korosti asian tärkeyttä sekä kenties arkuutta. Tämän tulkitsemisen mahdollisti niin haastateltavien äänen kuuleminen kuin kehonkielen näkeminen videopuhelujen välityksellä.

Kalevalla on historian saatossa lyöty karjalaisia niin paljon, että (--) Kalevalanpäivä ei ole meille mikään juhlapäivä vaan se on vihapuheenpäivä.

Haastattelujen perusteella kävi ilmi, että moni koki Kalevalan virheellisesti edustavan karjalaisuutta suomalaisille. Samaan aikaan kuitenkin tunteita herätti esimerkiksi tieto siitä, että Kalevalaa kaupallistetaan ilman, että karjalaisia ja heidän yhteyttänsä eepokseen tuodaan selvästi ilmi. Jälleen kerran voidaan huomata kytkös sekä tiedon puutteeseen että oikean tiedon jakamiseen asiakkaille.

Otetaan se Kalevala, yhdistetään se karjalaisuuteen, yhdistetään se mytologiaan, mutta sitten se yhdistetään myös siihen kansanrunouteen suoraan, vaikka sen Kalevalan teksti on nimenomaan Elias Lönnrotin muokkaamaa aineistoa. (--) Toi on niinku ihan todella räikeää karelianistista sitä stereotyyppisointia ja historian niinku todella räikeää ja törkeää väärinkäyttöä ja sitten se vielä niinku halutaan kaupallistaa tää koko arvoton roska niin (--) nää on valheellisia asioita. Nää ei oo totta.

Tuotteistamisessa ongelmana nähdään nimenomaan useamman eri elementtien yhdistäminen keskenään, etenkin kun niiden historiasta tai muusta alkuperästä ei kerrota avoimesti tuotteistamisen yhteydessä. Täten itse Kalevalaa ei välttämättä nähdä niin ongelmallisena, mutta se kuinka sitä käytetään vaikuttaa mielikuviin ja kokemuksiin vahvasti.

Jos kerrottaisiin (--) oikeasti niitten (karjalaisten) laulajien tarinaa niin sen mä voisin hyväksyä paljon paremmin. Mutta (--) että Kalevala tommoisena myyttisenä eksotisoinnin välineenä, niin se ei tarvitse yhtään enempiä tilaa suomalaisessa matkailussa.

Haastattelujen yhteydessä tuotiin esiin Kalevalan historia sekä sen ideologiset taustat. Näiden jättäminen keskustelun ulkopuolelle, sekä niiden tukeminen koettiin haitalliseksi. Aiheesta puhuessa pystyi haastattelutilanteessa selkeästi huomaamaan erään haastateltavan turhautumisen. Turhautuminen kytkeytyi nimenomaan teoksen historiaan ja tarkoituksiperiin sekä siihen, että eeposta käsitellään edelleen joissain tapauksissa suorana karjalaisuuden ilmentymänä.

Puhutaan (--) mytologiasta kun Kalevala ei ole mikään uskonnollinen teksti. Se ei ole mikään aito kansankulttuurin ilmentymä vaan se on 1800-luvun suomalaisen nationalismin kontekstissa tehty kaunokirjallinen teos.

5.1.3 Toiveet kulttuurin kaupallisen käytön suhteen

Haastattelujen aikana keskustellessa siitä, kuinka kulttuuria olisi hyvä käyttää ja mitä siinä erityisesti kannattaisi ottaa huomioon, jakoi jokainen osallistuja omia ajatuksiaan avoimesti sekä silmin nähdessä mielellään. Aineistoja analysoidessa pääteemaksi muodostui toiveet kulttuurin kaupallisen käytön suhteen. Tämän teeman niin sanotuiksi avainsanoiksi nousi aitous ja avoimuus. Muita pääteemaan sisältyneitä koodeja on karjalaisen kulttuuriin näkyväksi tekeminen, keskusteluyhteydet sekä verkostot ja karjalaisten ehdoilla tekeminen – nimenomaan yhteisön ehdoilla yksilöiden sijaan.

Aitous oli jokaisessa haastattelussa yksi ensimmäisistä asioista, joista tutkimukseen osallistuvat mainitsivat, oli aiheena sitten kehitysideat tai ei. Termiä pidettiin varsin abstraktina eikä aitoudelle löytynyt yhtä tiettyä määritelmää. Tutkimuksessa kävi kuitenkin selkeästi ilmi aitouden yhteys karjalaisten omiin kokemuksiin sekä tietoon.

Kun menee sinne kohteeseen niin ei näkisi valheita. (--) Se loisi palvelun käyttäjänä semmoisen inklusiivisen olon taas laajemmassa kontekstissa.

Tarkoituksenmukaisuudella ja toimijoiden puolesta kumpuavalla aidolla halulla toteuttaa liiketoimintaa eettisesti koettiin olevan suuri merkitys.

Kun se tehdään niinku vilpittömästi ja aidosti ja siellä on se oikea tieto, että se, joka sen toteuttaa, tekee, hankkii sen tiedon, että miten se aidosti ja oikeasti siellä kulttuurissa on. (silloin) Siinä ei ole mitään pahaa.

Termin haasteellisuuden vuoksi haastateltavien kuvaukset siitä mikä on aitoa ja mikä ei tapahtui suurelta osin käytännön esimerkkejä kuvailemalla. Näissä esimerkeissä puolestaan korostui usein toive siitä, että karjalaisuus nähtäisiin niin sanotusti muunakin kuin karjalanpiirakoina ja että toiminta pohjautuisi tietoon, mieluusti kytkeytyen perinnekulttuuriin sekä kansan historiaan.

Jos ajatellaan ruokakulttuuria niin karjalaiset on hyvinkin herkkiä sanomaan, että jos karjalanpaisti ei ole oikealla tavalla tehty (--) ja siihen pitäisi mun mielestä matkailussa kiinnittää huomiota, että aitoa pitäisi olla.

Aito... pitää onkia se tieto. Että mikä on se aito maku ruuissa ja minkä näköistä se on jopa. (--) Kyllä ne (karjalaiset) motkottaa sitten ja jaloillaan äänestävät (--) jos ei se ole sellaista kuin pitäisi olla.

Lisäksi koettiin erityisen tärkeänä, että karjalaista kulttuuria tehtäisiin entistä enemmän näkyväksi. Kuten aikaisemminkin on tullut esille, karjalaiset kokevat, että matkailulla on erityinen asema kyseisen vähemmistökulttuurin tiedon levittämisessä, mutta myös kulttuuriperinnön ylläpitämisessä. Kenties juuri tämän vuoksi aitoa tietoa ja halua harjoittaa kulttuurisensitiivistä liiketoimintaa pidettiin haastatteluissa tärkeänä.

Matkailukonsepti ja se yrittäjätoiminta on ikään kuin... nivoutuu aika luontevasti osaksi sitä aitoa niinku paikallisen kulttuurin ja tradition jatkumoa.

On hirmu paljon kaikkea muitakin karjalaisia leivoksia kuin pelkästään piirakat, että kaikki semmoisen säilyminen oli tosi hyvä.

Toisaalta tämän aidon tiedon kannalta pidettiin oleellisena, että alan toimijat pyrkisivät parhaansa mukaan tekemään yhteistyötä itse karjalaisten yhteisöjen kanssa. Haastatteluissa saivat kehuja ne toimijat, jotka tekevät tätä jo nyt. Kyseisiä verkostoja pidettiin erityisen arvokkaina ja lähtökohtina mahdollisimman aidolle ja todenmukaiselle karjalaisuuden representaatiolle.

Keskustelua siinä tarvittaisiin varmaan ennen kaikkea.

Moni toi ilmi kokevansa, että sen lisäksi että toimijoilla on usein liian vähän tietoa, on aiheesta harmillisen usein hankala keskustella niin sanotussa yritysmaailmassa. Tämän pohjalta matkailualan toimijoille esitettiin toiveita kohdata myös uudet ja kenties epämurkavat keskustelut avoimemmin ja rohkeammin. Kaiken kaikkiaan karjalaiset kokivat kaipaavansa heidän ehdoillansa luotuja matkailupalveluita ja -tuotteita. Tämä tulisi kuitenkin toteuttaa niin sanotusti yhteisö edellä, sillä liian yksilökeskeinen näkemys tuo omat haittansa. Yksi ihminen ei voi edustaa koko kansaa.

(--) pitää miettiä sitä vähemmistöä nimenomaan yhteisönä, että sen pitäisi olla sille yhteisölle hyödyllistä, koska liian semmonen individualistinen näkökulma on näissä asioissa aika yleinen, mutta tosi haitallinen. (--) sitten hänellä (yksittäisellä karjalaisella) olisi ikään kuin oikeus käyttää kulttuuria niin eksponentiaalisesti, jopa negatiivisesti, kuin haluaa (--). Niin tavallaan se perusajatuksen pitäisi olla se yhteisön arvostaminen ja yhteisölähtöisyys.

Toiveiden omaksi alateemaksi muodostui Karjalan kielen tärkeys. Erityisesti kielen heikko asema ja yleisesti ottaen puutteellinen tietämys herätti ajatuksia. Eräs haastateltava vertasi karjalan kielen heikkoa asemaa paljon useammin yhteiskunnallisissakeskusteluissa nousevaan saamen kieleen.

Karjalaista kulttuuria ei oteta tasavertaisesti huomioon ja tän kielen kohdallahan se näkyy siinä, että saamelaisillahan on tää kielilaki, joka sitten velvoittaa yhteiskuntaa (--) tekemään toimenpiteitä kielen eteen, mutta kun karjalan kieli... niin ei ole.

Karjalan kieli sekoitetaan usein keskenään karjalan murteen kanssa. Suomessa moni myös pitää karjalan kieltä edelleen murteena, vaikka kyseessä on oma kieli. (Torikka 2004.) Karjalan kieliä on kaiken lisäksi useita ja niiden käyttö jakautuu perinteisesti alueittain. Haastatteluissa tuotiin ilmi muun muassa toive näiden eri karjalan kielten esille tuomisesta.

Minusta olisi hirveän hyvää, että kaikkia (karjalan kieliä) käytettäisiin tasapuolisesti ja sitten aina mainittaisi, että tämä on vaikka Vienan karjalaista kulttuuria ja tämä Livvin karjalaista, että nekin sitten tuota tulisi ihmisille tutuksi, että meillä on vielä 3 eri kieltä.

Ehdotettiin muun muassa, että mikäli paikan päällä käytetään karjalan kieltä, oli se sitten puheessa taikka painettuna tekstinä, lisättäisiin jonnekin maininta siitä mikä karjalan kieli on kyseessä. Tämä lisäisi ymmärrystä ja tietämystä heille keille karjalaisuus kielineen ei vielä ole niin tuttua.

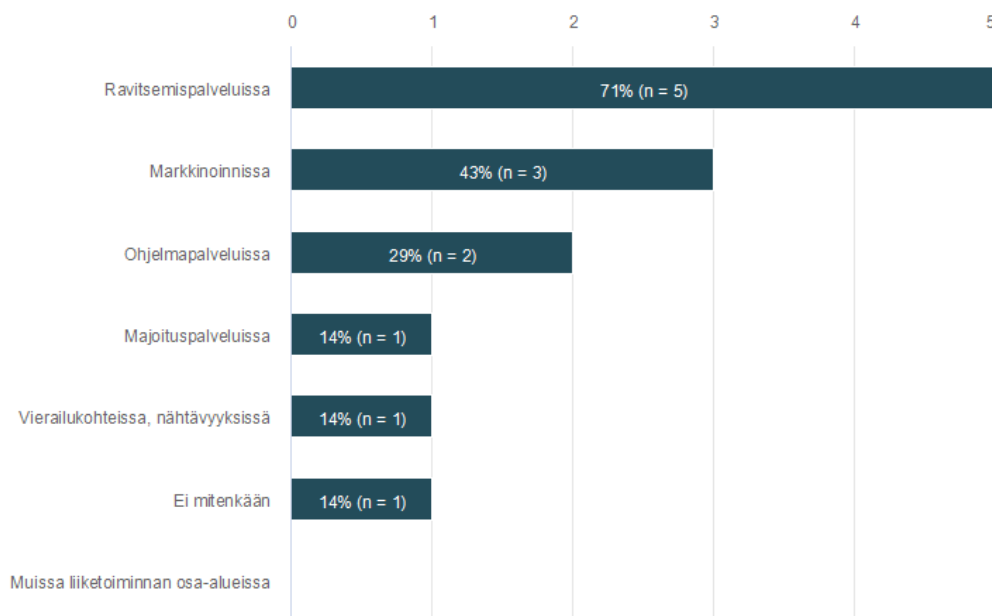
5.2 Karjalaisuus osana matkailubrändiä ja -tuotteita

Laadullisen tutkimuksen lisäksi toteutettiin määrällinen tutkimus. Kyseinen tutkimus oli suunnattu matkailualan toimijoille käsitellen karjalaisuuden käyttöä kaupallisessa liiketoiminnassa. Tässä kapaleessa käydään läpi kvantitatiivisen tutkimuksen tulokset ja löydökset. Tarvittavat tulokset muutettiin Webropol -ohjelman avulla grafiikoiksi, jotta tulosten havainnollistaminen sekä sisäistäminen olisi helpompaa.

