

Pehmeät vetovoimatekijät ja niiden vaikutus kaupunkien elinvoimaan

Tämä kooste perustuu Suomalaisen Tiedeakatemian tiedonkeruuseen, jonka tarkoitus on vastata Tampereen kaupungin ja sen korkeakouluyhteistyön tietotarpeeseen:

Millaisia pehmeitä vetovoimatekijöitä kaupungeilla on ja miten ne vaikuttavat kaupunkien elinvoimaan ja vetovoimaan?

Tieto kerättiin 14.8.2026 videopuhelun välityksellä järjestetyssä keskustelussa. Kooste ei ole systemaattinen katsaus aiheesta tehdystä tutkimuksesta. Kooste on julkaistu 28.8.2026.

Pehmeillä tekijöillä tarkoitetaan kaupunkia tai aluetta määrittäviä tekijöitä, kuten paikallisidentiteettiä, kulttuuritarjontaa tai elämänlaatua. Niiden vastinparina ovat kovat tekijät, kuten työllisyys ja asumisen kustannukset, jotka ovat suuremmin taloudellista hyötyä tuottavia ja helpommin mitattavissa. 2000-luvulla pehmeiden tekijöiden on tutkittu määrittävän sekä asuinpaikan valintaa (Lawton ym. 2013) että yritysten sijaintipäätöksiä (Masch 2022) kasvavassa määrin.

Lyhyesti:

- Kaupunkiseutujen välistä muuttoliikettä ohjaavat voimakkaasti työ- ja koulutusmarkkinat. Pehmeät tekijät ovat ensisijaisesti pito-, eivät vetovoimatekijöitä.
- Kokemus miellyttävästä ympäristöstä muodostuu pitkälti arjessa. Siihen vaikuttavat erityisesti luonnon läheisyys, urbaanin ympäristön virikkeet sekä mahdollisuus kaikille avoimiin sosiaalisiin kohtaamisiin.
- Pehmeiden tekijöiden kenttä on laaja. Konkreettisten tulosten saavuttaminen edellyttää kaupungeilta strategisia valintoja: keitä halutaan houkutella ja minne?

Varsinaista muuttoliikettä ohjaavat voimakkaasti koulutus- ja työmarkkinat. Pehmeät tekijät korostuvat pitovoimatekijöinä.

- Pehmeät tekijät vahvistavat lähtökohtaisesti enemmän pito- kuin vetovoimaa (Musterd ja Gritsai, 2013). Kaupunkiseutujen välistä muuttoliikettä ohjaavat voimakkaasti työ- ja koulutusmarkkinat sekä sosiaaliin suhteisiin liittyvät verkostot. Pehmeät tekijät voivat lisätä pitovoimaa ja tukea vetovoimaisuutta, mutta eivät riitä aiheuttamaan muuttoliikettä (esim. Florida, 2002).
- Suomessa kaupunkien kasvu pohjautuu pitkälti maahanmuuttoon. Käynnissä olevan tutkimuksen mukaan on viitteitä siitä, että maahanmuuttajilla on lähtökohtaisesti hyvin vähän tietoa eri kaupunkialueista ja niiden eroista. Pääkaupunkiseudulle ja suuriin kaupunkeihin on kuitenkin helpompi muuttaa ja asettua niiden monimuotoisuuden vuoksi.
- Jako pehmeisiin ja koviin vetovoimatekijöihin voidaan nähdä myös luokkakysymyksenä: toisten on pakko muuttaa, toiset voivat valita asuinpaikkansa (Lorenzen ja Andersen, 2012).
- Pehmeitä tekijöitä käsiteltäessä empiirinen evidenssi on melko heikkoa, sillä käsiteltävät ilmiöt ovat usein kokemuksellisia ja kulttuurisia. Empiirisen evidenssin puute ei kuitenkaan tarkoita, etteikö tutkimus tarjoaisi uskottavia signaaleja ja tuloksia kaupunkisuunnittelun ja strategian tueksi.

