

**Sukujuurimatkailu identiteetin vahvistamisen työkaluna: Esimerkkinä
Skotlanti**

Essi Tuohimaa

LuK-seminaari ja -tutkielma
790351A
Maantieteen tutkinto-ohjelma
Oulun yliopisto
7.12.2020

Tiivistelmä

Tässä tutkielmassa käsittelen sukujuurimatkailemisen ilmiötä, ja siihen vaikuttavia tekijöitä, sekä yleisellä tasolla että Skotlannin esimerkin kautta. Sukujuurimatkailemisessa on kyse diasporan jäsenten matkustamisesta kotimaahan, eli maahan, jossa heidän sukujuurensa sijaitsevat. Tämä matkustaminen vahvistaa yksilöiden juuri-identiteettiä, mahdollistaa sukututkimuksen tekemisen paikan päällä, sekä tarjoaa yksilöille mahdollisuuden luoda kontakteja ja yhteyksiä ”kotimaahan”.

Sukujuurimatkaileminen on erityisen vahva ilmiö etenkin Skotlannissa sen pitkän emigraatiohistorian vuoksi. Skotlannista on viimeisen 250 vuoden ajan suuntautunut useita migraatioaaltoja etenkin Pohjois-Amerikkaan ja Australasiaan. Nämä maastamuuttajat ja heidän jälkeläisensä muodostavat Skotlannin diasporan, jonka kulttuuri ja identiteetti säilyy usein monienkin sukupolvien ajan suhteellisen vahvana. Tämä vahva identiteetti ajaa ihmisiä matkustamaan kohteeseen, jossa esivanhemmat ovat joskus asuneet, ja sen kautta rakentamaan yhteyttä juuri-identiteetin mukaiseen kulttuuriin ja kansaan.

Sukujuurimatkailemiseen liittyy useita haasteita sekä matkailijan että matkailutoimijan näkökulmista. Matkailijan ja matkailutoimijan vuorovaikutukseen saattaa liittyä kohtuuttomia odotuksia, resurssipulaa sekä pettymyksiä. Matkailutoimijoiden, kuten museoiden ja sukututkimuskeskusten, toiminta on usein riippuvainen apurahoista, jotka eivät kuitenkaan usein riitä toiminnan kattamiseen. Tällöin matkailutoimijat joutuvat nojautumaan paikallisten vapaaehtoisten asiantuntijoiden apuun sukujuurimatkailemisen tarjoamiseksi.

Nykyaikana internetin ja kotiin tilattavien geenitestien takia sukujuurimatkaileminen ja sukututkimus ovat helpottuneet huomattavasti, ja näin ollen sukujuurimatkailemisen ilmiö on jatkuvassa kasvussa. Internetin avulla yksilö pystyy tekemään helposti tutkimusta omista sukujuuristaan kotoa käsin, eikä hänen tarvitse enää turvautua kohteesta löytyviin fyysisiin arkistoihin tiedon hankkimiseksi. Ennen matkaa tehty sukututkimus helpottaa myös matkailutoimijaa tarjoamaan matkailijalle yksilöllistettyjä matkailutuotteita, ja näin ollen kiihdyttämään sukujuurimatkailemista, ja sen tuomia tuloja, kohteessa.

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Teoreettinen viitekehys	5
2.1	Termistö.....	5
2.1.1	Diaspora	5
2.1.2	Perintö- ja sukujuurimatkailu	5
2.1.3	Juuri-identiteetti	8
2.2	Sukujuurimatkailijan näkökulma	9
2.2.1	Sukujuurimatkailijan motiivit	10
2.2.2	Tiedonhankinta	11
2.2.3	Sukujuurimatkan vaikutus matkailijaan	12
2.3	Matkailutoimijan näkökulma	13
2.4	Populaarikulttuurin ja internetin vaikutus sukujuurimatkailuun	16
3	Tutkimuskohde: Skotlanti	18
4	Johtopäätökset	24
	Lähteet.....	26

1 Johdanto

Basun (2004: 28) mukaan itsensä löytäminen voi olla sama asia kuin ”kodin” löytäminen. Sukujuurimatkailemalla lähdetään etsimään niitä molempia. Etenkin Pohjois-Amerikan ja Australaasian väestöt koostuvat hyvin pitkälti maahanmuuttajista tai heidän jälkeläisistään. Näillä ihmisillä esivanhempien kulttuuri ja kansallinen identiteetti on saattanut säilyä suhteellisen vahvana jopa useiden sukupolvien ajan. Tällöin ihminen identifioi itsensä edelleen kyseisen kansan ja kulttuurin mukaan, vaikkei hänellä olisikaan konkreettista linkkiä, eli esimerkiksi tiedossa olevia sukulaisia, esivanhempien synnyinmaahan. Ihmiset tuntevat vetoa kohti ”kotimaata”, eli paikkaa, jossa heidän sukujuurensa sijaitsevat, joka synnyttää kysyntää sukujuurimatkailemalle, eli matkailulle, joka kohdistuu alueelle, josta esivanhemmat ovat kotoisin. Tulen tässä työssä käyttämään termejä ”koti” ja ”kotimaa” kuvaamaan niitä alueita, joista diasporan jäsenet kokevat olevansa kotoisin, eli missä heidän sukujuurensa sijaitsevat, vaikka he eivät olisikaan siellä syntyneet tai asuneet.

Sukujuurimatkailemalla voidaan myös verrata pyhiinvaellukseen. Molemmissa matkustetaan itselle merkitykselliseen paikkaan, etsien *jotain*, yhteyttä *johonkin* kuviteltuun, näkymättömään voimaan, joka vetää puoleensa etsimään kotia (Basu 2004: 35). Pyhiinvaelluksessa lähdetään etsimään ja vahvistamaan yhteyttä uskoon, Jumalaan ja, esimerkiksi kristinuskon tapauksessa, kävelemään Jeesuksen jalanjäljissä. Sukujuurimatkailemalla on pitkälti sama idea. Lähdetään näkemään, mitä esivanhemmat ovat nähneet, kulkemaan heidän jalanjäljissään, ja rakentamaan siltaa menneisyyden ja nykyisyyden välille, sekä pääsemään lähemmäksi omia juuriaan ja omaa sukuhistoriaa, ja samalla omaa identiteettiään. Samalla rakennetaan yhteyttä myös muuhun yhteisöön ja omaksi tunnettuun kansaan.

Omien sukujuurien tutkiminen on ollut oleellinen teema kirjallisuudesta jo 1970-luvulla, mutta vasta sittemmin television ja internetin yleistymisen kautta se on saavuttanut suurempaa suosiota, ja samalla tullut helpommaksi. Nykyään kuka tahansa pystyy helposti selvittämään oman geneettisen perimän ja sukujuurien sijainnin kotitestin avulla, joten voidaan vain olettaa, että sukujuurimatkailemisen ilmiö ei ole katoamassa mihinkään, päin vastoin. Geenitestien avulla ihminen saattaa löytää kohteita, johon ei muuten olisi välttämättä matkustanut, ja samalla löytää aivan uuden osan itsestään, joka nostattaa ihmisen itsetuntoa ja vahvistaa identiteettiä. Halu matkustaa kohteeseen, jossa esivanhemmat ovat joskus asuneet, avaa matkailijalle täysin uuden ulottuvuuden matkailuun sekä auttaa matkailijaa löytämään

yhteisöllisyyttä ja solidaarisuutta kohteesta, jossa hänen sukujuurensa sijaitsevat (Murdy ym. 2018: 13).

Eniten sukujuurimatkailemisen tutkimuksessa keskitytään yksityishenkilöiden motivaatioihin ja kokemuksiin, kun taas yksilöllistä matkailutuotetta tuottavan matkailutoimijan näkökulma on jäänyt hieman vähemmälle huomiolle (Timothy & Boyd 2006: 2). Geenitestiä hyvän saatavuuden ja edullisuuden vaikutuksesta sukujuurimatkailemisen kiihtymiseen ei olla matkailun alalla tutkittu tarpeeksi, joten tätä teemaa olisi erityisen mielenkiintoista ja tärkeää tutkia jatkossa. Sukujuurimatkailemisen tutkimuksessa keskitytään paljon ihmisen olemassa olevan juuri-identiteetin vahvistamiseen, eikä tutkita ihmisiä, jotka eivät ole tienneet sukujuuristaan, ja päättävät matkustaa alueelle tutkimaan tätä niin sanottua uutta löydöstä.

Tässä työssä tulen käsittelemään jo tehtyjen tutkimusten pohjalta sukujuurimatkailemista, sekä matkailijan että matkailutoimijan näkökulmista. Tulen tutkimaan ilmiötä tarkemmin Skotlannin näkökulmasta, sillä Skotlannissa sukujuurimatkaileminen on suhteellisen hyvin tutkittu ja tunnistettu ilmiö. Valitsin työhöni tutkimusesimerkiksi Skotlannin alueen, jonka avulla tulen pohtimaan ilmiötä tarkemmin yksittäisen maan näkökulmasta. Tavoitteenani on selvittää, miksi juuri Skotlannissa sukujuurimatkaileminen on niin merkittävää, miten sen potentiaalia pyritään valjastamaan esimerkiksi strategioiden tai markkinoinnin avulla, millaisia haasteita siihen liittyy, sekä millaisia vaikutuksia sukujuurimatkailemisellä on Skotlannille. Ensin tulen määrittelemään ilmiöön liittyvät peruskäsitteet, kuten diasporan ja juuri-identiteetin. Lisäksi esittelen perintömatkailemisen ja sukujuurimatkailemisen keskeisimmät erot. Nämä kaksi termiä kulkevat käsi kädessä niin tässä työssä, kuin tutkimuksessa ylipäänsä, joten on mielestäni oleellista ymmärtää myös näiden kahden matkailutyypin eroavaisuudet.

2 Teoreettinen viitekehys

2.1. Termistö

2.1.1 *Diaspora*

Diaspora-termillä on useita eri määritelmiä, mutta tässä työssä tulen määrittelemään diasporan kansainväliseksi yhteisöksi, joka identifioi itsensä esivanhempiensa kotimaan ja kulttuurin mukaan. Esimerkiksi ihmiset, joiden sukujuuret ovat Skotlannissa, ja jotka identifioivat itsensä skotlantilaisiksi ja harjoittavat kyseiselle kansalle ominaista kulttuuria, mutta eivät itse asu Skotlannissa, kuuluvat Skotlannin diasporaan (Alexander ym. 2017: 546). Alunperin diaspora-termiä käytettiin kuvaamaan yhteisöjä, jotka pakotettiin muuttamaan kotimaastaan pois, erityisesti Palestiinan juutalaisia, tai Afrikan orjakaupan uhreja (Brubaker 2005: 2). Nykyään termiä käytetään kuitenkin laajemmin, kuvaamaan myös vapaaehtoisen muuttoliikkeen muodostamia kansainvälisiä yhteisöjä, joilla on vahva yhtenäinen ryhmäidentiteetti sekä aito tai kuviteltu suhde kotimaahan ja muihin yhteisön jäseniin (Leith & Sim 2016: 2).

