



Maat valuuttana:

Kuinka nykymatkailijat muuttavat maat statussymboleiksi

Emma Felin, Master's Thesis, University of Lapland



Agenda

Intro

Tutkimuksen taustaa

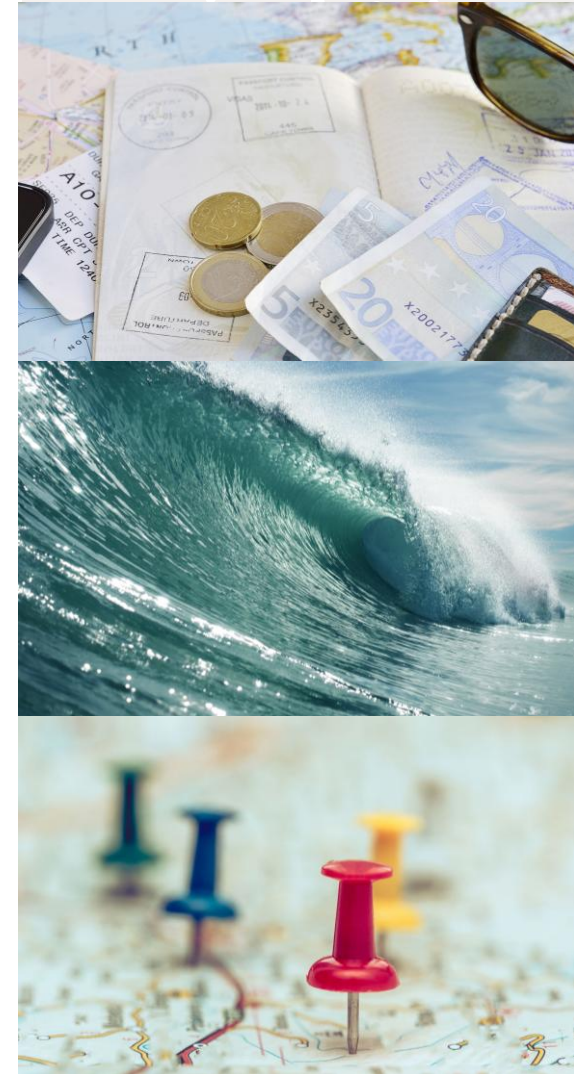
Tulokset

Identiteettisykli

Vaikutus

Intro

- Counting countries:
Exploring performance-driven travel trend
- Tutkimus käsittelee ilmiötä, jossa matkailijat laskevat ja jakavat maiden lukumäärän osana minäkuvaansa.
- Se ei ole vain numeroiden keräämistä
 - se on tapa kertoa itsestä ja hakea tunnustusta.





Miksi ilmiö on kiinnostava?

- Yhdistää matkailun, sosiaalisen median ja identiteetin rakentamisen.
- Heijastaa laajempaa kulttuurista trendiä: kokemusten mittaaminen, esittäminen & suorittaminen.
- Matkailu nähdään entistä enemmän esitysareenana.



Tutkimuskysymykset

1. Miten matkailijat käyttävät maapisteiden keräämistä itsensä esittämiseen?
2. Miten maapisteiden kerääminen rakentaa matkailijan identiteettiä?
3. Miten matkailijat esittävät matkasaavutuksia saadakseen tunnustusta?
4. Miten maapisteiden laskeminen toimii statussymbolina?

Miten tutkimus tehtiin?

- Laadullinen tutkimus, seitsemän teemahaastattelua.
- Teemana: matkailukokemukset, tuntemukset, sosiaalinen media.
- Goffmanin performanssiteoria – matkailu esiintymisenä (näyttämö).



Matkailu identiteetin näyttämönä

MATKAILU JA MINÄKUVA

- Maapisteiden kerääminen auttaa rakentamaan identiteettiä.
- Numero toimii symbolina: maailmallisuus, seikkailunhalu, päättäväisyys.