Pehmeitä ja kovia tekijöitä ei voi yksiselitteisesti erotella toisistaan

Historian saatossa teollisuuden ja infran kaltaiset kovat tekijät saattavat muuttua kulttuuriperintöön kuuluviksi, alueellista identiteettiä muodostaviksi pehmeiksi tekijöiksi. Esimerkkinä voidaan mainita Turun Linnakaupunki-hanke. Alue suunniteltiin alun perin palvelemaan vientiteollisuutta, mutta se on sittemmin muuttunut kaupunkilaisille tärkeäksi virkistysalueeksi.

Keskeisiä pehmeitä tekijöitä

Pitovoimatekijöissä on kyse arkisista asioista.

- Arjen ympäristön miellyttävyys ja yksittäiset mikrotason kokemukset, kuten ympäristön tuttuus ja kauneus, voivat kertyessään määrittää mielikuvaa koko kaupungista. Vain vieraillessa muodostunut mielikuva voikin erota arjen kokemuksesta (Noroozi ym., 2026; Vihanninjoki, 2021).
- Toisaalta kaupunkiympäristöissä, joissa korostetaan kulttuurin ja vapaa-ajan palveluita, paikallisen ja turistin tarpeilla ei välttämättä ole juurikaan eroa (Jokela ja Minoa, 2026).

Luonto ja liikuntamahdollisuudet korostuvat pehmeinä pitovoimatekijöinä.

- Ihmisten hyvinvoinnilla on yhteys ympäröivän luonnon ja ekosysteemien hyvinvointiin (Helme ja Hirvilammi, 2015).
- Asukkaat pitävät merkityksellisinä luontoa ja liikuntamahdollisuuksia (esim. Ruokolainen ym., 2024).

Myös urbaani ympäristö houkuttelee ja saa ihmiset viihtymään (Värtö ym. 2025).

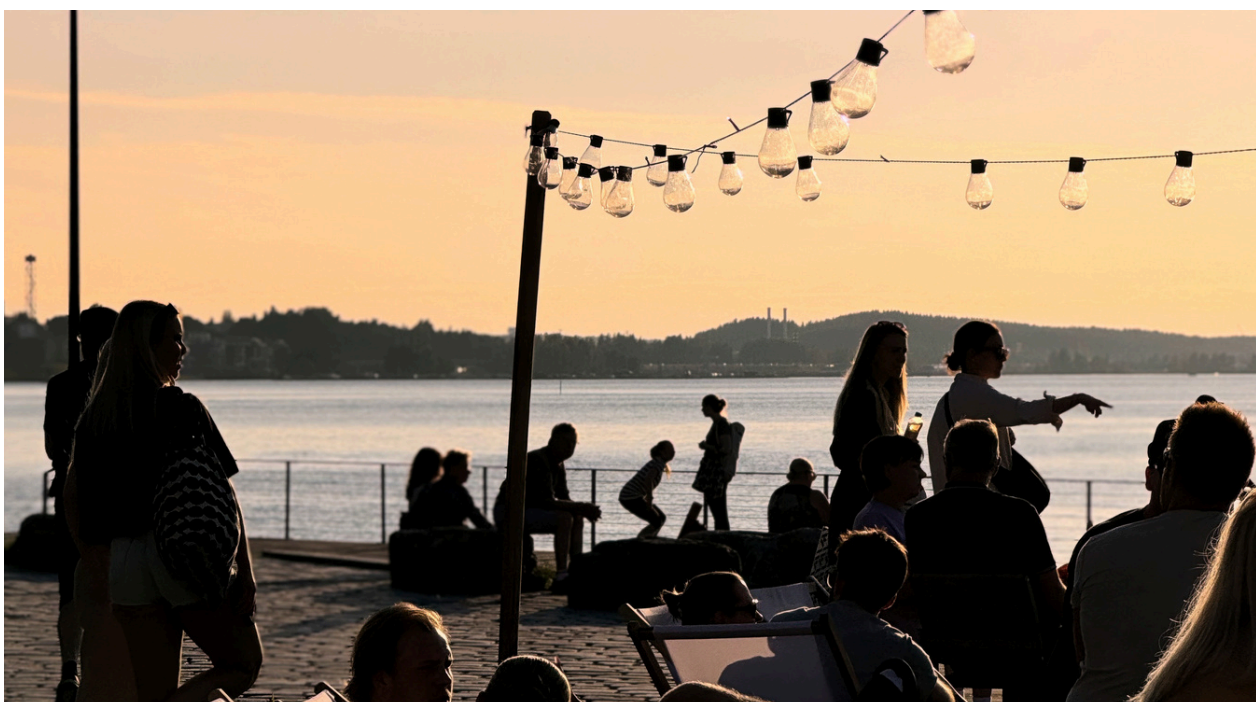
- Ajatusta vihreyden välttämättömyydestä on myös haastettu: kaupunkiympäristö voi itsessään tyydyttää ihmisen luontaisen uteliaisuuden (Besson, 2020).
- Hyvinvoivat, osallistuvat ihmiset, jotka tekevät mielenkiintoisia asioita, luovat kiinnostavaa ja elinvoimaista kaupunkia (Jokela, 2020; Kattilakoski ym., 2022).