Diaspora-termi voidaan jakaa kolmeen eri tyyppiin: asuneeseen diasporaan, juuridiasporaan sekä yhteysdiasporaan. Asuneeseen diasporaan kuuluu ne henkilöt, jotka ovat joko syntyneet kotimaassaan (eli siinä maassa, jonka diasporaan he kuuluvat) tai ovat asuneet siellä väliaikaisesti esimerkiksi opiskelujen tai työn takia. Juuridiasporaan lukeutuvat ne henkilöt, joiden sukujuuret ovat kyseisessä maassa, mutta jotka eivät itse ole maassa asuneet. Yhteydsdiasporaan sen sijaan kuuluvat ne ihmiset, jotka kokevat yhteyden kyseiseen valtioon muista syistä. He esimerkiksi ihailevat valtion kulttuuria ja kenties harjoittavat sitä itse, tai heillä on kaukaisia sukulaisia, jotka ovat kotoisin tästä valtiosta (Rutherford 2009). Tässä työssä tulen käyttämään diaspora-termiä lähinnä kuvaamaan juuridiasporaa, eli yhteisöä, jonka sukujuuret sijaitsevat kyseisessä maassa.

2.1.2 *Perintö- ja sukujuurimatkailu*

Sukujuurimatkailu on yksi perintömatkailun muodoista. Silberberg (1995: 361 Ray & McCain 2009: 297 mukaan) määritteli perintömatkan vierailuksi, jonka tekemää ihmistä motivoi täysin tai osittain kiinnostus historiallisia, taiteellisia, tieteellisiä tai elämäntapaan liittyviä asioita kohtaan, joita yhteisö, alue, ryhmä tai instituutio tarjoaa matkailijalle. Perintöä on sekä

kulttuurinen että luonnollinen, aineeton ja aineellinen perintö. Esimerkiksi kieli, kulttuuri, kulttuuriset esineet ja reliikit, tai maisema voidaan lukea perinnöksi, jota matkailija lähtee kokemaan perintömatkalla (Chhabra 2010: 1). Sukujuurimatkailussa perintö yhdistetään omaan geneettiseen perimään, eli tyypillisesti diasporan jäsenet matkustavat kohteeseen, josta heidän omat esivanhempansa ovat kotoisin. Diasporayhteisöön kuuluva ihminen matkustaa kyseisen diasporan ”kotimaahan” tutkimaan omaa sukuhistoriaansa sekä vahvistamaan omaa identiteettiään (Ray & McCain 2009). Tästä ilmiöstä käytetään kirjallisuudessa useita eri termejä, kuten geenimatkailu, juurimatkailu tai diasporamatkailu, mutta tässä työssä tulen jatkossa käyttämään termiä sukujuurimatkailu.

Sukujuurimatkailu on kehittynyt samanaikaisesti kahdesta eri alkuperästä 1900-luvun loppupuolella. Ensimmäinen sukujuurimatkailun kehityslinja on syntynyt perintömatkailun kautta, kun matkailijat ovat ilmaisseet enemmän mielenkiintoa yksilöllisempiä matkoja kohtaan, joita on räätälöity nimenomaan heidän tarpeisiinsa sopiviksi. Toinen kehityslinja on peräisin geeni- ja sukututkimuksen suosion ja saatavuuden kasvusta. Ihmisillä heräsi mielenkiinto oman geneettisen perimän ja sukuhistorian tutkimusta kohtaan, ja tämä mielenkiinto yhdistettiin nopeasti haluun matkustaa alueille, jossa sukujuuret huomattiin sijaitsevan (Kramer 2011: 431). Perintömatkailu on kasvanut räjähdysmäisesti viimeisten vuosikymmenten aikana, ja nykyään matkoja perintökohteisiin ja -nähtävyyksiin tehdään miljoonia vuosittain (Timothy & Boyd 2006: 10). Perintömatkailu on kuitenkin siirtymässä yhä enemmän tarjoamaan yksilöllistettyjä matkailutuotteita, joka johtaa siihen, että sukujuurimatkailu on myös yksi nopeiten kasvavista matkailusektoreista (Santos & Yan 2010: 56). Etenkin vanhempien matkailijoiden osuus on perintö- ja sukujuurimatkailussa suhteellisen suuri. Vanhemmilla matkailijoilla on usein matkailuun tarvittavia resursseja, kuten aikaa ja rahaa, ja heitä saattaa motivoida matkakohteeseen liittyvät nostalgian tuntemukset (Garrod & Fyall 2000: 695). Suhteellisen korkeaa keski-ikää selittää myös ihmisten halu siirtää omaa henkilökohtaista perimäänsä ja juuri-identiteettiä seuraaville sukupolville (Basu 2004: 35). Sukujuurimatkailua tapahtuu etenkin Pohjois-Amerikan väestön toimesta, sillä Yhdysvaltojen ja Kanadan väestöt koostuvat hyvin pitkälti maahanmuuttajista ja heidän jälkeläisistään. Nämä valtiot ovat lisäksi suhteellisen vauraita, joka tarkoittaa sitä, että kansalaisilla on usein varaa matkustaa ulkomaille esimerkiksi sukujuurimatkalle. Näiden maiden väestöjen keskuudessa onkin merkittävä halu matkustaa maihin, joissa yksilöiden juuret ovat.

Sukujuurimatkailu on erityisen voimakas ilmiö etenkin Irlannin ja Skotlannin diasporien keskuudessa. Näiden maiden diasporayhteisöissä ilmenee erityisen voimakkaat aidot, tai kuvitellut, yhteydet sukujuuriin, ja motivaatio tutustua ”unohdettuihin” kotimaihin on

voimakas (Basu 2004: 27). Tämä ilmiö ei kuitenkaan toteudu pelkästään Irlannin ja Skotlannin diasporayhteisöissä, vaan myös esimerkiksi Kiinan diasporan jäsenillä on todettu olevan huomattava halu palata kotimaahansa Kiinaan, ja Kiinan sukujuurimatkailevia onkin tutkittu suhteellisen paljon. Myös esimerkiksi toisen maailmansodan aikaan Puolasta paenneiden juutalaisten jälkeläiset, Balkanin sodan pakolaisten jälkeläiset tai transatlanttisen orjakaupan uhrien jälkeläiset ovat myös hyviä esimerkkejä sukujuurimatkailevien kohderyhmistä, ja lähiaikoina tutkimusta on tehty myös Skandinaviaan suuntautuvasta sukujuurimatkailevasta.

Perintömatkailussa matkailijalle tarjotaan erilaisia representaatioita kohteesta, esimerkiksi kohteen ihmisten etnisyydestä ja kansallisuuden tuntemuksesta. Nämä representaatiot alistuvat erilaisille tulkinnoille ja voivat aiheuttaa merkitysten muuttumista. Perintömatkailun luomat symboliset representaatiot kansallisesta identiteetistä tarjoavat sen sijaan sukujuurimatkailejoille tarttumapintaa, eli mahdollisuuden pohtia ja vahvistaa omaa kuulumistaan kyseiseen kansaan (Park 2010: 117 – 119 Alexander ym. 2017: 545 mukaan). Sukujuurimatkailevan yksi taustatekijöistä on modernissa yhteiskunnassa esiintyvä menetyksen tunne omaa historiaa, kulttuuria ja alueellista identiteettiä kohtaan. Yksilöt tuntevat olevansa osa tiettyä kulttuuria ja kansaa, mutta elävät siitä erillään, eli tuntevat menettäneensä osan itsestään asuessaan kaukana ”kotimaastaan” ja juuristaan (Santos & Yan 2010:56). Menneisyys siis ikään kuin ”kummittelee” yksilöiden elämässä, vaikka he eivät olisi sitä itse eläneetkään, vaan se on siirtynyt heidän tietoisuuteensa aikaisemmilta sukupolvilta (Hirsch 2008: 106). Historian yksilöllistäminen, esimerkiksi matkailutuotteen kehityksessä, tekee kuluttamisesta merkityksellisempää. Yksilöt haluavat tietää missä heidän esivanhempansa asuivat ja mitä he tekivät, jolloin matka kohteeseen vahvistaa ja ylläpitää matkailijan käsitystä omasta identiteetistään (Santos & Yan 2010: 57). Sukujuurimatkailussa yhdistyy yksilön halu nähdä maailmaa, oman historiansa ja juuriensa parempi ymmärtäminen, yhteyden luominen omaan kulttuuriinsa ja omaan kansaansa, sekä oman juuri-identiteetin vahvistaminen (Santos & Yan 2010: 57).

Sukujuurimatkailevalla voi potentiaalisesti olla merkittävä rooli yksittäisten valtioiden matkailussa ja taloudessa. Diasporan houkuttelu kohteeseen esimerkiksi erilaisilla tapahtumilla on erityisen tärkeää, sillä diasporan muodostaman matkailukysynnän merkitys kohdemaan taloudelle saattaa olla erittäin merkittävä, sillä sukujuurimatkailevien markkinoinnilla saatettaisiin tavoittaa valtiosta riippuen jopa kymmenien miljoonien ihmisten markkinat (Murdy ym. 2016: 1495). Tyypillisesti, mitä tyytyväisempi matkailija on sukujuurimatkailevansa, ja kohteessa saatuun palveluun, sitä enemmän hänen juuri-identiteettinsä vahvistuu, ja sitä todennäköisemmin hän palaa takaisin. Aiemmassa tutkimuksessa on huomattu, että

diasporayhteisön harjoittama sukujuurimatkailu saattaa johtaa lopulta jopa siihen, että diasporayhteisön jäsenet päättävät muuttaa takaisin kotimaahansa (Duval 2002: 257) Tätä on tapahtunut esimerkiksi Kroatiassa, joka on onnistunut houkuttelemaan entisiä maastamuuttajia tai heidän jälkeläisiään muuttamaan takaisin kotimaahansa (Bhandari 2016: 922).