Tulokset käydään läpi kronologisesti, kyselyn mukaisessa esittämisjärjestyksessä. Ensimmäisenä kyselyssä haluttiin kartoittaa toimijoiden perustietoja. Vastaajien anonymisyyden vuoksi perustiedot rajoittuivat kuitenkin toimijoiden sijaintiin. Vastaajat sijoittuivat maantieteellisesti Nurmekseen, Heinävedelle, Ilomantsiin, Joensuuhun, Lieksaan sekä Rääkkylään. Toisin sanoen vastauksia saatiin puolista Pohjois-Karjalan kunnista. Yksityisyyden suojaamiseksi vastausten jakautumaa paikkakunnittain ei jaeta julkiseen tietoon.

Perustietojen jälkeen kartoitettiin karjalaisuuden näkyvyyttä niin yleisesti ottaen liiketoiminnassa kuin myös tarkemmin tarjotuissa palveluissa. Tarkoituksena oli saada mahdollisimman selkeä kuva siitä, kuinka karjalaisuutta käytetään kaupallisessa liiketoiminnassa ja kuinka karjalaisuus ilmenee karjalaisbrändätyissä kohteissa.

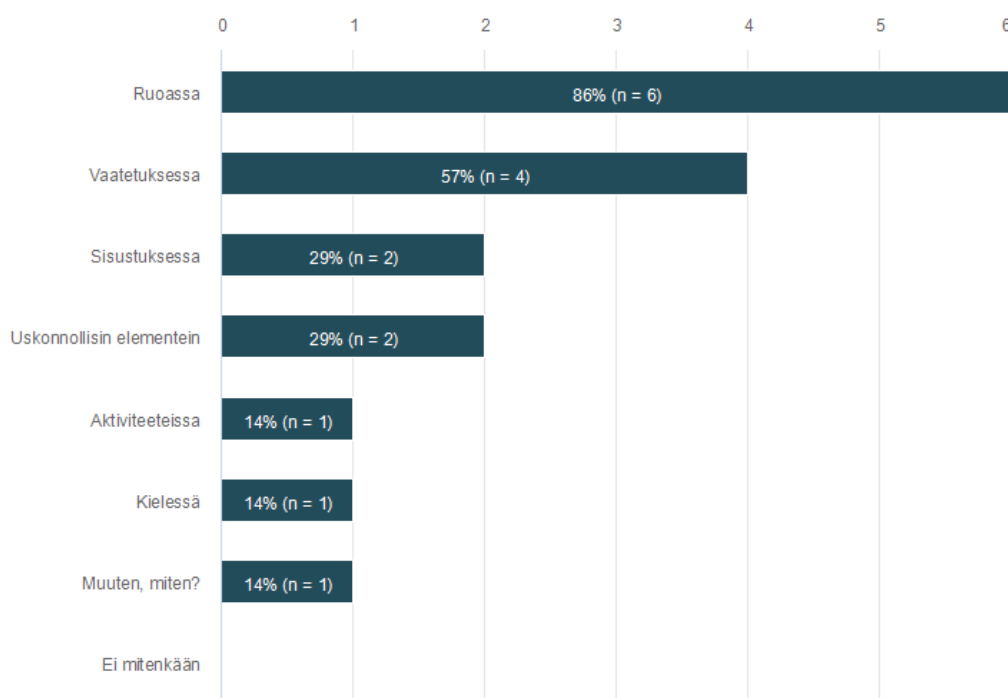
Vastauksia tuli laajasti kaikkiin vaihtoehtoihin. Nämä sisälsivät myös yhden ”Ei mitenkään” -vastauksen vaikka kysely oli lähetetty heille, joiden tiedettiin harjoittavan tai harjoittaneen liiketoimintaa käyttäen karjalaisuutta. Tätä painotettiin myös tutkimuksen yhteydessä lähetetyssä saatekirjeessä. Eniten karjalaisuutta käytetään vastausten perusteella ravitsemispalveluissa 71 % ja toiseksi eniten markkinoinnissa 43 %. Kolmanneksi asettui ohjelmopalvelut 29 %.



KUVA 3. Karjalaisuuden näkyvyys liiketoiminnassa (n=7).

Palveluita tarkastellessa karjalaisuus näkyi tutkimuksessa ylivoimaisesti ravitsemus- ja ruokapalveluissa prosenttimäärän yltäen 86 %. Tulos sopii hyvin yhteen liiketoiminnan jakautuman kanssa. Toiseksi eniten karjalaisuus ilmeni palveluiden aikaisessa vaatetuksessa 57 %. Sisustus- ja uskonnolliset elementit saivat molemmat 29 % vastauksista. Vastaajista vain yksi vastasi karjalan kielen näkyvän palvelutoiminnan kielessä. Yhden vastaajan sai myös aktiviteetit. Aikaisemmin ”ei mitenkään” vastauksen valinnut toimija valitsi palveluiden kohdalla vastausvaihtoehdon ”muuten miten” ja kertoi valinnastaan seuraavanlaisesti:

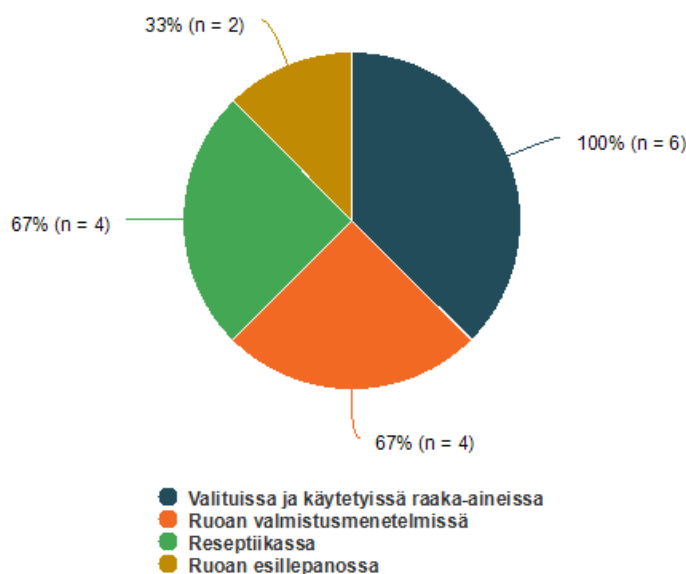
Yhteys kulttuuriin, joka tulee luonnostaan koska olen Pohjois-Karjalainen. En markkinoi omia palveluita erityisesti karjalaisuuteen vedoten.



KUVA 4. Karjalaisuuden näkyvyys palveluissa (n=7).

Aikaisemmista vastauksista riippuen vastaajat ohjattiin joko tarkentaviin lisäkysymyksiin tai eteenpäin kyselyn seuraavaan osioon. Tarkentavia kysymyksiä tuli, mikäli vastaaja valitsi vastausvaihtoehdon "ruoassa" tai "kielessä". Yksi vastaaja kertoi kielen näkyvän palveluissaan. Tarkentavista vastausvaihtoehdoista hän kertoi kielen näkyvän karjalankielisissä opasteissa, nimissä tai muissa teksteissä sekä kirja- ja/tai lehtivalikoimassa. Näiden lisäksi tarkentavana vastausvaihtoehtona olisi ollut henkilökunnan kielitaito, mutta tätä ei valinnut kukaan.

Kaikki vastaajat, jotka kertoivat tuotteistavansa karjalaisuutta ruokapalveluissa, vastasivat kulttuurin näkyvän nimenomaan ruoan raaka-aineissa. 67 % vastasi karjalaisuuden näkyvän myös ruoan valmistusmenetelmissä sekä reseptiikassa. Ruoan esillepanossa karjalaisuus ilmeni 33 % vastaajista.



KUVA 5. Karjalaisuuden näkyvyys ruoassa (n=6).

Kyselyssä annettiin vastaajille mahdollisuus kertoa omin sanoin, kuinka karjalaisuus näkyy palveluissa tai liiketoiminnassa. Vastauksia tuli muutamia. Pääasiassa ne koskivat nimenomaan ravitsemuspalveluiden toimintaa.

Kuulumme Karelia a la carte verkostoon ja toteutamme verkoston arvoja.

Paikallisia luonnon raaka-aineita, perinne leivonnaisia.

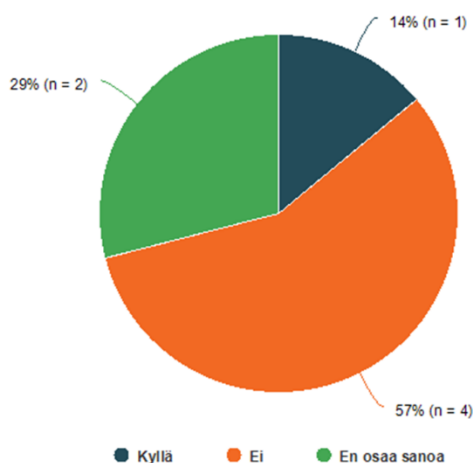
Näiden lisäksi avoimen vastauksen jätti myös vastaaja, joka aikaisemmin kertoi toimintansa perustuvan Pohjois-Karjalan luontoon ja kulttuuriin, muttei varsinaisesti karjalaisuuteen.

En tuo erityisesti esille omaa karjalaisuutta suhteessa omaan yritystoimintaani, mutta se on kuitenkin osa sitä mitä olen ja sitä kautta voi näkyä tarjoamissani palveluissa. Se on osa maailmankuvaa ja sitä miten olen rakentunut ihmisenä, joten kyse ei ole mistään irrallisesta asiasta, vaan aspektista joka sekoittuu kaikkialle.

Avoimen osion jälkeen kyselyssä siirryttiin liiketoiminnan sekä palveluiden konkreettisesta osiosta edellä mainittujen suunnitteluun sekä kehitykseen. Osion tarkoituksena oli kartoittaa, onko liiketoiminnan tai palveluiden suunnittelussa tai kehityksessä ollut mukana karjalaisia ja mikä toimijoiden tahtotila tällaiseen olisi. Tällä pyrittiin kartoittamaan vastauksia opinnäytetyön toiseen alkuperäiseen tutkimuskysymykseen.

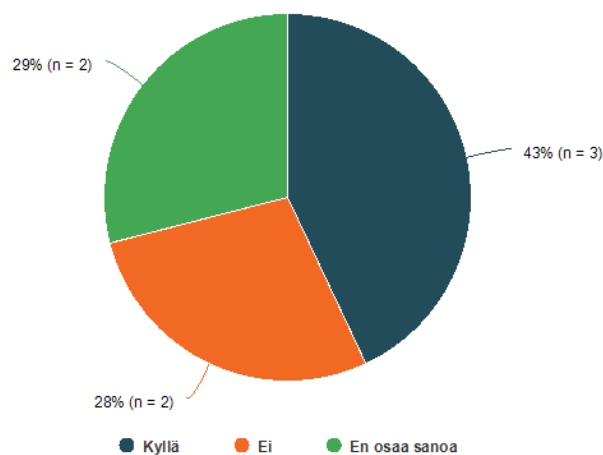
Ensimmäinen kysymys koski nimenomaan liiketoiminnan suunnittelua, eli potentiaalisesti toiminnan alkuvaihetta. Vain yksi kyselyyn osallistuneista (14 %) vastasi, että liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa on ollut mukana myös karjalaisia. 59 % puolestaan ilmoitti, ettei liiketoiminnan suunnitteluvaiheessa ole ollut mukana yhtään karjalaisista henkilöä. Väliin jääneet 29 % toimijoista ei tiennyt suunnitteluvaiheen tilannetta. Huomattavaa on, että ainoa myöntävästi vastannut toimija tarkensi yrityksellä olevan selkeä yhteys karjalaisuuteen.

Yrittäjän omat sukujuuret on karjalasta.



KUVA 6. Karjalaisten osuus liiketoiminnan suunnittelussa (n=7).