MATKAILUN ESITTÄMINEN

- Sosiaalinen media ei vain dokumentoi – se muokkaa matkailukokemusta.
- Matkustajat jakavat tarinoita ja numeroita saadakseen tunnustusta ja kuuluvuutta.

Tunne ja näyttämöllä oleminen

TUNNEKOKEMUKSET

- Matkailussa ei ole kyse vain kohteista, vaan myös tunteista.
- Ylpeys, onnistuminen, itsevarmuus.
- Nämä tunteet vahvistavat identiteettiä ja ohjaavat seuraavia matkoja.

PERFORMANSSI JA VERTAILU

- Matkailu on vuorovaikutusta: olemme sekä näyttelijöitä että yleisöä.
- Sosiaalinen media luo paineita verrata ja mitata.



Symbolinen pääoma

1. Maapisteet ovat symbolista pääomaa: samankaltaista kuin koulutus tai ura.
2. Ne voivat viestiä elämäntyylistä (esim. maailmanmatkaaja) ja statuksesta.
3. Ulkoinen & sisäinen motivaatio:
 - a) Matkustetaan itselle,
 - b) mutta myös toisille kerrottavaksi.

Identiteettisykli

- **Minäkuva**
 - Mm. seikkailunhaluinen, utelias ja määrätietoinen
 - Matkailu toimii keinona tehdä nämä piirteet näkyviksi.
- **Kokemukset ja tunteet**
 - Mm. itseluottamus, ylpeys ja merkityksellisyys.
 - Matkailu vahvistaa näitä tunteita.
- **Jakaminen ja esittäminen**
 - Tarinoiden ja kuvien kautta matkailusta tulee esitetty identiteetti.
- **Palaute ja tunnustus**
 - Tykkäykset, kommentit ja huomio vahvistavat esitettyä identiteettiä, mutta voivat myös luoda paineita ylläpitää tiettyä kuvaa.
- **Vaikutus tuleviin matkoihin**
 - Saadun palautteen ja identiteetin pohjalta muotoutuvat uudet matkakohteet, prioriteetit ja tavoitteet.





*Tämä kaikki vaikuttaa siihen,
minne matkustajat suuntaavat
seuraavaksi, mitä he pitävät tärkeänä
ja mitä he toivovat ilmaisevansa.*

Vaikutukset

HAASTEET

Painotus numeroihin voi:

- johtaa pinnallisiin vierailuihin
- vähentää autenttista vuorovaikutusta
- edistää "checklist-matkailua"

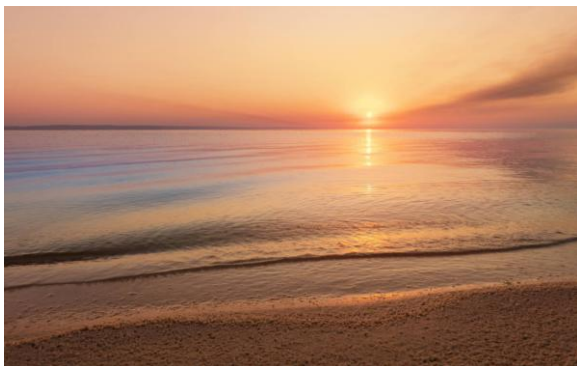
= lisää matkailun negatiivisia vaikutuksia.

MAHDOLLISUUDET

Merkityksellisten kokemusten lisääminen:

- syvempi kulttuurinen sitoutuminen
- hitaampi matkailu & pidempi viipyminen
- vastuullisempi tarinankerronta.

= matkailun positiivisten vaikutusten edistäminen.



Yhteenveto

- Ilmiö on enemmän kuin lista numeroita.
- Se heijastaa kuka haluamme olla ja kuinka haluamme tulla nähdyiksi.
- Matkailu on sekä kokemus että esitys.
- Me voimme vaikuttaa minkälaista matkailua luomme.

Kiitos

Linkit:

- [Gradu](#)
- [Versuksen artikkeli gradusta](#)
- [Ikkunapaikan artikkeliin gradusta](#) (s. 20)
- [Emman blogi](#)
- [Emman LinkedIn](#)