2.1.3 Juuri-identiteetti

Ymmärtääksemme matkailijan näkökulmaa sukujuurimatkailuun, on tärkeää ensin ymmärtää matkailijan identiteetikokemuksia ja niihin liittyviä haasteita. Nämä toimivat pohjana esimerkiksi sukujuurimatkaan liittyville motiiveille ja odotuksille. Diasporan jäsen on kohdannut elämässään erilaisia haasteita, joihin sukujuurimatka voi toimia vastauksena. Diasporan jäsenellä saattaa olla suhteellisen vahvakin juuri-identiteetti. Basun (2004: 35) mukaan ”kuka minä olen?” ja ”mistä minä tulen?” ovat hyvin läheisesti liitoksissa ihmisen identiteetikokemuksessa. Juuri-identiteetti (Bhandari 2016: 916) tarkoittaa siis sitä osaa ihmisen identiteetistä eli minäkuvasta, joka syntyy ihmisen sukujuurista. Käytännössä siis, se mistä ihminen kokee olevansa kotoisin, tai mistä hänen vanhempansa tai esivanhempansa ovat kotoisin, muodostavat yksilön juuri-identiteetin. Käytännössä se on siis ikään kuin sekoitus kulttuurista, kansallista ja alueellista identiteettiä, josta syystä käytän tässä työssä pääasiassa termiä ”juuri-identiteetti”, edellä mainittujen termien sijaan.

Juuri-identiteetti eroaa siis alueellisesta identiteetistä, joka puolestaan viittaa enemmänkin alueeseen, jossa yksilö asuu tai on asunut. Henkilö voi siis olla alueelliselta identiteetiltään esimerkiksi amerikkalainen, tai kokea olevansa kotoisin jostakin tietystä kaupungista tai osa-valtiosta, mutta juuri-identiteetiltään kokee olevansa esimerkiksi Skotlantilainen tai Irlantilainen, sillä hänen sukujuurensa ovat sieltä peräisin. Sen sijaan juuri-identiteetti eroaa myös kulttuurisesta identiteetistä, sillä matkailijan kulttuurista identiteettiä saattaa muodostaa muutkin ominaisuudet, kuin sukujuurien mukainen identiteetti. Tai henkilö ei välttämättä harjoita kulttuuria, joka on ominainen sille kansalle tai alueelle, jossa yksilön juuret sijaitsevat, mutta voi silti kokea olevansa osa tätä kansaa, tai olevansa kotoisin kyseiseltä alueelta.

2.2 Sukujuurimatkailijan näkökulma

Diasporan jäsenillä, verrattuna natiiveihin kansalaisiin, heidän sukuhistoriaansa koristaa jatkuvuuden puuttuminen. Aukko jatkuvuudessa syntyy emigraation seurauksena, ja tarkoittaa käytännössä sitä, että oma identiteetti ja ”kuka minä olen” ei välttämättä ole täysin selvää, kuten se voi olla natiiville kansalaiselle, eli ihmiselle, jonka sukujuuret ovat alueella, jossa hän itse asuu. Diasporan jäsenellä saattaa olla vaikeuksia tuntea olevansa ”kotona” maassa, jossa hänen sukujuurensa eivät sijaitse. Yksilö voi joko pyrkiä rakentamaan kuulumisuuden tunnetta asuinpaikallaan, tai lähteä etsimään sitä muualta esimerkiksi sukujuurimatkan kautta. Sukujuurimatkailussa ei siis ole kyse niin ikään yhteyden rakentamisesta, vaan enemmänkin sen löytämisestä. Natiivin kansalaisen sukuhistoriassa maisema pysyy enemmän tai vähemmän samana, sillä ihmiset asuvat usein suhteellisen lähellä alueita, joissa heidän esivanhempansa ovat asuneet. Asia ei ole näin diasporan jäsenelle, sillä sukuhistorian maiseman jatkuvuus katkeaa emigraation takia, ja jatkuvuuden katkeaminen usein aiheuttaa aukon myös identiteettiin, ja saattaa tuntua osittaisen identiteetin menetykseltä. Sukujuurimatkailu saattaa olla vastaus aukon täyttämiseen ja sen kautta identiteetin korjaamiseen. Löydettyään yhteyden juuriinsa, matkailija lähtee laajentamaan omaa identiteettikokemustaan erilaisten narratiivien kautta, esimerkiksi perheen, kulttuurin, kansan ja diasporan kautta. Sukujuurimatkailijoilla on usein palava halu tietää esivanhemmistaan mahdollisimman paljon. Se, keitä esivanhemmat olivat, vaikuttaa siihen, kuka matkailija itse kokee olevansa. Tieto rakentaa identiteettiä uudelleen, sulkee jatkuvuuden aukkoa sekä korjaa sosiaalista identiteettiä. Samalla yhteys historiaan, kansaan ja paikkaan palautuu. (Basu 2004: 36 – 39).

Teema, joka on yleinen esimerkiksi alkuperäiskansojen keskuudessa, on yhteys maahan. Alkuperäiskansoille esimerkiksi luonto, ympäristö ja maisema saattavat olla pyhiä, ja niillä voi olla suurikin merkitys ihmisen kuulumisuuden tunteen ja sukujuurien kannalta. Diasporan jäsenellä ei välttämättä ole tätä yhteyttä maahan, jolloin sitä saatetaan lähteä hakemaan sieltä, missä heidän sukujuurensa (saattavat) sijaita. On tyypillistä, että matkailija tarttuu voimakkaasti esimerkiksi esihistorialliseen maisemaan kotimaassaan. Voi olla mahdollista, että ihminen, jonka sukujuuret ovat kyseisessä maassa, olisi kaukaisesti sukua niille ihmisille, jotka kauan aikaa sitten ovat rakentaneet kyseisen maiseman (Basu 2004: 39 – 40).

2.2.1 Sukujuurimatkoilijan motiivit

Diasporayhteisön matkustamisella kotimaahan on valtava merkitys juuri-identiteetin vahvistamiselle (Bhandari 2016: 925). Kohde vetää sukujuurimatkoilijoita puoleensa voimakkaalla kuulumisen ja kodin tunteilla. Matkoilijalla on voimakas tunnesidos kohteeseen ja sen kulttuuriin, ja hän haluaa lähteä oppimaan siitä sekä omasta sukuhistoriastaan lisää paikan päälle (Basu 2004: 39). Diasporan jäsenet tuntevat olevansa osa ”yhteistä historiaa”, johon liittyy tunteita muun muassa kodista, perheestä ja jaetusta verestä. Sisäinen kansallinen identiteetti johtaa yhteenkuuluvuuden tunteiden ja alueellisen identiteetin muodostumiseen (Ray & McCain 2009: 297).

Sukujuurimatkoilijan motiivit eroavat selvästi tavallisen kulttuurimatkoilijan motiiveista, ja samalla myös kiinnostus erinäisiin aktiviteetteihin ja kohteisiin on erilainen. Samaan aikaan myös sukujuurimatkoilijat ovat kaikki yksilöitä, joilla on yksilölliset motiivit ja tarpeet, jotka saattavat vaihdella suhteellisen paljonkin yksilöiden välillä. Paikkaan tai kulttuuriin tunnetut siteet ja yhteydet ovat eritasoisia, joten myös odotukset matkalta ovat erilaiset (Bhandari 2016: 913). Sukujuurimatkoilijalle on tunnistettu neljä päämotiivia, jotka ovat tiedonhankinta sukujuurista, vierailu esivanhempien asuttamiin paikkoihin, yhteyden muodostaminen muihin ihmisiin, sekä yhteyden muodostaminen itsensä kanssa (Ray & McCain 2009: 300). Sukujuurimatkoilijaa saattaa ajaa vain yksi näistä motiiveista, hän esimerkiksi haluaa vain vierailu esivanhempien asuinpaikassa. Tällöin matkoilija on saattanut tehdä huomattavan määrän tiedonhankintaa ennen matkaansa, eikä koe tarpeelliseksi tehdä tiedonhankintaa omista juuristaan sen enempää matkan aikana. Useammin kuitenkin sukujuurimatkoilijaa motivoi useampi edellä mainituista motiiveista.

Tyypillisesti sukujuurimatkoilijaa kiinnostaa pienemmät kohteet, joilla on hänelle itselleen henkilökohtaisesti suuri merkitys. Sukujuurimatkoilijassa keskitytään enemmän paikallisesti tärkeisiin kohteisiin, sen sijaan, että vierailtaisiin paljon kansallisesti tärkeissä kohteissa (Alexander ym. 2017: 553). Esimerkiksi hautausmaat, historialliset kirkot, rakennukset, tiet ja polut sekä muistomerkit saattavat olla henkilökohtaisesti tärkeitä, sillä nämä ovat niitä paikkoja, joissa esivanhempat ovat eläneet, asuneet ja vierailleet. Pienen kylän kirkko ei välttämättä ole tarpeeksi näyttävä kiinnittämään tavallisen matkoilijan huomion, mutta sukujuurimatkoilijalle sen merkitys saattaa olla valtava, sillä hänen esivanhempansa saattoivat mennä siinä kirkossa naimisiin, tai olla haudattuna kirkon hautausmaalle. Myös geenitutkimuskeskukset, joista sukujuurimatkoilija voi saada lisää tietoa omasta sukuhistoriastaan, ovat sukujuurimatkoilijassa keskeisessä roolissa. Näillä kohteilla on

matkailijan juuri-identiteettiä vahvistava ominaisuus. Päämotiivi sukujuurimatkailijalle on tyypillisesti halu tutkia omaa sukuhistoriaansa, ja tämän kautta ymmärtää paremmin identiteettiä ja kulttuuria, jonka matkailija on kokenut omakseen, ja jonka hän liittää kotiin. Sukujuurimatkailijat usein identifioivat kohdemaan heidän kotimaakseen, ja kokevat olevansa sieltä kotoisin, vaikka he eivät olisi ikinä siellä asuneet, tai edes vierailleet (Bhandari 2016; Wong 2015: 682). Toisin kuin perinteisessä matkailussa, sukujuurimatkailijat usein ajattelevat matkustavansa kotiin, sen sijaan että matkustaisivat pois kotoa. Käsitteenä ”kodin” ei siis tarvitse olla tuttu ja turvallinen, matkailija ei välttämättä ole koskaan käynyt siellä aiemmin, mutta se on paikka, johon hän on tuntenut kuuluvansa jo jonkin aikaa, mahdollisesti koko elämänsä. Se on paikka, johon yksilö tuntee kuuluvansa, ja joka on merkittävä osa yksilön identiteettiä. Kyseiseen paikkaan on muodostunut emotionaalinen yhteys, jota lähdetään vahvistamaan paikan päälle (Alexander ym. 2017: 554).

2.2.2 Tiedonhankinta

Matkailijan on nykyään suhteellisen helppo etsiä tietoa suvustaan ennen sukujuurimatkaa. Matkailijan tekemä tiedonhankinta usein helpottaa matkailutoimijan työtä, sillä matkailija tarjoaa hänelle hyvän pohjan, jonka päälle voi lähteä rakentamaan lisätietoa. Internetistä löytyy nykyään useita eri sivustoja, joita voi hyödyntää sukututkimuksen tekemiseen. Tiedonhankinnan avulla matkailija voi myös selvittää itselle tärkeitä kohteita, joiden pohjalta matkailija voi lähteä suunnittelemaan matkaansa. Tiedonhankinnan kautta matkailijalle myös syntyy käsitys siitä, mitä matkalta voi ja kannattaa odottaa.