Seuraavaksi pyrittiin tarkastelemaan yrityksen tämänhetkistä tilannetta kartoittamalla yrityksen työntekijöitä. Tämä tehtiin, kysymällä työskenteleekö yrityksessä tällä hetkellä karjalaisia. Hieman alle puolet vastanneista 43 % ilmoittivat yrityksessä olevan tälläkin hetkellä karjalaisia työntekijöitä. 28 % toimijoista harjoittaa liiketoimintaa niin ettei karjalaisia ole palkkalistoilla. Epävarmoja tämänhetkisestä tilanteesta oli 29 %.

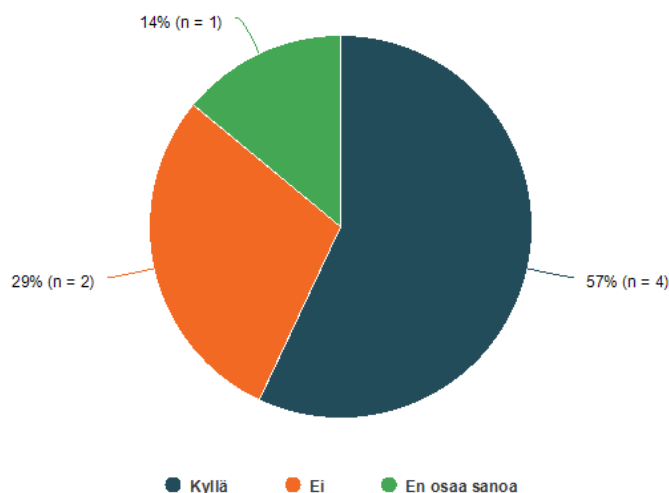


KUVA 7. Karjalaisten osuus yrityksen työntekijöissä (n=7).

Viimeisenä toimijoilta kysyttiin, onko karjalaisia osallistunut jossain muussa vaiheessa toiminnan ja palveluiden kehittämiseen. Tarkoituksena oli saada selville karjalaisten osallistumismäärää niin sanotusti normaalien palkkalistojen ja yritystoiminnan suunnitteluvaiheen ulkopuolelta. Tällaista osallistumista voisi olla muun muassa erilaiset yhteis- ja konsultointityöt. Kyseiset roolit eivät välttämättä

tule ilmi tarkastellessa esimerkiksi aktiivisesti palkkalistoilla olevia henkilöitä vaan ilmenevät esimerkiksi kausittain tai kun toiminnassa huomataan olevan erityinen kehittämisen tarve ja projektiin halutaan tuoda mukaan myös muita henkilöitä.

Vastauksissa voidaankin huomata olevan selkeä ero liiketoiminnan suunnitteluosioon (kuva 6). Toimijoista yli puolet 57 % ilmoitti liiketoiminnan ja palveluiden kehittämistyössä olleen mukana karjalaisia henkilöitä. 2 vastaajaa eli noin 29 % vastasi kysymykseen kieltävästi ja 14 % ei tiennyt yrityksensä tilanteesta.



KUVA 8. Karjalaisten osallistuminen liiketoiminnan ja palveluiden kehityksessä (n=7).

Myöntävästi vastanneille annettiin mahdollisuus kertoa, millaista tämä osallistuminen on ollut. Kaikki eivät halunneet avata vastaustaan. Muutama avoin vastaus kuitenkin saatiin. Niissä kerrottiin muun muassa yhteistyöstä eri karjalaisartistien kanssa kuin konsultointityöstä. Alla ote eräästä vastauksesta.

Konsultointi apuna tarinoiden ja sisältöjen tarkastuksessa sekä käännöksissä.

He, jotka vastasivat kysymykseen kieltävästi, ohjattiin vielä yhteen lisäkysymykseen. Tämän kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa toimijoiden halukkuutta ja valmiutta osallistuttaa karjalaisia henkilöitä karjalaisuutta hyödyntävien tuotteiden ja palvelujen kehityksessä taikka ideoinnissa. Vastauksia pyydettiin yhteensä kahdelta henkilöltä. Vastausvaihtoehdot olivat samat kuin aikaisemmassa kysymyksessä. Vastaukset jakoutuivat tasan "en" ja "en osaa sanoa" vastausten välille. Kumpikaan vastaajista ei tarkentanut vastaustaan annetulla avoimella tekstivastausvaihtoehdolla.

6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä kappaleessa syvennytään niin itse tutkimukseen ja tutkimusprosessiin kuin tutkimustuloksiin. Tarkoituksena on tarkastella tuloksia ja koota aineistosta yhteneväiset johtopäätökset. Näitä löydöksiä sekä johtopäätöksiä läpikäydessä palataan aikaisemmin käsitellyyn teoriaan tuloksia niihin heijastellessa. Ennen johtopäätöksiin pureutumista, on kuitenkin tärkeää palata myös työlle alussa asetettuihin tutkimuskysymyksiin.

Tutkimuksella oli tarkoitus selvittää, kuinka karjalaista kulttuuria käytetään Suomen matkailussa tällä hetkellä sekä kuinka karjalaiset itse kokevat nykyhetken tilanteen. Tämän lisäksi tarkoituksena oli selvittää, kuinka paljon karjalaisbrändätyissä matkailukohteissa on töissä tai jollain muulla tapaa vaikuttamassa karjalaisia. Tutkimuksella tarkasteltiin kuinka karjalaisia voitaisiin ottaa enemmän mukaan kulttuurin tuotteistamisen suunnitteluun ja kuinka huolehditaan siitä, että Suomessa markkinoitu karjalainen matkailu on oikeasti kulttuurillisensitiivistä.

6.1 Haastatteluiden johtopäätökset

Kvalitatiivisen tutkimuksen kannalta olennaisia tutkimuskysymyksiä olivat kuinka karjalaiset kokevat suomalaisen karjalaisbrändätyn matkailun nykyhetkisen tilanteen sekä kuinka matkailusta voitaisiin tarvittaessa kehittää kulttuurisensitiivisempää. Jälkimmäinen painottuen nimenomaan karjalaisuuteen ja sen kaupallistamiseen matkailutoimialalla.

Tuloksia tarkastellessa voidaan huomata, että tämänhetkisessä tilanteessa on paljon vaihtelua. Osa toimijoista sai huomattavasti enemmän positiivista palautetta, kun taas osa selkeästi enemmän niin sanottuja risuja. Kehitysehdotuksia esitettiin haastatteluissa kuitenkin yleisesti kaikille matkailutoimialalla toimiville. Tulosten perusteella voidaan päätellä, että tarvetta yhtenäisemmälle karjalaisuuden kulttuurisensitiiviselle tuotteistamisen kehittämiseksi on. Erityisesti kehitystä tarvittaisiin oikean tiedon määrän kanssa. Tämän lisäksi vastauksista voidaan huomata tarve laajemmalle sekä syvemmälle karjalaisen kulttuurin ymmärtämiselle ja sen erottamiselle suomalaisesta kulttuurista. Toisin sanoen karjalaiset kaipaivat kulttuuriaan kohtaan enemmän kunnioitusta ja arvostusta sellaisenaan kuin se on, heidän omana kulttuurinaan.

Yllä mainitussa kehitystoiveissa voidaan huomata selkeitä yhtäläisyyksiä kulttuurisensitiivisen matkailun pääpiirteiden kanssa. Näihin pääpiirteisiin kuuluu muun muassa kulttuurien välinen sekä sisäinen ymmärrys ja kunnioitus. Toiveiden suora yhtenäisyys kulttuurisensitiivisen matkailun teoriaan ja aineistojen tarkempi analyysi antavat selkeän kuvan siitä, ettei kulttuurisensitiivisyys karjalaisbrändätyissä matkailukohteissa sekä -palveluissa yleisesti ottaen näy.

Tiedon ja sen näkyvyyden lisääminen niin yrityksen sisäisessä kuin ulkoisessa toiminnassa on teorian lisäksi myös vastausten perusteella ylivoimaisin ja merkittävin ensiaskel kohti kulttuurisensitiivisempää karjalaisuuden tuotteistamista. Muita keinoja luoda toiminnasta kulttuurisensitiivisempää on aito valmius ja halu yhteistyöhön karjalaisten kanssa sekä vähemmistökansan ehdoilla tekeminen. Tämä tarkoittaa myös yhteistyön aikana tapahtuvaa arvostuksen osoittamista muun muassa palkan tai muun sovitun selkeän hyvityksen antamisena.

6.2 Kyselyn johtopäätökset

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla pyrittiin hakemaan vastauksia siihen, kuinka karjalaista kulttuuria käytetään Suomen matkailussa tänä päivänä. Tämän lisäksi selvitettiin onko karjalaisbrändätyissä matkailukohteissa tällä hetkellä vaikuttamassa karjalaisia henkilöitä vai tapahtuuko toiminta esimerkiksi kokonaan suomalaisten tekemänä. Eri tapoja, joilla karjalaisten voitaisiin ajatella olevan mukana toiminnassa, on muun muassa niin sanottuna vakituisena henkilöstönä oleminen yrityksessä tai erilaisiin konsultti- ja projektitöihin osallistuminen.

Matkailutoimialalla karjalaisuutta käytetään tällä hetkellä eniten ravitsemis- ja ohjelmapalveluissa sekä yleisesti ottaen markkinoinnissa. Käytännössä tämä näkyy eniten ruoissa sekä vaatetuksessa. Tietynlainen syvyys, kuten karjalan kielen hyödyntäminen on puolestaan harvinaisempaa.

Karjalaisten osallisuudessa yritysten toiminnassa pystytään havaitsemaan suuria eroja. Tutkimustulosten perusteella suurin osa matkailutoimialan karjalaisbrändätyistä toiminnasta on suunniteltu ilman karjalaisia. Karjalaisuutta hyödyntävät yritykset ovat siis pitkälti suomalaisten kehittämiä ja ylläpitämiä. Huomattavaa on, että karjalaisia on kuitenkin kahdessa viidesosassa yrityksistä ja vielä useampi toimija ilmoitti karjalaisten osallistuneen toiminnan tai palveluiden kehittämiseen muilla tavoin. Tähän voidaan katsoa lukeutuvan muun muassa aikaisemmin mainittu konsulttityö. Tästä voidaan päätellä, että vaikka monet karjalaisuutta käyttävät yritykset ovat aloittaneet toimintansa ilman karjalaisten osallistuttamista, on moni ottanut heidät huomioon jossain vaiheessa liiketoiminnan elinkaarta.

Toisaalta niistä toimijoista, jotka vastasivat, etteivät karjalaiset ole osallistuneet liiketoimintaan millään tavalla, kukaan ei vastannut myöntävästi, kun kysyttiin mahdollista tahtotilaa heidän osallistamiseksi tulevaisuudessa. Kukaan kysymykseen 12 (liite 3) vastanneista ei myöskään vastannut vapaavalintaiseen jatkokysymykseen, jossa omasta vastauksesta ja ajatuksista olisi voinut kertoa lisää. Potentiaaliset syyt näiden vastausten takana eivät siis selvinneet tämän tutkimuksen perusteella. Tämä ei kuitenkaan heikennä tutkimuksen tuloksia sillä kyseisten taustasyiden selvittäminen ei ollut yksi kyselyn tavoitteista. Mahdollisia syitä näihin vastauksiin voidaan olettaa olevan monia, mutta tässä tutkimuksessa saadulla tiedolla ei voida tehdä suoria johtopäätöksiä potentiaalisista taustasyistä. Muiden vastausten perusteella voidaan kuitenkin pohtia olisiko esimerkiksi vähäinen tietoisuus aiheesta sekä sen tärkeydestä yksi syy epäroinnille ja kielteisille vastauksille.

6.3 Yhteenveto

Kaiken kaikkiaan tutkimustulosten voidaan katsoa tukevan teoriaa, siltä osin kuin aikaisempaa aineistoa on löytynyt. Muun muassa karjalaisuuden käytöstä Suomen matkailutoimialalla ei ole tehty vielä samankaltaisia tai sivuavia kartoituksia ja tutkimuksia. Tämän vuoksi peilattava aineisto jää osittain suppeaksi. Olemassa oleva teoriakehys muun muassa kulttuurisensitiivisyydestä ja vähemmistökansoista kuitenkin tukee näiden tutkimuksien kautta saatua uutta aineistoa.