Paikkaidenteetti muodostuu sosiaalisissa kohtaamisissa.

- Sosiaalinen infrastruktuuri luo yhteisöllisyyttä ja paikkaidenteettiä. Siihen kuuluvat paikat, joissa ihmiset voivat kohdata toisiaan ja saada sosiaalista tukea (Enneking ym., 2025; Kuoppa ja Kymäläinen, 2022).
- Koulujärjestelmä ja julkiset palvelut luetaan usein kovemmiksi tekijöiksi, mutta niiden toimivuudella on suuri merkitys paikkasuhteen muotoutumisen kannalta (Kymäläinen ja Kuoppa 2025).

Käytetty kieli voi vaikuttaa osallisuuden kokemukseen.

- Kielellisen ja visuaalisen viestinnän valinnoilla, kuten paikkojen nimeämisellä, voidaan luoda sisällyttämisen tai ulossulkemisen kokemuksia (Nordman ja Syrjälä, 2024).
- Käytännön kielellisillä valinnoilla voidaan siis vaikuttaa siihen, miten houkuttelevina tai vastaanottavina eri alueet näyttäytyvät maahanmuuttajille (Onikki-Rantajääskö, 2024).



Kuva: Mikko Vares, Tampereen kaupunki

Pehmeiden tekijöiden huomiointi kaupunkien strategiatyössä

Kaupunkikehittämisen ja brändityön strategisuus edellyttää valintoja.

- Pehmeiden tekijöiden kenttä on niin laaja, että niitä kaikkia kehittämällä voi olla haastavaa saada aikaan konkreettisia näkyviä tuloksia. Veto- tai pitovoiman kasvattaminen vaatii usein strategisia valintoja.
- Tämä voi näkyä siten, että kaupungin brändityössä nostetaan esille tiettyjä alueita, vaikka todellisuudessa ne edustaisivat vain marginaalista osaa ihmisten elin- ja toimintaympäristöstä.
- Kaupunkikehittämisessä on oleellista pohtia, millaisia julkisia tiloja erilaisilla päätöksillä luodaan. Miten nämä tilat mahdollistavat muualta muuttaneiden, erilaisten kielten ja kulttuurien kohtaamiset?

Tietty kohderyhmät korostuvat strategioissa.