Joskus tiedonhankinnan seurauksena matkailijalle saattaa kuitenkin kehittyä epärealistisen korkeat odotukset matkan tai juuriensa suhteen. Matkailija saattaa olla saanut tiedonhankinnan aikana käsiinsä virallisen näköisen todistuksen siitä, miten hän on sukua jollekin merkkihenkilölle, ja miten hänen esivanhempansa oli esimerkiksi sotasankari jossakin kuuluisassa taistelussa. Nämä todistukset eivät usein pidä paikkaansa. Matkailija saattaa pettyä karvaasti siihen, kun alan ammattilainen niin sanotusti ”iskee faktat pöytään”, ja kertoo matkailijalle, ettei hänen sukuhistoriassaan olekaan mitään erikoista ja merkittävää, vaan miten hänen juurensa ovat yksinkertaisesti esimerkiksi maanviljelyssä. Matkailija oli saattanut rakentaa ison osan identiteetistään nojaten luuloon, että hän on sukua jollekin tietylle historialliselle hahmolle (Alexander ym. 2017: 551). Matkailija on myös saattanut luoda tietynlaisia odotuksia esimerkiksi elokuvia katsellessaan. Näiden korkeiden odotusten ja

fiktiivisten teosten luomien tunnesidosten kanssa matkailija saattaa pettyä saapuessaan kohteeseen, joka ei vastaakaan odotuksia tai mielikuvia (Alexander ym. 2017:551).

2.2.3 Sukujuurimatkan vaikutus matkailijaan

Sukujuurimatalla on paljon vaikutuksia matkailijaan, ja yksittäinen matka saattaa aiheuttaa pysyvän jäljen ihmiseen. Sukujuurimatkan aikana matkailijan oma alkuperä ja kulttuuri materialisoituvat osaksi matkailijan omaa itseään, sen sijaan että olisi välillinen kokemus erilaisten kansantarinoiden ja legendojen kautta. Tapahtuu siis kulttuurista unifikaatiota, kun matkailija kokee pääsevänsä lähemmäs omaksi kokemaansa kulttuuria, kansaa ja juuri-identiteettiä. Jo ennen matkaa diasporan jäsen koki vahvasti kuuluvansa johonkin tiettyyn kansaan, johon hänen esivanhempansa aikanaan kuului, ja kokee olevansa osa kulttuurista yhteisöä. Sukujuurimatka syventää ja vahvistaa näitä tuntemuksia entistä vahvemiksi (Bhandari 2016:921). Yhteyden luominen kulttuuriin ja kansaan vahvistaa diasporan jäsenen itsetuntoa, ja antaa myös mahdollisuuden luoda ja vahvistaa sosiaalisia verkostoja (Santos & Yan 2010: 56; Bhandari 2016: 916). Matka auttaa matkailijaa ymmärtämään itseään paremmin, ja samaan aikaan kannustaa häntä harjoittamaan kulttuuriaan entistä vahvemmin, ja ylläpitämään sen säilyvyyttä tulevienkin sukupolvien ajan (Alexander ym. 2017: 544). Sukujuurimatkan aikana matkailija saattoi kokea kodin manifestaation. Matkailija pystyi seisomaan paikassa, jossa esivanhempien koti oli joskus seissyt, ja hän saattoi tuntea olevansa kotona ja kokea niin sanotun kognitiivisen kotiinpaluun. Vaikka itse rakennus ei olisi enää jäljellä, ympäristö ja maisema saivat temporaalisen välimatkan tuntumaan paljon pienemmältä, ja tämä saattoi olla erittäin liikuttava kokemus matkailijalle (Basu 2004: 37 – 38).

Sukujuurimatalla matkailija saattaa harjoittaa kuvitteellista rekonstruktiota. Tässä hän ei pelkästään pyri tuntemaan menneisyyttä tai kuvittelemaan esivanhemman kokemusta paikasta, vaan matkailija kuvittelee olevansa paikan päällä siihen aikaan, kun esivanhempi on alueella elänyt. Matkailija kuvittelee elävänsä menneisyydessä, ja tämä tekee kaikista niistä tarinoista, joita matkailija on kuullut esivanhempansa elämästä, merkityksellisempiä. Tarinoita pystyi ymmärtämään paremmin, kun pystyi näkemään itsensä siinä ajassa ja paikassa, jossa esivanhempi on ollut (Leite 2005: 290).

2.3 Matkailutoimijan näkökulma

Matkailutoimijalla on sukujuurimatkailussa tärkeä rooli kulttuurin suojelussa ja ylläpidossa. Etenkin museoilla on merkittävä rooli siinä, miten kohde ilmenee ulospäin, millaisia representaatioita kohteessa luodaan, ja millaisia kulutusmahdollisuuksia matkailijalle kohteessa tarjotaan (Bryce ym. 2017: 50). Sukujuurimatkailuun liittyy oleellisesti monet eri instituutiot ja järjestöt, kuten perintökeskukset, museot, arkistot, geenitutkimuskeskukset sekä yksittäisten sukujen seuramat (Murdy ym. 2016: 1503). Jatkossa käyttäessäni termiä ”matkailutoimija”, viittaan nimenomaan edellä mainittuihin instituutioihin, jotka tarjoavat erilaisia tuotteita ja palveluita sukujuurimatkailijoille, sekä näiden instituutioiden työntekijöihin.

Useimmiten matkailutoimijan ja matkailijan väliset kanssakäymiset ovat molempia osapuolia hyödyttäviä, mutta näihin kanssakäymisiin myös liittyy useita haasteita, joita tulen esittelemään tässä osiossa. Etenkin työn ja palvelun ollessa vahvasti yksilöllistettyä, on matkailutoimijalla paljon paineita odotusten täyttämässä ja pettymysten minimoinnissa (Bettencourt & Gwinner 1996). Matkailija on saattanut ennen kohtaamista luoda itselleen vääristyneen kuvan hänen juuri-identiteetistään, esimerkiksi epäluotettavien nettisivujen selailun kautta. Tällöin matkailutoimijan työhön kuuluu näiden ”kuviteltujen todellisuuksien” korjaaminen legitiimin tiedon avulla (Murdy ym. 2016: 1499). Matkailutoimija saattaa kuitenkin kohdata ammatissaan eettisiä haasteita siinä, kuinka paljon hänen on syytä puuttua matkailijan luomaan ”kuviteltuun todellisuuteen” omasta sukuhistoriastaan. Ensikädessä matkailija hakeutuu yhteistyöhön matkailutoimijan kanssa hakeakseen todennusta ja asiantuntijan varmennusta omalle identiteetilleen, jolloin hän saattaa pettyä tajutessaan, ettei hänen rakentamansa identiteetti nojaakaan legitiimiin tietoon (Bryce ym. 2017: 49).

Kuten edellä mainitsin, matkailijan tekemä tiedonhankinta ennen kohteeseen saapumista usein hyödyttää matkailutoimijaa, mutta saattaa olla matkailutoimijalle myös haitaksi, jos matkailija on luonut vääristyneitä identiteettikokemuksia perusteettoman tiedon pohjalta. Tällöin matkailutoimijan työnkuvaan kuuluu korjata nämä virheelliset uskomukset tieteellisen tiedon avulla, joka saattaa horjuttaa matkailijan juuri-identiteettiä. Pahimmassa tilanteessa matkailija ei suostu uskomaan tätä faktaa, tai on erittäin pettynyt kuulemaansa, ja tämä saattaa jopa aiheuttaa konflikteja matkailijan ja matkailutoimijan välille. Matkailija on usein matkustanut erittäin pitkiä matkoja tullessaan kohteeseen, joten on tärkeää, että matkailijan pettymyksiä pyrittäisiin välttämään. Pettymykset todennäköisesti johtaisivat siihen, että matkailija lähtisi kohteesta tyytymättömänä, eikä välttämättä palaisi takaisin. Matkailutoimijan työhön siis kuuluu selvittää matkailijan sukuhistoria niin, että kokemus on

matkailijalle positiivinen, ja hän lähtisi kohteesta hyvillä mielin, valmiina palaamaan jonain päivänä takaisin. Joskus se tarkoittaa sitä, että matkailutoimija päätyy sokerikuorruttamaan faktoja, tai olemaan kertomatta kaikkea, ja välttämään näin pettymyksiä. (Murdy ym. 2016: 1502-1503).

Toinen haaste, jonka matkailutoimijat kohtaavat työssään, matkailijoiden vääristyneiden identiteettikokemusten lisäksi, on matkailijoiden liian korkeat odotukset, ja liian vähäinen valmistautuminen. Sukututkimus vaatii usein erittäin paljon resursseja, ja se on hyvin vaativaa, etenkin jos matkailijalla ei ole paljon tietoa sukhistoriastaan ennestään. Esimerkiksi Skotlannissa monet sukunimet ovat erittäin yleisiä, joten pienessä kylässä saattaa olla monta eri samannimistä sukua, jolloin matkailijalta odotetaan enemmän tietoa kuin sukunimi ja maantieteellinen sijainti. Aina matkailija ei kuitenkaan osaa antaa enempää tietoa, etenkin jos hän ei ole valmistautunut ennakoon mitenkään. Matkailijoilla ei usein ole paljoa resursseja, esimerkiksi aikaa, ja näin ollen heillä saattaa usein olla kohtuuttomat odotukset matkailutoimijaa kohtaan. Mikäli matkailija saapuu kohteeseen ilman ennakoilmoitusta sillä ennako-oletuksella, että matkailutoimija pystyy niin sanotusti sormia napsauttamalla löytämään tietoa hänen sukhistoriastaan, ei matkailutoimija oikein pysty auttamaan matkailijaa. Sukututkimus vaatii paljon aikaa ja työtä, etenkin silloin, jos matkailijalla ei ole tarpeeksi ennakkotietoa, joka helpottaisi matkailutoimijan työtä. Matkailijat eivät aina ymmärrä tätä, eivätkä sen vuoksi ole valmistautuneet riittävän hyvin. Matkailutoimijalla on tällöin paine tarjota matkailijalle edes jonkin sortin tyydyttävä kokemus, jotta hän ei lähde pettyneenä kohteesta. Usein näissä tilanteissa tyydytään ohjaamaan muihin lähteisiin tai palveluihin, joissa tiedonhankintaa pystytään jatkamaan, esimerkiksi kotona internetin välityksellä matkan jälkeen. Muita hyviä esimerkkejä siitä, mistä tutkimusta voi jatkaa itse ovat paikalliset kirjastot, museot sekä sukujen omat järjestöt (Murdy ym. 2016: 1502 - 1504).