Tällä hetkellä kulttuurisensitiivisyyden taso karjalaisuutta hyödyntävien yritysten toiminnassa ei ole tarvittavan hyvällä tasolla ja sen vuoksi toimintaan kaivataan karjalaisten puolesta kovasti kehitystä. Kvantitatiivisen tutkimuksen perusteella voidaan olettaa, että jonkinlaiset valmiudet suurimmalla

osalla toimijoista kulttuurisensitiivisyyden kehittämiseen on. Vaihtoehtoja siihen miksi nämä valmiudet eivät ole toistaiseksi päässeet toteutumaan käytännössä, on monia. Yksi niistä voi olla toimijoiden oma tietotaidon puute siitä, kuinka nykyisiä jo olemassa olevia valmiuksia ja resursseja voitaisiin hyödyntää kulttuurisensitiivisemmän toiminnan kehittämiseen. Toisena potentiaalisena syynä voidaan pitää kulttuurisensitiivisen konseptin uutuutta Suomen matkailussa.

Isoimpia kipupisteitä kulttuurisensitiivisyyden tiellä tulosten analysoinnin perusteella ovat tiedon puute, vanhat stereotypiat ja uskomukset. Viimeisinä mainittuihin kuuluu muun muassa mytologian yhdistäminen karjalaisuuteen sekä esimerkiksi karjalaisten esittäminen suomalaisina. Karjalaisten ja matkailualan toimijoiden kanssa tapahtuva yhteistyö sekä tiedon levittäminen on avainasemassa näiden ongelmakohtien purkamiseen ja kulttuurisensitiivisen toiminnan kehittämiseen. Tämän vuoksi olisi tärkeää, että toimijoita, jotka eivät vielä osallista karjalaisia millään tavalla, saataisiin motivoitua yhteistyöhön. Heille olisi hyvä kertoa kulttuurisensitiivisyyden tärkeydestä ja tarvittaessa kannustaa avoimuuteen sekä erilaisuuden mahdollisuuksiin. Tutkimusaineistosta on käynyt selkeästi ilmi karjalaisten oma halukkuus ja valmius jakaa tietoa sitä vastaanottovalmiille ja kunnioittaville henkilöille. Potentiaalisen yhteistyön aikana on kuitenkin tärkeää, että toimijat osoittaisivat omaa tahtotilaansa sekä arvostusta karjalaisuutta ja karjalaisia kohtaan myös palkitsemalla heitä tekemästään työstään. Kulttuurisensitiivisen matkailun teoria tukee edellä mainittuja elementtejä. Tämän lisäksi niin teoria kuin tutkimustulokset korostavat yhteisölle antamisen ja heidän ehdoillaan toimimisen tärkeyttä.

Tämän kaiken lisäksi vastauksista käy selvästi ilmi, että toimijoilta tulisi löytyä karjalaisuutta tuotteistaessa historiallista ymmärrystä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kontekstien tärkeys korostui. Tämän perusteella niihin tulisi kiinnittää erityistä huomiota liiketoimintaa ja palveluita kehittäessä. Vanhojen uskomusten ylläpitäminen ja vahvistaminen totuuksina on työssä kerätyn tiedon perusteella haitallista. Matkailualan yritysten olisi hyvä pyrkiä tuomaan ilmi karjalaisuuden eri puolia ja löytää se omaan liiketoimintaan sopivin tapa tuoda oikea tieto esille myös asiakkaille.

7 TYÖN LUOTETTAVUUS- JA EETTISYYSKYSYMYKSET

Luotettavuus- sekä eettisyyskysymykset ovat avainasemassa, kun arvioidaan tutkimustyön laatua. Luotettavuus ja eettisyys tulee huomioida jokaisessa tutkimusprosessin vaiheessa, mutta vaikka niitä arvioitaisiin työn aikana yksi tutkimusosio kerrallaan, tulee ne käydä läpi myös kokonaisuudessaan. Tällä tavoin voidaan tarkastella työtä ja sen laatua kokonaisuutena yksittäisten osa-alueiden sijaan. (Sarajärvi & Tuomi 2009, 140.) Tässä kappaleessa käydään läpi, kuinka eettisyys- sekä luotettavuusasiat on otettu huomioon tämän opinnäytetyön aikana. Näitä aiheita tarkastellaan niin koko opinnäytetyö- ja tutkimusprosessin kannalta, kuin tulosten ja loppupäätelmien suhteen.

7.1 Tutkimusprosessin luotettavuus ja eettisyys

Suomessa kaikkia tutkimuksia ja tutkijoita ohjaa tietyt yleiset eettiset periaatteet. Periaatteet menevät seuraavanlaisesti; a) tutkijan tulee kunnioittaa tutkittavien henkilöiden ihmisarvoa ja itsemääräämisoikeutta sekä pitää huoli, että muun muassa Suomen Perustuslain määräävät oikeudet toteutuvat tutkimuksien läpi jokaisen tutkittavan kohdalla, b) tutkijan tulee kunnioittaa niin aineellista ja aineetonta kulttuuriperintöä kuin luonnon monimuotoisuutta läpi tutkimuksen ja c) tutkimus tulee toteuttaa siten, ettei tutkimuksesta aiheudu haittaa tutkittavina oleville henkilöille, yhteisölle tai muille tutkimuksen kohteille. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 7.)

Ihmisten välisissä kohtaamisissa ja tutkimusympäristöissä, eettisyys- sekä luotettavuuskysymykset korostuvat. On tärkeää, että ihmisiin kohdistuvassa tutkimuksessa peruslähtökohtana on luottamus. Tämän vuoksi on tärkeää, että tutkija tutkittavien ihmisarvon ja oikeuksien toteutumisen huolehtimisen lisäksi tutustuu tutkittavaan yhteisöön, heidän kulttuuriinsa sekä historiaan. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 8.)

Tutkimuseettinen neuvottelukunta on myös linjannut eri ihmisryhmien oikeuksista ja eettisistä periaatteista haastattelutilanteissa. Tämän lisäksi linjaukset henkilötietojen ja muun aineiston käsittelystä, yksityisyyden suojasta sekä eettisen ennakoarvioinnin yleiset periaatteet löytyvät heidän tekemästään kirjallisesta oppaasta. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 8–15.)

Opinnäytetyön tutkimuksen kannalta haastattelutilanteisiin sekä henkilötietoihin ja yksityisyyden suojaan liittyvät säädökset ovat oleellisimpia. Etenkin kvalitatiivisessa tutkimuksessa, toisena osapuolena ollessa vähemmistökansan edustajia tuli heidän kulttuuriinsa, historiaan ja tapoihinsa perehtyä etukäteen, jotta kohtaamisista voitiin luoda mahdollisimman kunnioittavia ja asianmukaisia.

Muutoin opinnäytetyöhön liittyviä erikoisempia käytäntöön liittyviä huomioita ei ollut. Eettinen ennakoarviointi ei tässä opinnäytetyössä ollut tarpeellinen sillä se ei täytä Tutkimuseettisen neuvottelukunnan eettisen ennakoarvioinnin yleisiä periaatteita kriteereineen eikä työ tai kumpikaan tutkimuksista kohdistunut alaikäisiin (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019, 16).

Tavoitteena oli toteuttaa työ ja siihen liittyvät tutkimukset niin ettei minkäänlaisia ristiriitoja syntyisi sitouduttujen eettisten periaatteiden kanssa. Työn luotettavuutta pyrittiin vahvistamaan läpi tutkimusprosessin muun muassa hyvällä pohjatyöllä, määrätietoisuudella, tarkoituksenmukaisuudella, dokumentoinnilla sekä käyttämällä työssä kahta valittua erilaista tutkimusmenetelmää; kvantitatiivista sekä kvalitatiivista menetelmää.

Mitä tulee henkilötietoihin ja yksityisyydensuojaan, oli niihin liittyvät periaatteet mietitty jo etukäteen valmiiksi. Tutkimusten yhteydessä, ennakkoon, tutkimuksen aikana tai jälkikäteen ei kerätty muita, kuin tutkimusten kannalta oleelliset henkilötiedot. Kvantitatiivisen tutkimuksen aikana henkilötietoja ei kerätty ollenkaan. Ne henkilötiedot mitä kerättiin kvalitatiivisen tutkimuksen aikana, tulivat vain ja ainoastaan rekisterinpitäjän eli työn tekijän tietoon. Henkilötietoja kuten nimiä, yksittäisten henkilöiden ikiä tai sukupuolia ei myöskään ole julkaistu työssä missään muodossa eikä niitä ole jaettu ulkopuolisille. Kaikki henkilötiedot säilytettiin yksityisessä, suojatussa pilvipalvelussa, johon käyttöoikeudet olivat vain rekisterinpitäjällä ja niitä säilytettiin vain tutkimukselle oleellisen sekä tarvittavan ajan. Kun tutkimusaineisto saatiin käsiteltyä, poistettiin henkilötiedot tietoturvasyistä. Edellä mainittu tietojen käsittely- ja poistoperiaatteet sekä -käytännöt koskivat myös kaikkia muita tutkimusten toteutuksen aikana kertynyttä materiaalia. Tällaista materiaalia olivat muun muassa videokuvaukset, jotka tallennettiin haastattelujen pitämisen yhteydessä. Haastattelujen nauhoittamiseen kysyttiin jokaisella kerralla lupa haastateltavalta.

Haastateltaville tiedotettiin kaikista tutkimuksen vaiheista, aineistojen käsittelytavoista sekä tutkimuksen tarkoituksesta etukäteen. Näin pyrittiin varmistamaan tiedon siirto osallistujille sekä ajan antaminen osallistumispäätöksen tekemiseen ja mahdollisuus esimerkiksi perua osallistuminen tai kysyä mahdollisesti heränneitä lisäkysymyksiä. Tällä tavoin saatiin myös lisättyä tutkimusprosessin läpinäkyvyyttä ja varmistettua sen ylläpito jokaisessa prosessin eri vaiheessa. Tämän voidaan katsoa myös edesauttaneen kvalitatiivisen tutkimuksen kannalta yhtä tärkeintä elementtiä nimittäin luottamuksen rakentamista haastateltavan sekä haastattelijan välillä. Osallistuneille myös kerrottiin haastattelujen alkaessa heillä olevan oikeus päättää haastattelu kesken haastattelun.

Kvantitatiivisen verkkokyselyn eettisyydestä pyrittiin huolehtimaan muun muassa suorilla, neutraalisti muotoiluilla kysymyksillä. Tarvittava tiedonsiirto ja läpinäkyvyys toteutettiin tutkimuksen yhteydessä lähetetyn saatekirjeen avulla, jossa kerrottiin tutkimuksen tarkoituksesta, luonteesta sekä siihen liittyvästä tietosuojasta. Saatekirjeessä tuotiin myös ilmi tutkimuksen anonyymisuus ja vapaaehtoisuus. Opinnäytetyön tekijän yhteystiedot oli kerrottu selkeästi niin saatekirjeessä kuin kyselyn kii-tossivulla, jossa osallistujia kannustettiin olemaan yhteydessä annettuun sähköpostiin, mikäli heillä heräsi kysymyksiä tai muita tekijälle jaettavia ajatuksia.

7.2 Tulosten luotettavuus

Tutkimusten luotettavuutta tarkastellessa keskeisemmiksi tarkastelun kohteiksi nousee lähtökohtaisesti reliabiliteetti sekä validiteetti. Jälkimmäisellä tarkoitetaan pätevyyttä. Käytännössä tutkimuksen validiutta tarkastellessa kysytään, onko käytetty tutkimusmenetelmä valittu niin, että se mittaa sitä mitä on ollut tarkoituksena mitata. Reliabiliteetti taas tarkoittaa tutkimuksen luotettavuutta. Luotettavuudella tarkoitetaan tässä kontekstissa kykyä muodostaa toistettavia tuloksia, kuitenkin huomioiden, ettei etenkään laadullista tutkimusta voi koskaan toteuttaa tismalleen samalla tavalla uudelleen. Toisin sanoen reliabiliteetilla arvioidaan tulosten johdonmukaisuutta sekä toistettavuutta, eli tarkkuutta. Tämä voidaan varmistaa muun muassa niin että tutkimuskysymykset muotoillaan mahdollisimman neutraaleiksi sekä helposti, samalla tavalla ymmärrettäviksi. (Vilka 2021, luku 7.) Edellä mainittuja käsitteitä on sovellettu joskus myös laadulliseen tutkimukseen, mutta nykyään niitä

pidetään pitkälti määrällisten tutkimuksien luotettavuuden arviointikeinoina (Sarajärvi & Tuomi 2009, 136–137).