Haasteita ilmenee, vaikka matkailijalla olisikin paljon tietoa sukhistoriastaan, ja sukututkimukseen ollaan annettu riittävästi resursseja. Matkailutoimija saattaa saada selville jotakin, joka saattaisi aiheuttaa negatiivisia tunteita matkailijassa. Matkailija ei esimerkiksi välttämättä halua tietää, jos hänen esivanhempansa on tuomittu henkirikoksesta. Tällöin matkailutoimijan tulee tehdä päätös, kertooko hän löydöksistään suoraan, ottaen riskin, että matkailija lähtee kohteesta pettyneenä, vai pehmittääkö hän uutisia hieman, esimerkiksi sanoen että esivanhempi oli suvun ”musta lammas”. Kohteessa koetut mahdolliset pettymykset voivat aiheuttaa matkailijan palaamisen halun vähenemistä, tai luoda jopa luottamuksen puutteen matkailijan ja matkailutoimijan välille (Murdy ym 2016: 1505).

Alexanderin ym. (2017: 549) mukaan 95 % ajasta matkailija ottaa matkailutoimijaan yhteyttä ennen kohteeseen saapumista, ja osapuolet kommunikoivat matkailijan tarpeista ja toiveista matkansa suhteen jo matkan suunnitteluvaiheessa. Tämä helpottaa matkailutoimijan työtä, sillä hän pystyy varautumaan matkailijan tuloon, ja tekemään työnsä rauhassa ilman turhaa kiirettä. Samalla matkailutoimija on tietoinen matkailijan toiveista ja odotuksista, ja on voinut laatia suunnitelman, jonka avulla mahdollisia pettymyksiä ei matkailijalle tulisi. Usein matkailijat ovat tehneet paljon tiedonhankintaa, ja näin ollen ovat tyytyväisiä mihin tahansa lisätietoon, mitä matkailutoimija pystyy hänelle tarjoamaan. Kommunikointi matkailutoimijan ja matkailijan välillä niin ennen matkaa, matkan aikana, kuin sen jälkeenkin, on erityisen tärkeää myös esimerkiksi matkailutarjonnan ja -markkinoinnin kannalta, sillä matkailutoimija kerää paljon hyödyllistä tietoa matkailijalta, jota voidaan hyödyntää myös tulevaisuudessa erilaisiin tarkoituksiin (Alexander ym. 2017: 550).

Matkailutoimijoiden työtä hankaloittaa usein myös resurssipula, etenkin pienemmissä kohteissa. Yksilölliset vierailut ovat aikaavieviä ja haastavia, ja esimerkiksi museot ovat usein riippuvaisia paikallisista vapaaehtoisista työntekijöistä. Nämä vapaaehtoiset ovat usein alansa ammattilaisia, ja tietävät paljon esimerkiksi paikallisesta historiasta, perinteistä ja sukupuista, ja näin ollen osaavat usein nopeasti yhdistää matkailijan oikeaan sukuun. Ilman vapaaehtoisia, sukututkimusta tekevät matkailutoimijat jäisivät erittäin helposti miinuksen puolelle, kun matkailun tuomat tulot eivät kattaisi sukututkimuksen tuomia menoja. Tulot ovat vähäisiä, esimerkiksi sisäänpääsymaksut museoihin ovat usein pieniä, jolloin museot joutuvat turvautumaan apurahoihin toimintansa jatkamiseksi (Alexander ym. 2017: 551 – 552).

Ottaen huomioon sen, että sukujuurimatkailu on edelleen suhteellisen aliarvostettu ja pieni osa matkailualaa, sitä ei usein oteta riittävästi huomioon kohdemaan ja matkailutuotteen kehityksessä. Tällöin matkailukysynnästä ei välttämättä saada kaikkea hyötyä irti, ja etenkin pienempien, resurssipulasta kärsivien matkailutoimijoiden potentiaali jää usein hyödyntämättä (Murdy ym. 2018: 13). Tähän voitaisiin vastata esimerkiksi tutkimuksen kautta. Jos sukujuurimatkailun ilmiötä tutkittaisiin enemmän, ja otettaisiin selvää siitä, mitä matkailijat odottavat sukujuurimatkalta ja matkailutuottajan tarjoamilta palveluilta, osattaisiin sukujuurimatkailu alaa kehittää tehokkaammin, ja matkailutoimijat osaisivat kehittää palveluita ja tuotteitaan matkailijoille paremmin sopiviksi ja kysyntää vastaaviksi. Kun matkailijoiden toiveita ja odotuksia opitaan ymmärtämään ja ennakoimaan paremmin, on heitä helpompi opastaa oikeiden resurssien pariin. Ymmärryksen lisääntymisen kautta osattaisiin

esimerkiksi neuvoa matkailijaa, joka haluaa vieraila sukunsa asuinalueilla, kyseisiä palveluita tarjoavien organisaatioiden puoleen (Murphy ym. 2018: 16 – 18).

2.4 Populaarikulttuurin ja internetin vaikutus sukujuurimatkailuun

Nykyajan merkittävillä ilmiöillä, kuten populaarikulttuurilla, eli esimerkiksi televisio-ohjelmilla ja elokuvilla, internetillä sekä medialla voi olla suurikin merkitys sukujuurimatkailun ja sukuhistoriatutkimuksen suosioon. Basun (2004: 28) mukaan internetin yleistymisen ja edullisen lentomatkailun myötä sukututkimuksesta, ja siihen liittyvästä sukujuurimatkailusta, on tullut globaali ilmiö. Myös esimerkiksi televisio-ohjelman *Who do you think you are?* huomattiin aiheuttavan piikin sukujuurimatkailussa ja geenitutkimuksessa etenkin Iso-Britanniassa sen ensimmäisen kauden esityksen jälkeen vuonna 2004. Ohjelmassa seurataan julkisuuden hahmoja, jotka tutkivat omaa sukuhistoriaansa (Kramer 2011: 428), joten on hyvinkin ymmärrettävää, että tämä herättäisi mielenkiinnon ja innostuksen ihmisille selvittää omalta kohdaltakin, kuka minä oikein olen ja mistä minä tulen, ja jopa matkustaa alueelle, mihin sukujuuret sijoittuvat.

Internetin yleistymisen myötä myös tiedonhankinta on helpompaa. Henkilön, joka haluaa tutkia omia juuriaan, ei tarvitse tukeutua pelkästään fyysisiin arkistoihin, vaan nykyään on saatavilla useita nettisivustoja, joilla pystyy kotoa käsin tutkimaan omaa sukuhistoriaansa ja luomaan oman sukupuun. (Kramer 2011: 428). Yksityishenkilö pystyy kotoaan käsin etsimään valtavia määriä tietoa omasta perimästään jo pelkästään internettiä selailemalla. Joillakin valtioilla on omat nettisivustonsa, jonka kautta pystyy hakemaan tietoa omista sukujuurista. Tämän lisäksi netistä löytyy paljon kansainvälisiä hakukoneita, joista pystyy hakemaan esimerkiksi sukunimen perusteella tietoa, ja mahdollisesti löytää erilaisia arkistotietoja, kuten väestörekisterejä, kirkon rekisterejä tai muuttoliiketietoja. Tällaisia hakukoneita ovat esimerkiksi Ancestry.com, FamilySearch.org ja MyHeritage.com (Mehtiyeva & Prince 2020: 88). On kuitenkin selvää, että osa näistä hakukoneista on luotettavampia kuin toiset, joten tämän suhteen kannattaa olla tarkkana, eikä luottaa sokeasti sivuston antamiin tuloksiin.

Myös geenitekniikan yleistyttyä ja sen tullessa edullisemmaksi, yksityishenkilö pystyy ostamaan helposti internetin välityksellä geenitestipakkauksen noin sadalla eurolla, ja DNA-näytteen lähetyksen jälkeen tulokset ovat luettavissa kahden kuukauden sisällä. Lähettäessään oman DNA-näytteensä takaisin yritykselle tutkittavaksi, saa henkilö tuloksena

tiedon omasta geeniperimästään ja sukujuuristaan (Ancestry 2020). Näiden geenitestien vaikutusta sukujuurimatkailuun on mielestäni kannattavaa ja mielekästä tutkia enemmän tulevaisuudessa, sillä itse en löytänyt tutkimuksia, joita oltaisiin tästä aiheesta tehty. Löysin kuitenkin videon, joka toimii todisteena siitä, että kotona tehtävien geenitestien ja sukujuurimatkailun välillä on linkki. Kanadalainen sosiaalisen median matkailuvaikuttaja, käyttäjä nimeltään Hey Nadine, teki vuonna 2017 videon sosiaaliseen mediaan, jossa hän esitteli tekemänsä 23andMe tarjoaman geenitestin tuloksia, ja jonka jälkeen matkusti valtioihin, joissa hänen juurensa sijaitsivat, kuten Unkariin, Suomeen ja Sloveniaan. Näistä matkoista ja kokemuksistaan hän sitten teki videosarjan Youtubeen. Hänen mukaansa, se että hän oli tietoinen omasta geeniperimästään, hän koki voimakkaamman henkilökohtaisen yhteyden valtioihin, joihin hän matkusti, joka toi uuden ulottuvuuden matkustamiseen. Sarjan ensimmäinen video tehtiin yhteistyössä 23andMe-yrityksen kanssa, ja yhdessä Hey Nadine ja kyseinen yritys järjestivät arvonnän. Arvonnän voittajille lahjoitettiin sukujuurimatkat geenitestauksen tulosten perusteella (Hey Nadine 2017). On mielestäni siis reilua olettaa, ettei Nadinen tapauksessa kyse ole yksittäistapauksesta. Etenkin geenitestien yleistymisen, mutta myös suosittujen sosiaalisen median vaikuttajien vaikutuksen vuoksi voisi hyvin ajatella, että geenitestit lisäävät matkoja, jotka tehdään omien juurien tutkimista ja alueellisen identiteetin vahvistamista varten.

3 Tutkimuskohde: Skotlanti

Matkailu ylipäänsä on merkittävä tulojen lähde Skotlannille. Vuonna 2018 sinne matkusti 15,5 miljoonaa matkailijaa, joista 3,5 miljoonaa tuli ulkomailta, ja loput muualta Iso-Britanniasta. Näiden matkailijoiden käyttämä raha toi Skotlantiin tuloja melkein 5 miljardin punnan edestä, ja matkailusektorin kokonaistuotto kansalliselle taloudelle arvioitiin olevan jopa 10,5 miljardia puntaa. Sillä on myös merkittävä rooli työllisyyden kannalta, sillä 218 000 ihmistä työllistyi matkailusektorille vuonna 2018, joka vastasi 8 % Skotlannin työllisyydestä. Suurin osa kansainvälisistä matkailijoista saapui Euroopasta (64 %) ja Pohjois-Amerikasta (18 %) (Tourism industry in Scotland 2020). Näistä kokonaisluvusta sukujuurimatkailu on vielä suhteellisen pieni osuus, Murdy ym. (2018: 14) mukaan sukujuurimatkailu vetäisi puoleensa noin 213 000 vierailijaa vuosittain, ja sillä olisi edelleen 4,3 miljoonan matkailijan potentiaali seuraavien vuosien aikana. Sukujuurimatkailun arvioidaan olevan kokonaisuudessaan noin 2,5 miljardin punnan bisnes (Alexander ym. 2017: 546).

Sukujuurimatkailu on suhteellisen merkittävässä roolissa nimenomaan Skotlannissa, verrattuna moniin muihin valtioihin. Skotlannista on tapahtunut suuria määriä maastamuuttoa, eli emigraatiota, viimeisen 250 vuoden aikana, etenkin englantia puhuviin valtioihin, kuten Yhdysvaltoihin, Kanadaan, Australiaan ja Uuteen-Seelantiin (Murdy ym. 2016: 1495). Näissä maissa on näin ollen merkittävät skotlantilaistaustaiset yhteisöt, arvioiden mukaan jopa 15 % Kanadan väestöstä, sekä 3 % Yhdysvaltojen väestöstä olisivat skotlantilaistaustaisia (Alexander ym. 2017: 553). On arvioitu, että maasta muuttaneita oli peräti 2,5 – 3 miljoonaa ihmistä vuosien 1700 ja 1989 välillä. Tähän vaikutti useat historian tapahtumat. Bhandarin (2016: 915) mukaan siihen on vaikuttanut kaksi merkittävää ilmiötä: Skotlannin itsenäisyyden menetys 300 vuotta sitten, sekä Skotlannin aliekchittyneisyys Englantiin verrattuna. Esimerkiksi jakobiittikapinat ja klaanijärjestelmän mureneminen 1700-luvulla olivat pohjana maatalousjärjestelmän uudistukseen, jolloin maanviljely korvautui lammastaloudella, ja tämä pakotti Ylämaan paikallisia maanviljelijöitä muuttamaan Ylämaalta itärannikolle, tai kokonaan Skotlannin ulkopuolelle. Lisäksi 1900-luvun alussa ilmeni taloudellisia ongelmia, joka aiheutti etenkin maan keskiosista teollisuusalueelta ihmisten poismuuttoa (Devine 2011 Alexander ym. 2017: 546 mukaan). Eri taustaiset maastamuuttajat valitsivat usein eri kohteen. Esimerkiksi Kanadaan muuttivat tyypillisesti maanviljelijätaustaiset, jotka halusivat jatkaa elinkeinonsa harjoittamista uudessa maassa. Sen sijaan Yhdysvaltoihin muutti enemmän kauppamiehiä ja teollisuusalan työntekijöitä, sillä työmahdollisuudet olivat paremmat näille aloille Yhdysvalloissa (Bhandari 2016: 918).

Arvioiden mukaan Skotlannin diasporaan kuuluisi noin 50 miljoonaa ihmistä, mutta arviot vaihtelevat 20 miljoonasta jopa 90 miljoonaan (Alexander ym. 2017: 546). Skotlannin diasporan ihmiset elävät Skotlannin kulttuurin mukaan, ja noudattavat kulttuurin tapoja ja perinteitä, vaikka heidän esivanhempansa olisivat muuttaneet Skotlannin ulkopuolelle jo satoja vuosia sitten. Esimerkiksi tartaaniin pukeutuminen ja Ylämaan kisojen seuraaminen ovat yleisiä tapoja, siitä huolimatta, että näitä tapoja ei välttämättä ollut olemassakaan silloin, kun diasporan jäsenten esivanhemmat asuivat Skotlannissa (Ray & McCain 2009: 300). Arvioiden mukaan, diasporalla voisi olla merkittäväkin rooli kulttuurin säilyvydessä. Mikäli diaspora harjoittaa Skotlannin kulttuuria ulkomailla, esimerkiksi pukeutumalla tartaaniin ja kilttiin, tämä vahvistaa näiden symbolista asemaa myös Skotlannissa (Strathern & Stewart 2001 Leith & Sim 2016 mukaan).

Skotlantilainen identiteetti on ajan saatossa pysynyt suhteellisen vahvana Skotlannin diasporan kesken. Identiteetti on voimakas etenkin Yhdysvalloissa, jossa yhteisön jäsenet juhlivat jopa Tartaanipäivää, eli päivää, jolloin Skotlanti julistautui itsenäiseksi 6.4.1320 (Hague 2002 Bhandari 2016: 915 mukaan). Yhteisö onkin verrattain nationalistinen kotimaansa suhteen, ja sitä voidaan kuvailla kolmen toistuvan teeman kautta. Diasporan jäsenet usein kokevat tulevansa ”kotiin” matkustaessaan Skotlantiin, ja samalla heidän skotlantilainen identiteettinsä vahvistuu. He tuntevat aidosti olevansa osa skottien kansaa, sekä kannattavat usein Skotlannin itsenäistymistä. Skotlannin diasporan jäsenillä onkin siis ainutlaatuinen yhteys ”kotimaahan”, joka matkailijoiden mukaan vahvistuu entisestään sukujuurimatkan seurauksena. Tätä ilmiötä kannattaisikin hyödyntää esimerkiksi markkinoinnissa ja erilaisia tapahtumia järjestettäessä, sillä voidaan olettaa, että mitä vahvempi yhteys ihmisellä on ”kotimaahansa”, sitä todennäköisemmin hän on valmis matkustamaan sinne, jopa useita kertoja (Bhandari 2016: 923).

Sukujuurimatkailun potentiaali on valtava, ja sitä ollaan lähiaikoina pyritty hyödyntämään enenevässä määrin. Skotlannin aluehallitus on ottanut tavoitteekseen luoda merkittävämpää kansainvälistä näkyvyyttä Skotlannille, ja tätä pyritään toteuttamaan etenkin yhdysvaltalaisen diasporan osallistamisen kautta (Leith & Sim 2016: 6). Skotlanti esimerkiksi nimesi vuoden 2009 kotiinpaluun vuodeksi, jonka avulla pyrittiin houkuttelemaan diasporaan kuuluvia ihmisiä matkustamaan ”kotimaahansa”. Samana vuonna juhlittiin myös muita Skotlannista lähtöisin olevia asioita, kuten Robert Burnsia (jonka 250-vuotissyntymäpäivää vietettiin myös samana vuonna), viskiä, golfia, skotlantilaisia suurajatteliijoita ja innovaatioita, sekä Skotlannin rikasta kulttuuriperintöä. Tästä syystä maassa järjestettiin huomattavan paljon erilaisia tapahtumia, joihin esimerkiksi diasporaa kannustettiin osallistumaan (Bhandari 2016:

924). Kotiinpaluun vuosi houkutteli Skotlantiin peräti 72 000 ylimääräistä matkailijaa (Leith & Sim 2016: 11), jotka toivat mukanaan 53,7 miljoonaa puntaa ylimääräisiä matkailutuloja, joka oli jopa 22 % enemmän kuin osattiin odottaa. Suuren suosion vuoksi, kotiinpaluun vuosi päätettiin järjestää uudestaan viisi vuotta myöhemmin, eli vuonna 2014, mutta tällä kertaa tapahtumat toistettiin pienemmällä mittakaavalla, joka aiheutti joitain pettymyksiä matkailijoille (Bhandari 2016: 924). Pettymyksistä ja vastoinkäymisistä huolimatta, nämä kaksi teemavuotta ovat onnistuneet tehostamaan matkailua merkittävästi. Teemavuosien aikana erilaiset tapahtumat paransivat huomattavasti sukututkimuksen saatavuutta, joka houkutteli sekä matkailijoita että paikallisia skotteja tutkimaan omaa sukhistoriaansa (Leith & Sim 2016: 13).

Kotiinpaluun teemavuodet saivat inspiraationsa aiemmin järjestetyistä pienemmistä tapahtumista, joissa diasporaa houkuteltiin matkustamaan Skotlantiin. Ensimmäinen vastaava tapahtuma järjestettiin vuonna 1960 Shetlandinsaariilla (ks. kuva 1), ja se oli nimeltään Hamefarin (tarkoittaa kotiinpaluuta Shetlandin murteella). Tapahtuman järjestäjät kutsuivat noin 80 uusi-seelantilaista matkailijaa viettämään viikon paikallisen yhteisön kanssa. Viikon aikana järjestettiin opetuksellisia, kulttuurillisia ja sosiaalisia tapahtumia (Thomason 1960 Robertson 2018: 339 mukaan). Hamefarinin festivaaleja ollaan järjestetty sittemmin kolme kertaa uudelleen, vuosina 1985, 2000 ja 2010. Viimeisin festivaali keräsi kohteeseen jo yli 700 matkailijaa ympäri maailmaa (Robertson 2018: 339). Toinen esimerkki pienemmän mittakaavan kotiinpaluusta tapahtui vuonna 1999, kun kanadalaisia skotteja houkuteltiin palaamaan ”kotiin” Orkneysaariille Pohjois-Skotlantiin (ks. kuva 1). Tapahtumaa markkinoitiin pakettimatkana, johon sisältyi matkat, majoitus, kierroksia ja ekskursionia sekä muita aktiviteettejä, kuten sukututkimusta. Tapahtuma onnistui keräämään noin 150 Kanadalaista Orkneysaariille, ja tapahtuma keräsi myös paljon mediahuomiota sekä kansallisella että alueellisella mittakaavalla (Basu 2004: 28 – 30).