Laadullisessa tutkimuksessa esimerkiksi yleistävyyden sijaan kannattavampaa on ilmiön ymmärtäminen ja tulosten avaaminen ymmärrettävään muotoon. Täten kvalitatiivisen tutkimuksen analysoinnin yhtenä tavoitteista voidaan pitää ymmärryksen lisääntymistä. Jonkinlaista yleistettävyyttä on kuitenkin hyvä tarkkailla myös laadullisissa tutkimuksissa. Kuitenkin yleispätevyyden arvioiminen on usein luonteeltaan melko abstraktia verrattuna määrällisen tutkimuksen analysointiin. Laadullisessa tutkimuksessa työtä voidaan pitää yleispätevänä, mikäli tulokset ovat tematisoidun työn tuottamia. Luotettavana kvalitatiivista tutkimustyötä voidaan pitää, kun työn aikana kerätty materiaali sopii yhteen tutkimuskohteen kanssa. (Vilkkä 2021, luku 7.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen aikana muun muassa validius huomioitiin jo kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa. Tämä näkyi konkreettisesti esimerkiksi kyselylomakkeen kysymysten tarkistamisessa, oikolukemisessa yksin sekä yhdessä työn toimeksiantajan kanssa kuin myös uudelleen muotoilussa, mikäli koettiin ettei jokin kysymys välttämättä avaudu kaikille perusjoukkoon kuuluville sellaisenaan. Kyselylomaketta testattiin etukäteen niin, että kysymysten sekä lomakkeen suunnittelun ja luomisen jälkeen lomake lähetettiin toimeksiantajalle. Toimeksiantaja kävi läpi lomakkeen ja antoi palautetta sen sisältämien kysymysten sekä vastausehdotusten sisällöstä, muotoilusta ja toimivuudesta. Muutokset tehtiin näiden kokeilujen perusteella.

Reliaabelius, eli luotettavuus, puolestaan näkyy siinä, ettei tutkimuksen tuloksia ole yleistetty esimerkiksi pohjoismaita koskevaksi yleispätevyydeksi vaan tuloksia on käsitelty nimenomaan perusjoukkoon sekä tutkimuksen aikaan ja paikkaan suhteuttaen. Toisaalta vaikka tutkimus on toteutettu ainoastaan yhden maakunnan sisällä, voidaan sen ajatella heijastavan suhteellisen hyvin koko Suomen matkailualan tilannetta, kun puhutaan karjalaisuutta hyödyntävistä yrityksistä. Syy tähän on karjalaisuutta kaupallistavien toimijoiden keskittyneisyys Pohjois-Karjalassa. Muualla Suomessa karjalaisuutta käytetään huomattavasti vähemmän osana matkailutoimijoiden liiketoimintaa sekä brändiä. Kattavaa ja tarkkaa käsitystä karjalaisuuden käytöstä koko Suomen matkailutoimialalla ei voida kuitenkaan saada ilman laajempaa tutkimusta, jossa mukana olisi myös eri maakuntia.

Kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta pyrittiin lisäämään myös hyvällä viestinnällä. Käytännössä tämä tarkoitti muun muassa erilaisten termien ja kontekstien avaamista, jotta jokainen vastaaja ymmärtäisi mitä kysymyksillä tarkoitetaan. Käytännössä tämä tapahtui saatekirjeen kautta sekä sijoittamalla kyselylomakkeen eri osien alkuun selitykset siitä, mitä lomakkeessa tullaan seuravaksi käsittelemään ja mitä eri termeillä tutkimuksen kontekstissa tarkoitetaan. Esimerkiksi sana ”karjalainen” voi tarkoittaa ihmisille hieman erilaisia asioita. Tämän vuoksi kyseinen termi ja sen määritelmä tutkimuksessa, kerrottiin termin sisältävän verkkokyselyn osan alussa. Näiden toimien avulla pyrittiin maksimoimaan kysymysten ymmärrettävyys sekä sitä myötä vastausten johdonmukaisuus.

Verkkokyselyn perusjoukon määrittämistä vaikeutti tutkimuskyselyn jakaminen suljettuun Facebook -ryhmään. Jakamisen vuoksi ei voida olla täysin varmoja siitä, että jokainen vastaaja olisi kuulunut

tuohon ennalta kartoitettuun ja koostettuun noin 20 toimijan perusjoukkoon. Tämä muodostaa tutkimuksen arviointiin pienen kompastuskiven esimerkiksi vastausprosenttia laskiessa. Tutkimustuloksiin ja niistä tehtäviin johtopäätöksiin tämän ei kuitenkaan katsota vaikuttavan, sillä kyselyyn vastasi nimenomaan karjalaisuutta käyttäviä matkailualan toimijoita, jotka sijaittivat määrättyjen maakuntarajojen sisäpuolella. Myös toimija, joka vastasi kieltävästi karjalaisuuden käyttöön tarkensi seuraavissa vastauksissaan, että hänen tuotteissaan näkyy karjalaisuus, mutta hänen liiketoiminnassaan se ei tarkoita samaa kuin tutkimuksessa käytetty karjalaisuus vaan laajemmalla tasolla pohjoiskarjalaisuutta.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuudesta on huolehdittu koko tutkimusprosessin ajan suunnitteluvaiheesta loppupäätelmiin. Tämä on toteutettu muun muassa kattavalla aiheeseen tutustumisella, teoriapohjan luomisella ja haastattelujen suunnittelemisella niihin perustuen. Muun muassa haastattelukysymykset pyrittiin muotoilemaan mahdollisimman avoimiksi sekä neutraaleiksi, jotta kysymykset eivät olisi johdatelleet haastateltavia vastaamaan tietyllä tavalla. Näiden vastausten perusteella voitiin tarvittaessa kysyä tarkentavia kysymyksiä. Kysymysten avoimuus ja neutraalius pyrittiin varmistamaan tutustumalla haastattelututkimuksen teoriaan, erityisesti laadukkaita ja hyvin suunniteltuja haastattelukysymyksiä tutkimalla. Tämän lisäksi kysymykset luetutettiin kahdella ulkopuolisella henkilöllä ennen käyttöä.

Eliittivalinalla pyrittiin maksimoimaan haastattelujen laatu suhteutettuna haastattelututkimuksen tutkimuskysymyksiin. Tämä koettiin myös eräänlaisena luotettavuuskysymyksenä, joka potentiaalisesti kompensoisi alhaisempaa osallistujamäärää, mikäli se jäisi vähäiseksi niin kuin lopulta jäi. Haastatteluiden rajoittuneen määrän vuoksi voidaan miettiä voiko tuloksia pitää luotettavana. Kerättyä aineistoa ja siitä luotuja johtopäätöksiä ei kuitenkaan yleistetä tutkimuksen paikan ja ajan ulkopuolelle. Haastattelujen toteuttaminen eliittivalinnalla, vastausten toistuvuuden saavuttaminen sekä selkeä yhteys ja samankaltaisuus kerätyn teoria-aineiston kanssa kuitenkin puoltaa vastausten luotettavuutta sekä uskottavuutta.

Haastattelun luotettavuutta pyrittiin lisäämään myös tarkkaan valittujen menetelmävalintojen käytännöllisellä, teemoittelulla ja objektiivisuuteen pyrkimisellä. On kuitenkin tärkeää tiedostaa, ettei totaalista objektiivisuutta voida koskaan saavuttaa sillä tulosten arviointiin ja sitä kautta johtopäätöksiin vaikuttaa aina tutkijan omat arvot sekä muut samankaltaiset tekijät. Tutkimuksen analysointivaiheessa läpinäkyvyyttä on toteutettu haastattelusitaattien avulla. Sitaatit myös tukevat tuloksista tehtyjä päätelmiä. (Vilkka 2021, luku 7.)

8 POHDINTA

Opinnäytetyöni keskeisimpinä tavoitteina oli kartoittaa kuinka karjalaisuutta käytetään tällä hetkellä Suomen matkailutoimialalla sekä kuinka karjalaiset itse kokevat kulttuurinsa tuotteistamisen ja mitä siinä heidän mielestään tulisi ottaa huomioon. Tarkoitukseni oli käsitellä aihetta kulttuurisensitiivisestä näkökulmasta. Näissä tavoitteissa onnistuin opinnäytetyön laajuuden puitteissa erinomaisesti. Tavoitteiden saavuttamisen taustalla koen olevan huolellisesti tehty ennakkotyö sekä suunnittelu. Ilman kahta erilaista tutkimusmenetelmää sekä niin yritysten kuin karjalaisten osallistuttamista, tutkimukseni tavoitteisiin ei olisi päästy.

Tutkimuksia ja työlle asetettuja tutkimuskysymyksiä tarkastellessa voin kuitenkin huomata joitain kehittämisen osa-alueita. Pääpiirtein työn tutkimusosio sujui kuten oli alun perin suunniteltu. Yllättävien muutosten vuoksi jouduin kuitenkin venyttämään alkuperäistä aikataulua muutamalla viikolla. Lisäkuormaa ja aikataulupainetta aiheutti myös haasteet löytää tarpeeksi monta potentiaalista haastateltavaa. Näitä aikataulumuutoksia olisin voinut ennakoida paremmin. Myös ajan varaamisen ajatusten vaihtoon muun muassa toimeksiantajan kanssa, etenkin tutkimuksien suunnittelun osalta, olisin voinut tehdä huolellisemmin.

Suurin muutos, jonka tekisin, jos aloittaisin opinnäytetyöprosessin nyt alusta, olisi verkkokyselyn jakelun suunnitteleminen tarkemmin. Kvantitatiivisen tutkimuksen jakaminen kahden eri kanavan kautta ennalta kartoitetulle perusjoukolla tuntui tutkimuksen alussa yksinkertaiselta sekä erityisesti tehokkaalta suunnitelmalta. Tutkimuksista raportoidessa tämä kuitenkin aiheutti ongelman toteutuneen perusjoukon määrittämisen ja sitä myöten muun muassa vastausprosentin laskemisen kannalta. En osannut ennakoida Facebookiin jakamisen tuomia hankaloittavia näkökulmia etukäteen. Jos voisin tehdä toisin rajaisin tutkimuksen jakamisen pelkkään suorasähköpostiin, vaikka tutkimuksen jakaminen suljettuun ja tarkoin rajattuun Facebook -ryhmään ei aiheuttanut itse tulosten tai niiden analysoinnin kannalta ongelmia.

Kvalitatiiviseen tutkimukseen oli alun perin tarkoitus saada vähintään viisi osallistujaa, mutta osa kontaktoiduista potentiaalisista haastateltavista kertoi, etteivät he ole varmoja, että heillä olisi tarpeeksi hyödyllistä sanottavaa aiheesta tutkimuksen tavoitteita ajatellen. Joidenkin kanssa ongelmaksi muodostui aikataulu- sekä resurssikysymykset. Jo neljällä osallistujalla saatiin kuitenkin tavoitettua vastausten toistuvuus. Haastattelujen jättäminen neljään kappaleeseen on myös perusteltua, kun huomioidaan opinnäytetyön laajuus sekä kvantitatiivinen tutkimus ja siinä toteutunut hyvä vastausprosentti.

Tutkimuskysymyksiä toinen tarkentava kysymys, kuinka karjalaisia voitaisiin ottaa mukaan liiketoiminnan sekä sen tarjoamien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen, jäi muita tutkimuskysymyksiä vähemmälle huomiolle, kun kysymystä tarkastellaan saatujen vastausten perusteella. Tutkimuksessa ainoana vastauksena saatiin keskusteluyhteyksien luominen. Haastatteluissa tämän tärkeys ja ensisijaisuus kuitenkin korostui, jonka vuoksi muut mahdolliset, etenkin tarkentavat tavat ovat voineet jäädä vähäisemmälle huomiolle. Koen, että näitä yhteistyömahdollisuuksia matkailualan toimijoiden sekä karjalaisten välillä, olisi hyvä tutkia lisää. Jatkotutkimuksen avulla voitaisiin kartoittaa millä eri muodoilla ja tavoin yhteistyötä voitaisiin toteuttaa eri tilanteissa – myös silloin kun vähemmistöön

kuuluvien omat resurssit ovat pienempiä ja kun esimerkiksi välimatkat osapuolten välillä ovat suuret. Mikäli karjalaisuutta hyödyntävät matkailualan toimijat alkavat kehittämään liiketoimintaansa kulttuurisensitiivisemmäksi, olisi hyödyllistä suorittaa jatkotutkimus kyseisestä prosessista. Jatkotutkimus mahdollistaisi tiedon keruun siitä, kuinka muutoksia on lähdetty viemään eteenpäin ja mitkä niiden vaikutukset ovat olleet – niin ulkoisen kuin sisäisen toiminnan kannalta.

Johtopäätös -kappaleessa pohdin kuinka osa toimijoista tutkimuksessa epäröi tai suoraan kieltäytyi karjalaisten osallistuttamisesta liiketoiminnan suunnitteluun ja kehitykseen. Kuten todettu, syitä mahdolliseen epäröintiin voi olla monia. Koen, että näitä taustalla piileviä syitä kannattaisi tutkia tarkemmin. Tällaisen jatkotutkimuksen avulla voitaisiin ymmärtää paremmin eri toimijoiden mahdollisia varauksia ja sitä myötä potentiaalisia haasteita sensitiivisemmän toiminnan kehitykselle. Tämä on ensiarvoisen tärkeää, mikäli halutaan onnistua matkailutoimijoiden osallistamisessa sekä alamme kehittämisessä kohti kestävämpää toimintaa.

Opinnäytetyön aiheen tutkimattomuuden vuoksi valmista ennalta olemassa olevaa teoriaa tai tutkimustietoa ei ollut täysin samasta aiheesta. Tästä syystä opinnäytetyön teoriaosuus muodostui aiheeseen liittyvistä eri osa-alueihin kytkeytyvistä aineistoista esimerkiksi suoraan verrattavan tutkimustiedon sijasta. Erityisen arvokasta tietoa teoriapohjaan toi esimerkiksi saamelaisiin kohdistuneet tutkimukset sekä ARCTISEN-hanke. Ilman edellä mainittuja aineistoja, olisi lähdeaineisto jäänyt huomattavasti suppeammaksi. Suhteellisen rajoittuneesta aineistosta huolimatta sain koottua tiiviin teoriapohjan, johon opinnäytetyöprosessin aikana kerättyä tutkimusaineistoa pystyi heijastamaan.

Kaiken kaikkiaan koen onnistuneeni työssäni. Tutkimusosion aikataulumuutoksista huolimatta sain saatettua opinnäytetyöni loppuun ajallaan. Tästä voin päätellä, että olin osannut varata opinnäytetyölle kokonaisuudessaan sopivasti aikaa, vaikka tuo kyseinen aika jakautui eri tavalla kuin alun perin ajattelin.

Olen onnistunut tuomaan työlläni paljon uutta tietoa sekä ymmärrystä muutoin tutkimattomaan aiheeseen. Suurin osa karjalaisuutta koskevasta aineistosta on suhteellisen vanhaa, eikä nimenomaan karjalaisuuden kestävästä tuotteistamisesta matkailutoimialalla ole aineistoa miltei ollenkaan. Nyt matkailutoimialalla on ensimmäistä kertaa käytettävissä tutkimusaineistoa siitä mitä karjalaiset toivoisivat toimijoiden ottavan huomioon heidän kulttuurinsa hyödyntämiseen liittyen ja kuinka kulttuurisensitiivisyyden konseptia voidaan soveltaa Suomessa tapahtuvaan karjalaismatkailuun. Työni on tuonut alalle myös uutta dokumentoitua tietoa siitä, kuinka karjalaisuutta hyödynnetään eri matkailutoimijoiden kesken. Tämä on arvokasta, etenkin jos aiheesta tehdään uusia jatkotutkimuksia, sillä olemassa oleva raportoitu aineisto antaa tulevaisuuden tutkimuksille suoraa vertailupohjaa, joka tätä opinnäytetyötä tehdessä puuttui. Työn kautta myös toimeksiantaja pääsee kannustamaan alueen matkailutoimijoita kohti kestävämpää karjalaisuuden tuotteistamista. Opinnäytetyön tuotokset ovat toimeksiantajan käytettävissä sekä jaettavissa alkuperäisen sopimuksen mukaisesti.

Työn avulla olen onnistunut herättämään keskustelua kulttuurisensitiivisestä matkailusta suhteutettuna karjalaisuuteen. Tarvetta tälle keskustelulle osoitti eri toimeksiantajaehdokkaat, joita toimeksiantajaa kartoittaessa oli muun muassa niin Visit Karelia, Ekomatkaajat, sekä Itä-Suomen yliopisto

UEF kuin lopullinen toimeksiantaja PIKES. Työni sekä sen aihe keräsi huomiota myös kesken opinnäytetyöprosessin. Sain muun muassa kutsun osallistua UEF:n hankeseminaariin tammikuussa 2023, johon minut pyydettiin puhumaan kulttuurisensitiivisyydestä nimenomaan opinnäytetyöni kautta. Seminaariesitykseen valmistelemäni aineiston voi nähdä liitteestä 4. Tätä ennen työstäni julkaistiin myös tiedote Ylä-Karjalaan (Saarelainen 2022).

Koen, että opinnäytetyöni tärkeys sekä laajuus konkretisoitui itselleni vasta prosessin aikana. Valitsin työn aiheen oman mielenkiintoni vuoksi. Koin, että keskustelua sekä ymmärrystä kulttuurisensitiivisistä matkailusta tulisi lisätä sekä syventää. Halusin myös itse ymmärtää aiheita sekä sosiokulttuurista kestävyttä enemmän, sillä koin sen jääneen ammattikorkeakouluopintojeni aikana muiden kestävyysosa-alueiden varjoon. Tämän lisäksi aihevalintaan vaikutti myös omat juureni Pohjois-Karjalassa. Vaikka opinnäytetyöni aiheesta monet elementit olivat minulle jo ennestään tuttuja, koen, että opinnäytetyöni oli silti haastava ja opetti minulle erittäin paljon. Ennen opinnäytetyötä tietämykseni kulttuurisensitiivisistä matkailusta oli melko pinnallista. Koenkin oppineeni lisää erityisesti kulttuurisensitiivisyydestä, vähemmistökuultuurien eettisemmästä tuotteistamisesta sekä tuotteistamisen eri elementeistä itsessään. Näiden lisäksi alun perin tuntemattomat erilaiset tutkimusmenetelmät sekä tutkimuksiin liittyvät eettisyysperiaatteet tulivat tutuiksi. Koen sosiokulttuurisen vastuullisuusosaamisen karttuneen opinnäytetyöni aikana sanoin kuvaamattoman paljon. Samalla myös ammatillinen itsevarmuuteni, osaamiseni, verkostoni sekä esiintymistaitoni ovat kehittyneet. Matkailualalla vastuullisuus, kehitystyö sekä viestintä ovat kaikki osa-alueita, joiden parissa olen ajatellut haluavani työskennellä. Opinnäytetyöprosessi vahvisti tuota kyseistä haavetta ja koen sen antaneen minulle myös laajempaa ymmärrystä sekä valmiuksia kyseisten elementtien parissa työskentelyyn.

Opinnäytetyö vastaa kasvavaan keskusteluun karjalaisuudesta ja sen asemasta yhteiskunnassamme. Samalla se tuo uutta tietoa sekä työkaluja Suomen, mutta etenkin Pohjois-Karjalan kestävä matkailun kehittämisen saralle. Vaikka työ on toteutettu keskittyen karjalaisiin, on kulttuurisensitiivisyyden periaatteet sovellettavissa myös muiden kulttuurien suhteen. Tämän sekä työn luonteen vuoksi koen tuotosten olevan hyödynnettävissä laajasti koko matkailutoimialalla. Olen koennut opinnäytetyön löydökset yhdeksi selkeäksi kokonaisuudeksi toimijoille suunnattuun oppaaseen (liite 1). Opas on suunniteltu kaikille matkailualan toimijoille, jotka käyttävät tai suunnittelevat käyttävänsä karjalaisuutta osana liiketoimintaansa. Toivon löydöksen kiteyttämisen selkeäksi visuaaliseksi oppaaksi edesauttavan työni hyödynnettävyyttä sekä madaltavan kynnystä tutustua karjalaisuuden kulttuurisensitiiviseen tuotteistamiseen. Toivon jokaisen karjalaisuutta hyödyntävän toimijan tutustuvan oppaaseen. Toteuttamalla oppaan periaatteita, voimme yhdessä ottaa askeleen eteenpäin alamme kulttuurisensitiivisyyden kehittämisessä sekä kestävyden syventämisessä.

LÄHTEET

- Bachman, Chelsea & Bosselaar, Cees 2022. Portrait of European Travellers 2022. Visit Finland. Travel Intelligence. <https://www.businessfinland.fi/4aefa5/contentassets/6518a681474e404bbdeddd4412592876/2022-finland-poet-custom-report.pdf>. Viitattu 9.1.2023.
- Bomba julkaisuaika tuntematon a. Bomban talo. Verkkojulkaisu. <https://bomba.fi/fi/kayntikohte/bomban-karjalaiskyla/>. Viitattu 22.11.2022.
- Bomba julkaisuaika tuntematon b. Tapahtumajärjestäjä. Verkkojulkaisu. <https://bomba.fi/fi/tapahtumajarjestajille/>. Viitattu 3.4.2023.
- Booking.com 2022. Sustainable Travel Report 2022. Pdf-tiedosto. <https://globalnews.booking.com/download/1161485/booking.comsustainabletravelreport2022final.pdf>. Viitattu 3.12.2022.
- Bouronikos, Vasilis 2022. The Importance of Cultural Sustainability to Achieve the SDGs. Institute of Entrepreneurship Development blogi. 28.3.2022. <https://ied.eu/blog/the-importance-of-cultural-sustainability-to-achieve-the-sdgs/>. Viitattu 15.11.2022.
- Brock, Colin & Tulasiewicz, Witold 1985. Cultural Identity & Educational Policy. Lontoo: Croom Helm.
- Business Finland 2019. Matkailu tuo Suomeen isot rahat. Verkkojulkaisu. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2019/visit-finland/matkailu-tuo-suomeen-isot-rahat>. Viitattu 9.1.2023.
- Cambridge Dictionary: hakusana assimilation. 2022. Verkkojulkaisu. Dictionary.cambridge.org, dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/assimilation>. Viitattu 1.11.2022.
- Cambridge Dictionary: hakusana culture. 2022. Verkkojulkaisu. Dictionary.cambridge.org, dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/culture>. Viitattu 17.10.2022.
- Clarke, Simon 2008. Culture and Identity. The SAGE Handbook of Cultural Analysis. SAGE Publications. [https://www.academia.edu/download/33006096/CLARKE_S._\(2008\)__Culture_and_Identity__The_sage_Handbook_of_Cultural_Analysis_1.pdf](https://www.academia.edu/download/33006096/CLARKE_S._(2008)__Culture_and_Identity__The_sage_Handbook_of_Cultural_Analysis_1.pdf). Viitattu 5.11.2022
- Donohoe, Holly M. 2010. Defining culturally sensitive ecotourism: a Delphi consensus. Original Articles. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500903440689>. Viitattu 10.11.2022.
- European Committee of the Regions 2022. After Covid-19 pandemic, the recovery of tourism sector builds on sustainability. Verkkojulkaisu. Julkaistu 4.6.2022. <https://cor.europa.eu/en/news/Pages/nat-sustainable-tourism.aspx>. Viitattu 14.10.2022.
- FCG & Visit Finland 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. https://www.businessfinland.fi/48e79a/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja-kehittamistarpeet-.._.pdf. Viitattu 23.3.2023.
- Galla, Amareswar & Paulo, Dália 2016. Museumization. Encyclopedia of Tourism. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01384-8_571. Viitattu 4.4.2023.
- Grimwood, Bryan & Hurst, Chris & Lemelin, Harvey & Stinson, Michela 2020. Conceptualizing cultural sensitivity in tourism: a systematic literature review. Teoksessa Tourism Recreation Research. Abstract. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2020.1816362>. Viitattu 10.11.2022.
- Hall, Stuart 1999. Identiteetti. Tampere: Tammer-Paino Oy.