Kotiinpaluun teemavuosien ja Hamefarinin tarkoitus ei ole pelkästään diasporan aktivoinnissa ja kulttuuriperinnön säilyvyydessä, vaan niillä on myös laajempi poliittinen ja taloudellinen merkitys Skotlannille. Skotlanti ei Iso-Britannian alaisena pysty tekemään kaikkia poliittisia päätöksiä itse, esimerkiksi verotusta koskien, joten Skotlannin aluehallinto pyrkii irtautumaan, ja osoittamaan itsehallintoaan, erilaisten matkailu- ja kulttuuritoimien kautta. Skotlanti eroaa selvästi muusta Iso-Britanniasta sen vahvan kulttuurin ja vankkojen historiallisten juurien kautta, ja Skotlannin aluehallinto käyttää näitä asioita hyväkseen esimerkiksi matkailu markkinoinnissa ja edistämisessä. Skotlanti rakentaa itselleen kansainvälistä asemaa itsenäisesti, ikään kuin Iso-Britanniasta irtonaisena kokonaisuutena



Kuva 1. Skotlannin hallintoalueet kartalla (**VisitScotland 2020**)

(Robertson 2018: 339). Sukujuurimatkailun (ja matkailun ylipäänsä) markkinoinnissa myydään ”skotlantilaisuutta”, ja sitä, mitä tarkoittaa olla skotti. Matkailijoiden mielikuvat ja diasporan identiteetti saattaa siis osin muodostua tai uudelleenmuotoutua näiden markkinointitaktiikoiden, ja niiden luomien representaatioiden kautta. Markkinoinnissa Skotlannista puhutaan ”kotina” ja ”kotimaana”, ja korostetaan kuulumisen tunnetta ja yhteistä kansaa, jonka avulla diasporan jäseniä pyritään houkuttelemaan matkustamaan Skotlantiin (Bhandari 2016: 916 – 917). Sukujuurimatkoja suunnitellaan nimenomaan niin, että matkailijat tuntisivat yhteyden skotlantilaisiin esineisiin ja maisemaan, joka osaltaan vahvistaisi heidän

juuri-identiteettiään. Tämä toteutuu muun muassa retkien avulla, esimerkiksi hautausmaille, jossa matkailijat voivat etsiä tuttuja nimiä hautakivistä, ja tuntea yhteyttä Skotlantiin ja sukuunsa konkreettisesti. Tämä loi autenttisuuden tunteen, ja teki matkailijoiden tuntemasta yhteydestä ”aidon” ja ”luonnollisen”, jolloin yhteys ei ollut enää kuviteltu, vaan aidosti koettu (Basu 2004: 32).

Skotlannin aluehallinto on tunnistanut laajan diasporan potentiaalin, ja näin ollen luonut Skotlannille diasporastrategian siitä, miten diasporan potentiaali voitaisiin ottaa hyötykäyttöön. Vaikka strategian alkuperäinen tarkoitus oli luoda suhde, joka hyödyttäisi molempia osapuolia, strategiaa on kritisoitu sen talouskeskeisestä lähestymistavasta, ja se ollaan tuomittu liian ylhäältä alas suuntautuneeksi ja keskitetyksi (Leith & Sim 2016: 15). Strategian johdantokappaleessa heti ensimmäisenä mainitaan diasporan potentiaali Skotlannin maineen parannuksen ja taloudellisen kasvun näkökulmasta (Scottish Government 2010). Taloudellista hyötyä tavoiteltiin nimenomaan asuneelta diasporalta, eli heiltä, jotka ovat syntyneet tai asuneet Skotlannissa, sekä ”käänteisdiasporalta”, eli Skotlannin maahanmuuttajaväestöltä (Leith & Sim 2016: 7). Skotlannin aluehallitus on kiinnittänyt vain vähän huomiota esimerkiksi juuridiasporaan, vaikka se on diasporatyypeistä suurin. Olisikin tärkeä, että strategian laatijat tekisivät yhteistyötä esimerkiksi VisitScotlandin kanssa, ja he yhdessä loisivat suunnitelman, jolla parannettaisiin yhteyksiä ja palveluita sukujuurimatkailussa, ja täten rakennettaisiin silta juuridiasporan ja kotimaan välille (Scottish Government 2010: 2).

Sukujuurimatkailun avulla matkailutuloja pystyttäisiin jakamaan alueillekin, jotka eivät yleensä vedä puoleensa paljoa matkailua. Tämä johtuu siitä, että iso osa Skotlannin diasporan sukujuurista ei sijaitse Skotlannin kiireisillä matkailualueilla, kuten Edinburghissa tai Glasgowissa, vaan maaseuduilla ja pienissä kylissä (Murdy ym. 2018: 18). Näin ollen sukujuurimatkailua voitaisiin pitää apuvälineenä kehityksen ja tulojen jakautumisen tasoituksessa. Maan lounaisosissa Dumfries ja Gallowayn alueella (ks. kuva 1) peräti 11 % työpaikoista on matkailusektorilla, mutta alue on silti Skotlannin vähiten vierailtu alue. Koko maan mittakaavalla 17 % matkailijoista ovat kansainvälisiä, mutta vastaava luku Dumfriesin ja Gallowayn alueella on vain 7 %. Matkailijat myös viipyvät keskimääräistä lyhyemmän ajan tällä alueella (Bhandari 2016: 919). Olisi siis mahdollista, että mikäli sukujuurimatkailuun panostettaisiin koko maan mittakaavalla enemmän, myös syrjäisemmät alueet vetäisivät puoleensa matkailijoita, joiden sukujuuret sijaitsevat näillä alueilla, ja lisääntyneiden matkailijamäärien myötä myös kehitystä ja varallisuutta.

Skotlannin diasporalle on nykyään saatavilla paljon erilaisia resursseja, joiden avulla he voivat tutkia omaa sukuhistoriaansa, sekä suunnitella sukujuurimatkaa Skotlantiin. Esimerkiksi palvelut, kuten ScotlandsPeople.gov.uk auttaa ihmisiä selvittämään omaa sukuhistoriaansa helposti, kirjoittamalla hakukenttään yleisiä tietoja esivanhemmistaan, kuten nimi ja vuosiluvut, jolloin kyseinen henkilö on elänyt Skotlannissa. Haun tuloksena saadaan paljon erilaisia arkistotietoja, kuten väestörekisterejä ja kirkon rekistereitä, ja näiden avulla voidaan tutkimusta kyseisen ihmisen elämästä jatkaa, ja lähteä rakentamaan sukupuuta. Toinen palvelu, jota matkan suunnitteluvaiheessa voidaan hyödyntää, on VisitScotland.com. Tältä sivustolta löytyy paljon tietoa eri tavoista, joilla yhteyttä skotlantilaisiin esivanhempiin voi lähteä rakentamaan, esimerkiksi erilaisten aktiviteettien kautta. Sivustolla esitellään erilaisia kierroksia ja reittejä, joiden kautta matkailija pystyy niin sanotusti kävelemään esivanhempiensa jalanjäljissä. Sivusto mainostaa myös monia erilaisia perinteisiä aktiviteettejä, kuten Ylämaan kisoja, tartaaniin pukeutumista, säkkipillin soittokisoja tai Ceilidhiin, eli perinteiseen illanviettoon, osallistumista (VisitScotland 2015). Sivustolla on myös paljon hyödyllisiä linkkejä, jotka ohjaavat matkailijan eteenpäin muihin palveluihin, joiden kautta omia sukujuuria voi alkaa tutkimaan, kuten Skotlannin väestörekisterin tai Ylämaan arkistokeskusten sivuilla. Näiltä sivuilta löytyy todistuksia esimerkiksi syntymistä, kuolemista ja avioitumisista, jotka saattavat olla hyödyllisiä ja kiinnostavia diasporan jäsenelle.

Kohteeseen saapuvalla Skotlannin diasporan jäsenellä on usein erittäin korkeat odotukset matkan suhteen. Etenkin erilaiset fiktiiviset teokset, kuten vuoden 1995 *Braveheart*-elokuva, tai vuodesta 2014 lähtien esitetty *Outlander*-televisiosarja saattavat antaa matkailijalle totuudesta poikkeavan kuvan Skotlannista, jolloin matkailija saattaa pettyä todellisuuteen. Myös Skotlannin historia on luonut diasporan jäsenille vahvojakin identiteettikokemuksia. Ihmiset ovat esimerkiksi lukeneet jakobiittikapinoista, ja luulleet olevansa jakobiittien puolella, mutta todellisuus saattaa olla vastakkainen. Matkailijat usein myös luulevat, että heidän esi-isänsä ovat kuuluneet johonkin tiettyyn klaaniin, joka ei aina pidä paikkaansa. Nämä asiat saattavat aiheuttaa matkailijalle voimakkaitakin tunteita, sillä iso osa heidän juuri-identiteetistään on muodostunut näiden oletusten tai luulojen varaan. Matkailutoimija saattaa kokea syyllisyyttä, kun matkailija luulee olevansa sukua jollekin historiallisesti merkittävälle skotille, kuten Robert Burnsille tai Rob Roylle, ja matkailutoimija joutuu ”palauttamaan matkailijan maant asalle”. Matkailija saattaa olla erittäin pettynyt kuullessaan, ettei Skotlannin kansalliskirjailija Sir Walter Scott olekaan hänen esi-isänsä, sen sijaan hänellä on vankat sukujuuret lampaankasvatuksessa (Murphy ym. 2016: 1502 – 1503).

4 Johtopäätökset

Ihmisiä on ajan saatossa liikkunut paljon paikasta toiseen, joko vapaaehtoisesti, tai pakotettuna. Oli syy liikkeelle mikä tahansa, ihmisten kulttuurinen identiteetti, sekä kodin ja kuulumisen tunteet säilyvät usein monienkin sukupolvien ajan. Ihmiset eivät välttämättä tunne kuuluvansa uudelle alueelle, tai heillä on vaikeuksia muodostaa yhteyttä uuteen maahan, joten he kaipaavat takaisin kotiin, takaisin oman kansan luo. Tämä on erityisen vahva ilmiö ihmisten keskuudessa, joiden esi-isät ovat muuttaneet kotimaastaan vapaa-ehtoisesti, esimerkiksi etsien parempaa elämää ”uudesta maailmasta”. Silloisten maastamuuttajien nykyiset jälkeläiset kokevat vaikeaksi muodostaa identiteettiä tai kansaa uudessa maassa, joten he unelmoivat ”vanhasta maailmasta” ja kotimaasta, ja mahdollisesti suunnittelevat sinne paluuta (Basu 2004: 39).

Sukujuurimatkailu on edelleen suhteellisen vähän tutkittu, ja huonosti hödynnetty matkailunala, mutta sillä on valtava potentiaali ympäri maailmaa. Sukujuurimatkailu on ennestään merkittävä ilmiö etenkin Skotlannissa ja Irlannissa, mutta sitä voi tulevaisuudessa tapahtua isolla mittakaavalla lähes missä tahansa. Sukujuurimatkailun ilmiö ei ole sitoutunut pelkästään yhteen maahan tai diasporaan, vaan sitä on huomattavissa monissa eri kulttuureissa joka puolella maailmaa. Skotlannin ja Irlannin lisäksi myös Kiinan ja Saksan sukujuurimatkailu vetänyt suhteellisen paljon tutkijoita puoleensa, mutta muiden maiden sukujuurimatkailu on jäänyt hieman vähemmälle huomiolle. Tämä saattaa johtua siitä, että sukujuurimatkailu ei ilmiönä ole välttämättä vielä yhtä voimakas kuin esimerkiksi edellä mainituissa valtioissa, joka taas saattaa johtua yksinkertaisesti siitä, ettei sen mahdollisuuksia olla matkailukehityksessä vielä tunnistettu.