- Heikkinen, Kaija 1989. Karjalaisuus ja etninen itsetajuna. Salmin siirtokarjalaisia koskeva tutkimus. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Heikkinen, Kaija 1996. Suomen karjalaisten identiteetti ja sen alueellinen konteksti. Teoksessa Hakamies, Pekka (toim.) Näkökulmia karjalaiseen perinteeseen. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy 1996, 13–35.
- Hilton, James L. & Von Hippel, William 1996. Stereotypes. *Annual Review of Psychology* 1996 47:237-271. https://www.researchgate.net/profile/William-Von-Hippel/publication/5300883_Stereotypes/links/0046352965dace0bba000000/Stereotypes.pdf. Viitattu 7.1.2023.
- Hiltunen, Anna-Kaisa julkaisuaika tuntematon. Sanasto. Kulttuurivähemmistöprojekti. Taidemuseoalan kehittämisyksikkö Kehys. Pdf-tiedosto. https://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/sanasto_monikulttuurisuudesta.pdf. Viitattu 12.11.2022.
- Hirsijärvi, Sirkka & Hurme, Helena 2008. Tutkimushaastattelu; Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hockert, Emily & Kugapi, Outi & Lüthje, Monika & Mazzullo, Nuccio & Saari, Ritva 2020. Cultural sensitivity in Sámi tourism: A systematic literature review in the Finnish context. <https://doi.org/10.33351/mt.88061>. Viitattu 10.11.2022.
- Ihmisoikeusliitto julkaisuaika tuntematon. Vähemmistöjen oikeudet. Verkkojulkaisu. Ihmisoikeudet.net verkkopalvelu ihmisoikeuksista. <https://ihmisoikeudet.net/ihmisoikeudet/vahemmistojen-oikeudet/>. Viitattu 15.11.2022.
- Juuti, Pauli & Puusa, Anu 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Tallinna: Gaudeamus Oy.
- KALEVALA – mytologiasta arvoa liiketoimintaan julkaisuaika tuntematon. Tarinoista arvoa liiketoimintaan. Verkkojulkaisu. <https://kalevala.karelia.fi/>. Viitattu 5.11.2022.
- Kalevala kartalle 2020. Epic travel made in Finland; Ikitäival on vasta alkanut. Verkkojulkaisu. <https://www.kalevalakartalle.com/>. Viitattu 5.11.2022.
- Kalevalaisten naisten liitto julkaisuaika tuntematon. Kalevalaisten Naisten Liiton tehtävä ja tavoitteet 2020–2025. Verkkojulkaisu. <https://www.kalevalaistennaistenliitto.fi/tehtava-ja-tavoitteet-2025/>. Viitattu 5.11.2022.
- Kalevalaseura julkaisuaika tuntematon a. Kalevalan kulttuurihistoria. Kalevalan poliittiset areenat. Verkkojulkaisu. <https://kaku.kalevalaseura.fi/kalevalan-poliittiset-areenat/>. Viitattu 4.12.2022.
- Kalevalaseura julkaisuaika tuntematon b. Kalevalan kulttuurihistoria. Poliittinen Kalevala. Verkkojulkaisu. <https://kaku.kalevalaseura.fi/category/poliittinen-kalevala/#>. Viitattu 4.12.2022.
- Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon a. Karjalainen keittiö. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalanliitto.fi/karjalaisuus/karjalainen-kulttuuri/ruoka.html>. Viitattu 22.11.2022.
- Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon b. Karjalainen perinnemusiikki. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalanliitto.fi/karjalaisuus/karjalainen-kulttuuri/musiikki/karjalainen-perinnemusiikki.html>. Viitattu 22.11.2022.
- Karjalan Liitto julkaisuaika tuntematon c. Käsityöperinne. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalanliitto.fi/karjalaisuus/karjalainen-kulttuuri/kasityoperinne.html>. Viitattu 22.11.2022.
- Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon a. Itkuvirret. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalansivistysseura.fi/kulttuuri/itkuvirret/>. Viitattu 23.11.2022.

- Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon b. Karjalan kieli. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalansivistysseura.fi/karjalan-kieli/>. Viitattu 15.11.2022.
- Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon c. Käsityöt. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalansivistysseura.fi/kulttuuri/kasityot/>
- Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon d. Musiikki. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalansivistysseura.fi/kulttuuri/musiikki/>. Viitattu 23.11.2022.
- Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon e. Runolaulu. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalansivistysseura.fi/kulttuuri/runolaulu/>. Viitattu 23.11.2022.
- Karjalan Sivistysseura julkaisuaika tuntematon f. Ruoka. Verkkojulkaisu. <https://www.karjalansivistysseura.fi/kulttuuri/ruoka/>. Viitattu 22.11.2022.
- Karkama, Pertti 2008. Kalevala ja kansallisuusaate. Teoksessa Ulla Piela, Seppo Knuutila, Pekka Laaksonen (toim.) Kalevalan kulttuurihistoria. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 124–169.
- Kallinen, Timo & Kinnunen, Taina julkaisuaika tuntematon. Haastattelut. Teoksessa Jaana vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>. Viitattu 5.1.2023.
- Kalliomäki, Anne 2014. Tarinallistaminen: palvelukokemuksen punainen lanka. E-kirja. Helsinki: Talentum. Viitattu 25.3.2023.
- Kohti kulttuurisensitiivistä matkailua 2019. Suomen Lappi. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/64013/Kohti_kulttuurisensitiivist%c3%a4_matkailua.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 7.1.2023.
- Koppa 2015. Määrällinen tutkimus. Verkkojulkaisu. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Viitattu 5.1.2023.
- Kotimaisten kielten keskus julkaisuaika tuntematon. Verkkojulkaisu. Karjala. <https://www.kotus.fi/kielitieto/kielet/karjala>. Viitattu 5.11.2022.
- Kovasiipi, Katri 2023. Karjalaisuuden ja Kalevalan suhde puhuttaa. Uutiscuppu. <https://uutiscuppu.karjalansivistysseura.fi/karjalaisuuden-ja-kalevalan-suhde-puhuttaa/>. Viitattu 25.3.2023.
- Lietsu julkaisuaika tuntematon. Majoitut meillä kotoisesti Lietsun hengessä. Verkkojulkaisu. <https://www.lietsuhotel.fi/huoneemme/>. Viitattu 23.3.2023.
- Lähteenmäki, Maria & Ruotsala, Helena 2004. Matkalla pohjoiseen – Lappilaisuuden ja karjalaisuuden konstruktioita. Teoksessa Fingerroos, Outi & Loipponen, Jaana (toim.) Nykytulkintojen Karjala. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy, 226–250.
- McKercher, Bob & Du Cros, Hilary 2012. Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. E-kirja. Hoboken: Taylor and Francis. Viitattu 11.11.2022.
- Mikkola, Kati 2008. Maamme kirja Kalevalan tulkitsijana. Teoksessa Ulla Piela, Seppo Knuutila, Pekka Laaksonen (toim.) Kalevalan kulttuurihistoria. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 170–189.
- Mikkonen, Nadja 2019. Isoisän tarina teki Tuomo Kondiesta aktivistin, joka hylkäsi suomalaisen sukunimensä: "Kalevala on karjalaisilta varastettu". Verkkojulkaisu. Karjalaiset. <https://yle.fi/uutiset/3-10786073>. Viitattu 5.11.2022.
- Mäntylä, Eveliina 2021. Karjalan kieli takaisin! <https://www.hs.fi/nyt/art-2000007986774.html>. Viitattu 17.10.2022.

Native Governance Center 2023. Cultural Appropriation and Wellness Guide. Resources. Verkkojulkaisu. <https://nativegov.org/resources/cultural-appropriation-guide/>. Viitattu 7.1.2023.

Nikander, Pirjo & Ruusuvoori, Johanna 2017. 21. Haastatteluaineiston litterointi. Teoksessa Matti Hyvärinen, Pirjo Nikander & Johanna Ruusuvoori (toim.) Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino, 427–444.

Olsen, Kjell, Abildgaard, Mette Simonsen, Brattland, Camilla, Chimirri, Daniela, Bernardi, Cecilia De, Edmons, Johnny, Grimwood, Bryan, Hurst, Chris, Höckert, Emily, Jæger, Kari, Kugapi, Outi, Lemelin, R. Harvey, Lüthje, Monika, Mazzullo, Nuccio, Müller, Dieter, Ren, Carina, Saari, Ritva, Ugwuegbula, Lateisha & Viken, Arvid 2019. Looking at Arctic tourism through the lens of cultural sensitivity. Rovaniemi: Multidimensional Tourism Institute. https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/317723319/Arctisen_a_transnational_baseline_report.pdf. Viitattu 10.11.2022.

Parppeinvaara 2019. Parppeinvaaran runokylä. Karjalan laulumaille. Verkkojulkaisu. <https://parppeinvaara.fi/>. Viitattu 23.3.2023.

Piela, Ulla 2008. Karelianismi. Teoksessa Ulla Piela, Seppo Knuutila, Pekka Laaksonen (toim.) Kalevalan kulttuurihistoria. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 36–37.

Puukarin pysäkki 2021. Hyvinvointia majatalossa. Verkkojulkaisu. <https://www.puukarin-pysakki.com/>. Viitattu 23.3.2023.

Raininen-Siiskonen, Tarja 1999. Vieraana omalla maalla. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

Rathje, Stefanie 2009. The Definition of Culture: An Application-Oriented Overhaul. Pdf-tiedosto. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1533439. Viitattu 3.4.2023.

ReachOut 2022. Why Cultural Appropriation Isn't Cool. Articles. Verkkojulkaisu. <https://au.reachout.com/articles/why-cultural-appropriation-isnt-cool>. Viitattu 7.1.2023.

Rytkönen, Anne-Pauliina 2022. Karjalan kielen asema on Suomessa heikko – professori: "Perustuslaki antaisi kielelle olemassaolon oikeutuksen". Verkkojulkaisu. Kielipolitiikka. <https://yle.fi/uutiset/3-12501465>. Viitattu 5.11.2022.

Saarelainen, Anu 2022. Kunnioitetaanko matkailupalveluissa karjalaista kulttuuria? – Eettisistä pelisäännöistä laaditaan opas. Ylä-Karjala. Verkkojulkaisu. <https://www.ylajakarjala.fi/uutiset/kunnioitetaanko-matkailupalveluissa-karjalaista-kulttuuria-eettisista-pe-lis%C3%A4nC3%A4nn%C3%B6ist%C3%A4-laaditaan-opas>. Viitattu 3.4.2023

Sallinen-Gimpl, Pirkko 1987. Elävä karjalaisuus. Jyväskylä: Gummerus Oy. 15.

Sallinen-Gimpl, Pirkko 1989. Karjalainen kulttuuri-identiteetti. Teoksessa Korhonen, Teppo & Räsänen, Matti Kansa kuvastimessa. Etnisyys ja identiteetti. Helsinki: Hakapaino Oy. 209–227.

Sarajärvi, Anneli & Tuomi, Jouni 2009. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Helsinki: Tammi.

Sarhimaa, Anneli 2017. Vaietet ja vaiennetut. Karjalankieliset karjalaiset. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Seven, Zuva 2022. What Is Cultural Assimilation. VeryWellMind. Verkkojulkaisu. <https://www.verywellmind.com/what-is-cultural-assimilation-5225960>. Viitattu 3.4.2023.

Sivikko, Niina 2018. Vihan pitkät jäljet. Teoksessa Marjo Kaartinen (toim.) Kulttuurinen omiminen ja saamelaiset. Turun Yliopisto. https://www.academia.edu/45025755/Kulttuurinen_omiminen_ja_saa-melaiset Kaarina: Painotalo Painola 2018. Viitattu 7.1.2023.

Sokos Hotels julkaisu aika tuntematon. Bomba Break By Sokos Hotels. Verkkojulkaisu. <https://www.sokshotels.fi/fi/nurmes/sokos-hotel-bomba>. Viitattu 23.3.2023.

- Spencer-Oatey, Helen 2012. What is culture? A Complication of Quotations. Pdf-tiedosto. https://www.academia.edu/download/55873665/global_pad_-_what_is_culture.pdf. Viitattu 12.11.2022.
- Suomalaisen kirjallisuuden seura julkaisuaika tuntematon a. Kalevala. Verkkojulkaisu. <http://nebu.finlit.fi/kalevala/index.php?m=11&l=1>. Viitattu 5.11.2022.
- Suomalaisen kirjallisuuden seura julkaisuaika tuntematon b. Kenen Kalevala on. Verkkojulkaisu. <https://matkallakalevalaan.finlit.fi/kalevala-monta/kenen-kalevala>. Viitattu 7.11.2022.
- Suomen käsityön museo 2019. Käspaikkojen kauneutta. Verkkojulkaisu. <https://www.jyvaskyla.fi/blogit/suomen-kasityon-museon-blogi/kaspaikkojen-kauneutta>. Viitattu 3.4.2023.
- Tietoarkisto julkaisuaika tuntematon. Aineistotyyppit. Verkkojulkaisu. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/aineistotyyppit/aineistotyyppit/>. Viitattu 5.1.2023.
- Timonen, Senni 2008. Elias Lönnrot ja runonlaulaja. Teoksessa Ulla Piela, Seppo Knuutila, Pekka Laaksonen (toim.) Kalevalan kulttuurihistoria. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2–27.
- Torikka, Marja 2004. Karjala – kieli, murre ja paikka. Verkkojulkaisu. Julkaistu ensimmäisen kerran Kotuksen aineistopalvelussa 2004. Kotus. https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmart/artikkelit/karjala_kieli_murre_ja_paikka. Viitattu 29.3.2023.
- Tuomasjukka, Tuukka 2021. Ei suomalainen vaan karjalainen – TikTok-aktivisti Maura Häkki kertoo vähemmistöstään, vaikka usein vastaus on vihapuhetta. Henkilöt, Ilmiöt ja yhteiskunta. <https://improbatuur.fi/ei-suomalainen-vaan-karjalainen/>. Viitattu 17.10.2022.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Pdf-tiedosto. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf. Viitattu 14.10.2022.
- UNESCO 2002. UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. Pdf-tiedosto. <https://www.un.org/en/events/culturaldiversityday/pdf/127160m.pdf>. Viitattu 12.11.2022.
- UNHCR julkaisuaika tuntematon. Minorities and Indigenous Peoples. Verkkojulkaisu. <https://www.unhcr.org/minorities-and-indigenous-peoples.html>. Viitattu 15.11.2022.
- UNWTO 2001. Global Code of Ethics for Tourism: For Responsible Tourism. Pdf-tiedosto. Julkaistu 21.12.2001. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf. Viitattu 19.10.2022.
- UNWTO 2018. Tourism and Culture Synergies. Pdf-tiedosto. Julkaistu 2018. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>. Viitattu 11.11.2022.
- UNWTO julkaisuaika tuntematon. EU Guidebook on Sustainable Tourism for Development. Verkkojulkaisu. <https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>. Viitattu 14.10.2022.
- Valtioneuvosto 2022. Kielipoliittinen ohjelma: Valtioneuvoston periaatepäätös. Pdf-tiedosto. Julkaistu 16.6.2022. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164216/VN_2022_51.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 5.11.2022.
- Vilkka, Hanna 2021. Tutki ja kehitä. E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus. Viitattu 21.3.2023.
- Visit Finland julkaisuaika tuntematon. Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa. Verkkojulkaisu. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/visit-finland>. Viitattu 3.12.2022.