Esimerkiksi sukujuurimatkailun ilmiötä Skandinaviassa ollaan alettu tuomaan esille tutkimuksessa lähiaikoina. Skandinavian valtioilla, eli Ruotsilla, Norjalla ja Tanskalla, ei ainakaan vielä ole sukujuurimatkailuun liittyviä suunnitelmia tai strategioita, joka on hieman yllättävää. Arvioiden mukaan Skandinaviasta olisi muuttanut Pohjois-Amerikkaan noin 2,4 miljoonaa ihmistä massaemigraation aikana 1800-luvun alun ja 1900-luvun puolivälin välisenä aikana. Skandinaviassa on nykyään merkittävät diasporayhteisöt etenkin Yhdysvalloissa (Mehtiyeva & Prince 2020: 86 – 87). Sukujuurimatkailun potentiaalia olisi siis hyvä tutkia enemmänkin Pohjoismaissa, sillä ihmisille, jotka matkustavat Pohjoismaihin sukujuurimatkalle, ei ole saatavilla kunnollista palvelua tai matkailutuotteita, ja heidän on erittäin vaikeaa löytää esimerkiksi hyödyllisiä rekisterejä sukututkimusta varten (Mehtiyeva & Prince 2020: 94). Tutkimus lisää siis ymmärrystä, kun matkailijoiden tarpeita ja toiveita ymmärretään paremmin, on niihin helpompi vastata.

Tutkimuksen avulla opittaisiin paremmin ymmärtämään matkailijoiden näkökulmaa, esimerkiksi motiivien ja toiveiden osalta, sekä tunnistamaan mahdolliset sukujuurimatkailun markkinat. Näitä tietoja voitaisiin käyttää esimerkiksi diasporan osallistamiseen ja matkailun markkinointiin liittyvissä hankkeissa. Jos opittaisiin ymmärtämään matkailijoiden näkökulmaa, esimerkiksi matkailijan identiteetikokemuksia, osattaisiin kohteessa kehittää matkailutuotteita ja -palveluja paremmin kohtaamaan matkailijan tarpeet ja toiveet. Tutkimuksen kautta kohteen matkailutoimijat olisivat paremmin valmistautuneita sukujuurimatkailuun, ja sen kautta palvelun laatu paranisi. Matkailutoimija osaisi helpommin ohjata matkailijan oikeiden resurssien pariin, tai tarjota hänelle paremmin matkailijan toiveiden mukaisia tuotteita ja yksilöllistettyjä palveluita, joka lisäisi matkailijan tyytyväisyyttä, ja sen kautta kiihdyttäisi sukujuurimatkailua ilmiönä.

Koska massamuuttoja on tapahtunut joka puolella maailmaa, erittäin monella valtiolla olisi mahdollisuus tarjota diasporan jäsenille sukujuurimatkoja, jos diasporan potentiaali opittaisiin tunnistamaan. Kun diasporan yhteys kotimaahan vahvistuu, sillä on paljon positiivisia vaikutuksia niin diasporaan, kuin kotimaahankin. Kotimaahan suuntautuisi usein taloudellista hyötyä, kun valtio keräisi ylimääräisiä matkailutuloja. Tämä kohentaisi sekä valtion taloutta että toisi varallisuutta myös pienempiin kyliin ja kaupunkeihin. Diasporan jäsenillä on myös merkittävä rooli kulttuurin ylläpitämisessä, sillä heidän harjoittaessaan kulttuurille ominaisia perinteitä ja tapoja, niiden asema paranee myös kotimaassa. Sukujuurimatkailu siis vaikuttaisi positiivisesti niin kotimaan kulttuuriin, että diasporan jäsenten kulttuuri-identiteetin vahvistumiseen. Esimerkiksi skotlantilaiset sukujuurimatkailijat ovat kuvailleet sitä, miten heidän yhteytensä kotimaahan vahvistui matkan myötä. Yhteys tuntui konkreettiselta ja aidolta, sillä he aidosti tuntevat sen spesifin paikan, josta he ovat kotoisin, tai jossa heidän sukujuurensa sijaitsevat.

Tämän työn myötä minua jäi kiinnostamaan se, miten sukujuurimatkailua voitaisiin mahdollisesti hyödyntää eri maissa, ja tutkimuksen tekeminen etenkin Suomen kontekstissa kiinnostaisi. Muiden Pohjoismaiden tutkimusta voitaisiin soveltaa myös Suomen tasolle, sillä myös Suomesta on muuttanut suhteellisen merkittävä määrä ihmisiä muihin valtioihin. Suomen diasporan osallistamisen kautta olisikin hyvä selvittää, onko sukujuurimatkailun kehittämiseksi tarvetta Suomen matkailujärjestelmässä, ja mikäli kyllä, miten mahdolliseen kysyntään tulisi vastata.

LÄHTEET

- Alexander, M., Bryce, D., Murdy S. (2017) Delivering the Past: Providing Personalized Ancestral Tourism Experiences. *Journal of Travel Research* 56 (4) 543-555.
<https://doi-org.pc124152.oulu.fi:9443/10.1177%2F0047287516643414>.
- Ancestry (2020) Löydä yhteytesi paikkoihin, kulttuureihin ja muihin ihmisiin. 4.11.2020.
<https://www.ancestry.com/dna/>.
- Basu, P. (2004) My own island home: The Orkney homecoming. *Journal of Material Culture* 9(1) 27-42. <https://doi.org/10.1177/1359183504041088>.
- Bettencourt, L. A. & Gwinner, K. (1996) Customization of the service experience: The role of the frontline employee. *International Journal of Service Industry Management* 7(2) 3-20.
<https://doi.org/10.1108/09564239610113442>.
- Bhandari, K. (2016) Imagining the Scottish nation: tourism and homeland nationalism in Scotland. *Current Issues in Tourism* 19 (9) 913-929. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.789005>.
- Brubaker, R. (2005) The “diaspora” diaspora. *Ethnic and Racial Studies* 28(1) 1-19.
<https://doi.org/10.1080/0141987042000289997>.
- Bryce, D., Murdy, S., Alexander, M. (2017) Diaspora, authenticity, and the imagined past. *Annals of Tourism Research* 66: 49-60. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.010>.
- Chhabra, D. (2010) *Sustainable marketing of cultural and heritage tourism*. Routledge, New York.
- Devine, T.M. (2011) *To the Ends of the Earth: Scotland's Global Diaspora, 1750-2010*. Penguing UK, London.
- Duval, D. T. (2002) The return visit-return migration connection. Teoksessa C.M. Hall & A. Williams (Toim.) *Tourism and migration: New relationships between production and consumption*, 257-276. Dordrecht, Kluwer.
- Garrod, B. & Fyall, A. (2000) Managing heritage tourism. *Annals of Tourism Research* 27(3) 682-708.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00094-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00094-8).
- Hague, E. (2002) The Scottish diaspora: Tartan day and the appropriation of Scottish identities in the United States. Teoksessa Harvey, D.C., Jones, R., McInroy, N., Milligan, C. (Toim) *Celtic geographies old culture, new times*, 139-156. Routledge, London.
- Hey Nadine (2017) My DNA Results. Where I'm Actually From? 11.4.2020
<https://www.youtube.com/watch?v=IslQGiao-7o&t=364s> .
- Hirsch, M. (2008) The Generation of Postmemory. *Poetics Today* 29(1) 103-128.
<https://doi.org/10.1215/03335372-2007-019>.
- Kramer, A.M. (2011) Mediatizing Memory: History, Affect and Identity in “Who do you think you are”. *European Journal of Culture Studies* 14(4) 428-445.
<https://doi.org/10.1177/1367549411404616>.
- Leite, N. (2005) Travels to an ancestral past: On diasporic tourism, embodied memory, and identity.

- Anthropologicas* 9, 273- 302.
- Leith, M.S., Sim, D. (2016) Scotland's diaspora strategy: The view from the current American diaspora. *Scottish Affairs* 25 (2) 186-208. <https://doi.org/10.3366/scot.2016.0126>.
- Mehtiyeva, A., Prince, S. (2020) Journeys of research, emotions and belonging: an exploratory analysis of the motivations and experience of ancestral tourists. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 20(1) 85-103. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1728376>.
- Murdy, S., Alexander M., Bryce D. (2016) Role conflict and changing heritage practice: ancestral tourism in Scotland. *Journal of Marketing Management* 32 (15-16) 1494-1512. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1181668>.
- Murdy, S., Alexander, M., Bryce, D. (2018) What pulls ancestral tourists 'home'? An analysis of ancestral tourist motivations. *Tourism Management* 64: 13-19. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.07.011>.
- Park, H. Y. (2010) Heritage Tourism: Emotional Journeys into Nationhood. *Annals of Tourism Research* 37(1) 116-135. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.08.001>.
- Ray, N.M., McCain, G. (2009) Guiding tourists to their ancestral homes. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 3(4) 296-305. <https://doi.org/10.1108/17506180910994514>.
- Robertson, C. (2018) Celebrating a Scottish past: construction, contestation and the role of government. *World archaeology* 50(2) 337 – 346. <https://doi.org/10.1080/00438243.2018.1516566>.
- Rutherford, A. (2009) *Engaging with the Scottish Diaspora: Rationale, Benefits and Challenges*. Scottish Government, Edinburgh.
- Santos, C. A., Yan, G. (2010) Genealogical tourism: a phenomenological Examination. *Journal of Travel Research* 49(1) 56-67. <https://doi.org/10.1177/0047287509332308>.
- Scottish Government (2010) *Diaspora Engagement Plan – Reaching out to Scotland's international family*. Scottish Government, Edinburgh.
- Silberberg, T. (1995) Cultural tourism and business opportunities for museum and heritage sites. *Tourism Management* 16(5) 361-365. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00039-Q](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00039-Q).
- Strathern, A. & Stewart, P.J. (2001) *Minorities and memories: survivals and extinction in Scotland and Western Europe*. Carolina Academic Press, Durham, NC.
- Thomason, E. (1960) Hamefarin. *The New Shetlander* 53 (2).
- Timothy, D., Boyd, S. (2006) Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism* 1(1): 1 - 16. <https://doi.org/10.1080/17438730608668462>.
- Tourism industry in Scotland (2020) Scottish Enterprise. <https://www.scottish-enterprise.com/learning-zone/research-and-publications/components-folder/research-and-publications-listings/scotlands-tourism-facts>. 5.11.2020.

VisitScotland (2015) Discover your Scottish Ancestry. 4.11.2020.

<https://ebooks.visitscotland.com/discover-your-scottish-ancestry/content/>.

VisitScotland (2020) Map of Scotland 16.11. 2020 <https://www.visitscotland.com/destinations-maps/>

Wong, I. A. (2015) A Multimethod multilevel study of Heritage Transmission: The role of culture on tourist interest and authenticity. *Journal of Travel Research* 54(5) 672-685.

<https://doi.org/10.1177/0047287514532368>.