LIITE 1: OPAS MATKAILUTOIMIJOILLE

ENSIASKELEET KOHTI KULTTUURISENSITIIVISTÄ KARJALAISMATKAILUA



ENSIASKELEET KOHTI KULTTUURISENSITIIVISTÄ KARJALAISMATKAILUA



LIITE 2: ALUSTAVAT HAASTATTELUKYSYMYKSET JA RAKENNE

Osa 1.

- Kerro itsestäsi, kuka olet?
 - Mistä päin olet?
 - Mitä olet opiskellut?
 - Oletko juuri nyt töissä → mitä töitä teet?
- Miten karjalaisuus tai esimerkiksi karjalaisten oikeudet näkyvät elämässäsi, jos näkyvät?
- Mikä sai sinut osallistumaan juuri tähän tutkimukseen?

Osa 2.

- Minkälainen käsitys sinulla on Suomen matkailusta tällä hetkellä ylipäätään?
esim. tarjotuista tuotteista, kohteista, palveluista jne.
- Mitä ajatuksia sinulla herää vähemmistökuultuurien käytöstä kaupallisessa tuotteistamisessa, esimerkiksi juuri matkailun saralla?
 - jos mainitsee riskit, niin minkälaisia riskejä hän tarkoittaa, voisiko avata niitä lisää?
 - jos mainitsee jotain positiivisia puolia niin voisiko tarkentaa tai avata niitä vielä lisää?
- Onko karjalaisuuden käyttö Suomen matkailussa konseptina ennestään tuttu?
 - Herääkö siitä minkälaisia ajatuksia?
- Onko sinulla kokemuksia tällaisista karjalaiseksi brändätyistä matkailukohteista tai palveluista?
 - Jos kyllä → minkälaisia ne ovat olleet?
 - jos huonoja → mikä teki niistä huonoja? → miten voisi parantaa?
 - jos hyviä → mitä teki niistä hyviä?
 - Jos ei → haluaisitko kokea jotain sellaista?

Osa 3.


Untitled

1

- Onko joitain asioita mitä mielestäsi kannattaisi eritoten ottaa huomioon karjalaisuuden tuotteistamisessa matkailussa?
- Ajatteletko kulttuurisensitiivisyyden näkyvän tämän hetkisissä karjalaisbrändätyissä matkailupalveluissa ja -tuotteissa?
 - jos kyllä → miten?
 - → olisiko sitä mahdollista vielä mielestäsi kehittää? → jos kyllä, miten?
 - jos ei → miten ei?
 - → miten kulttuurisensitiivisyyttä voitaisiin toteuttaa

LIITE 3: VERKKOKYSELY MATKAILUTOIMIJOILLE

Karjalaisuus matkailualan yrityksissä

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa, kuinka karjalainen kulttuuri näkyy Suomen matkailuyrityksissä, keskittyen Pohjois-Karjalan alueella toimiviin yrityksiin. Kysely on osa opinnäytetyötä, joka käsittelee karjalaisuuden hyödyntämistä matkailutoimialalla.

Vastaathan kyselyyn huolella, oman tietämyksesi mukaisesti.
Aikaa kyselyyn menee noin. 5 minuuttia.

Kaikki kyselyn vastaukset annetaan anonymisti eikä henkilö- tai yritystietoja kerätä taikka tallenneta.


Kysely koostuu kolmesta osasta, joiden avulla kartoitetaan vastaajien sijaintia, karjalaisuuden käyttöä sekä ilmentymistä liiketoiminnassa ja tuotteissa sekä karjalaisten mahdollista osallisuutta edellä mainittujen osa-alueiden kehitykseen sekä ylläpitoon.

[+ Lisää kysymys](#)
 [+ Lisää tekstiä/kuvia](#)
 [+ Lisää sivunvaihto](#)

1. Missä kunnassa toimipaikkanne sijaitsee? *

Heinävesi
 Ilomantsi
 Joensuu
 Juuka
 Kitee
 Kontiolahti
 Lieksa
 Nurmes
 Outokumpu
 Polvijärvi
 Rääkkylä
 Tohmajärvi

[+ Lisää kysymys](#)
 [+ Lisää tekstiä/kuvia](#)
 [+ Lisää sivunvaihto](#)

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tässä osiossa kartoitetaan, kuinka karjalaisuutta käytetään eri matkailualan yrityksissä. Tarkoituksena on saada tarkempi kuva siitä, kuinka karjalaisuus ilmenee kaupallistetussa liiketoiminnassa ja mihin yhteyksin karjalaisuutta on pyritty brändäämään.

[+ Lisää kysymys](#)
 [+ Lisää tekstiä/kuvia](#)
 [+ Lisää sivunvaihto](#)

2. Miten karjalaisuus näkyy toiminnassanne? *

- Majoituspalveluissa
- Ravitsemispalveluissa
- Vierailukohteissa, nähtävyyksissä
- Ohjelmapalveluissa
- Markkinoinnissa
- Muissa liiketoiminnan osa-alueissa, missä?
- Ei mitenkään

3. Millä tavoin karjalaisuus kyseisissä palveluissanne näkyy? *

- Vaatetuksessa
- Ruoassa
- Sisustuksessa
- Aktiviteeteissa
- Kielessä
- Uskonnollisin elementein
- Muuten, miten?
- Ei mitenkään

[+ Lisää kysymys](#)[+ Lisää tekstiä/kuvia](#)[Lisää sivunvaihto](#)**4. Karjalaisuus ruoassa näkyy**

- Valituissa ja käytetyissä raaka-aineissa
- Ruoan valmistusmenetelmissä
- Reseptiikassa
- Ruoan esillepanossa


5. Karjalaisuus kielessä näkyy


- Henkilökunnan kielitaitona
- Karjalankielisissä opasteissa, nimissä tai muissa teksteissä
- Kirja- ja/tai lehtivalikoimassa
- Muuten, miten?


[+ Lisää kysymys](#)[+ Lisää tekstiä/kuvia](#)[Lisää sivunvaihto](#)**6. Kuvaile omin sanoin, kuinka karjalaisuus näkyy palveluissanne sekä toiminnassanne.**

Tässä osiossa kartoitetaan karjalaisten osuutta liiketoiminnan sekä palveluiden ja tuotteiden suunnittelussa, kun kyse on liiketoiminnan karjalaisuutta hyödyntävistä osa-alueista.

Karjalaisina käsitetään tutkimuksessa ne henkilöt, jotka identifioituvat karjalaisen kulttuurin ja kielen kanssa. Heillä myös oletetaan olevan jonkinlainen konkreettinen yhteys karjalaan (joko oman asuinseudun tai esimerkiksi sukulaisten kautta).

 Lisää kysymys


 Lisää tekstiä/kuvia


 Lisää sivunvaihto


7. Onko liiketoiminnan suunnittelussa ollut mukana karjalaisia henkilöitä? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

8. Millä tavoin?

 Lisää kysymys

 Lisää tekstiä/kuvia


 Lisää sivunvaihto


9. Työskenteleekö yrityksessänne tällä hetkellä karjalaisia? *


- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

10. Onko karjalaisia osallistunut jossain muussa vaiheessa toiminnan ja palveluiden kehittämiseen? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

 Lisää kysymys

 Lisää tekstiä/kuvia

 Lisää sivunvaihto

11. Millä tavoin?

12. Haluaisitko osallistaa karjalaisia henkilöitä karjalaista kulttuuria hyödyntävien tuotteiden ja palvelujen kehityksessä ja/tai ideoinnissa?
*

63 (67)

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

+ Lisää kysymys

+ Lisää tekstiä/kuvia

+ Lisää sivunvaihto

13. Kerro halutessasi lisää.

+ Lisää kysymys

+ Lisää tekstiä/kuvia

+ Lisää sivunvaihto

Edellinen

Lähetä

100 % Valmis (3 / 3)

Kiitossivu

Kiitos vastauksesta!

Mikäli sinulla heräsi kysyttävää niin oletan yhteydessä
mimosa.kokko@edu.savonia.fi.



Kysely luotu Webropolilla


Klikkaa tästä ja lue lisää

LIITE 4: SEMINAARIESITYKSEN ESITYSMATERIAALI




MITÄ ON KULTTUURI- SENSITIIVISYYS?




- Kulttuurillisen ja ympäristön kuormituksen minimoimista
 - Rakennetun ja elävän kulttuurin suojelua
 - Kulttuurien välistä ja sisäistä ymmärrystä sekä kunnioitusta
- 



KULTTUURILLINEN KESTÄVYYS

- Kulttuurillisten erojen tiedostamista
- Säilytys ja ylläpito
- Asenteiden ja arvojen muuttaminen ja hallinnointi

KULTTUURISENSITIIVISYYS

- Kulttuurillisten erojen tiedostamista
 - Kunnioitusta ja arvostusta
 - Hyväksymistä ilman arvojen asettamista
- 

MIKSI KULTTUURI- SENSITIIVINEN MATKAILU?



65 (67)

- Tukee vastuullisuustrendejä
- Syventää yrityksen vastuullisuutta
- Viestii eettisistä arvoista ja halusta vaikuttaa
- Toimii kilpailuvalttina
- Taloudellinen kannattavuus

Inklusiivisempaa ja
taloudellisempaa matkailua

MITEN KEHITTÄÄ MATKAILUA KULTTUURI- SENSITIIVISEMMÄKSI?



3 TÄRKEINTÄ ENSIMMÄISTÄ ASKELTA

1. Kulttuurisensitiivisyyden sisäistäminen konseptina
2. 7 elementin ymmärtäminen
3. Aidon halun omaaminen

KONSEPTIN SISÄISTÄMINEN

- Ei pelkästään vähemmistöjä ja enemmistöjä
- Kaikki kulttuuriin liittyvät yksittäiset osa-alueet
- Sen hetkiset taloudelliset resurssit ja tilanteet

SEITSEMÄN ELEMENTTIÄ

PAIKALLISUUS

VASTAVUOROISUUS

HENKILÖKOHTAISUUS

TOISTEN KUNNIOITTAMINEN

KESKUSTELEMINEN
& KUUNTELU

KULTTUURITUNTEMUS

YHDESSÄ LUOMINEN

AITO HALU & VALMIUS AVOIMUUTEEN

- Eriävien lähtökohtien hyväksymistä
 - historialliset
 - sosiokulttuuriset
 - poliittiset kontekstit
- Vähemmistökulttuurin tuntemusta
- Yhteisöjen näkemysten priorisointia

Vähemmistökulttuurin yhteisöjen ehdoilla

KITEYTETTYNÄ

kulttuurisensitiivisyys on

- Työkalu tasa-arvoisempia, erilaisuutta kunnioittavien tilojen luomiseen
- Auttaa vähentämään väärinkäyttöä ja purkamaan mahdollisia valta-asemia
- Keino syventää omaa toimintaa ja arvomaailmaa
- Kannattavaa niin yrittäjän kuin asiakkaankin näkökulmasta

MINUT TAVOITTAJ:



mimosakokkoedu.savonia.fi



<https://www.linkedin.com/in/mimosa-kokko/>