- Syy muuttamiseen kuntien välillä on yleensä opiskelu, ensimmäinen tai toinen työpaikka sekä paluumuutto (ks. esim. Virtanen, 2003).
- Yleisesti vetovoiman edistämisen keskeisinä kohderyhminä pidetään yrityksiä, asukkaita ja vierailijoita. Tarkemmin keskeisiä kohderyhmiä ovat erityisesti opiskelijat, työuransa aloittavat, koulutetut osaajat ja eläkeläiset (Kalandides ym., 2013; Zenker ym., 2017; Lam, 2025; Wojewódzka-Wiewiórska ja Szczurowska, 2023; Wierzbicka ja Farelnik, 2024).
- Kaupunkitilaa on viime vuosikymmeninä suunniteltu ns. digital nomadeja eli liikkuvia tietotyöläisiä varten. Tällaisia alueita ovat esimerkiksi Teurastamo Helsingissä, Meatpacking district New Yorkissa ja Telliskivi Tallinnassa. Trendaavien ilmiöiden kääntöpuolena on riski liian homogeenisten tilojen rakentamisesta (Jokela ja Airas, 2026).
- Paikallisidentiteettiä voidaan muuttaa kohderyhmiä huomioiden. Esimerkiksi Isonkyrön imagoa ja alueidentiteettiä on uudistettu perinteisesti konservatiivisena pidetystä pohjalaisuudesta nuorekkaammaksi ja dynaamisemmaksi Kyrö Distillery -tislaamon toimintaan ja ympäristöön nojaten (Lundström ym., 2019).
- Lapsiperheille toimivat ympäristöt yhdistävät luonnonläheisyyttä ja itsenäisen liikkumisen mahdollisuuksia (Broberg ym., 2013).

Kokemustiedon hyödyntäminen on kaupungille arvokasta, mutta autenttisuuden säilyttäminen hankalaa (El Moussaoui, 2024).

- Kokemustiedon hyödyntämisen haasteita ovat tiedonkeruun hitaus, eri väestöryhmien tavoittaminen (Olsson ym., 2025) sekä tiedon hyödyntäminen liian myöhäisessä suunnittelun vaiheessa (Kahila ja Kyttä, 2009; Linkola ym., 2025).
- Tekoälyä voidaan hyödyntää erilaisten ympäristöjen tuottamien kokemusten testaamisessa ja kaupunkilaisten osallistamisessa (Ruoppila ja Anastasiou, 2026).

Kaupungin tulisi olla rohkea mahdollistaja, jonka yhteistyö ulottuu eri toimijatasoille.

- Jotta kaupunkiorganisaatio voi toimia mahdollistavana kumppanina, myös sen sisäisen yhteistyön on oltava toimivaa (Ruokolainen, 2017).
- Kaupunkiorganisaatioiden johtajuutta ja halukkuutta yhteistyöhön ovat haastaneet tilapäiskäyttötapaukset, kuten Helsingin Suvilahti ja Lapinlahti, joissa erimielisyydet tilojen tulevaisuuden käytöstä ovat kääntyneet mainetta haittaaviksi oikeuskiistoiksi.
- Kulttuuritoiminnan rahoitus kohdistuu usein kaupunkien keskusta-alueelle. On kuitenkin huomattu, että pienetkin lisärahoitukset kaupungin lähiöiden erilaiselle kulttuuriyhdistystoiminnalle voivat tuottaa merkittäviä hyötyjä (Luonila ja Ruokolainen, 2024).

Asukkaat viihtyvät hyvin myös huonomaineisilla asuinalueilla.

- Kyseiset alueet ovat usein mainettaan parempia ja ihmiset lähtökohtaisesti kiintyvät omiin asuinalueisiinsa. Tällainen on esimerkiksi Lahden Liipolan alue (Seppänen ym., 2012).
- Media kehystää alueita ongelmalähtöisesti. Yksittäiset sattumukset ja uutisoinnit kumuloituvat helposti jo valmiiksi negatiivisen maineen kanssa (Jokela ja Linkola, 2025).
- Lähiöt hahmotetaan usein vain toiminnan kohteina ja niitä tarkastellaan keskiluokkaisten linssien läpi, sen sijaan että kiinnitettäisiin huomiota lähiöiden asukkaiden aitoihin kokemuksiin alueesta (Ainiala ym., 2025).

Tiedonkeruuseen osallistuivat:

Terhi Ainiala, professori, Helsingin yliopisto

Ari-Veikko Anttiroiko, dosentti, Tampereen yliopisto

Veikko Eranti, apulaisprofessori, Helsingin yliopisto

Salla Jokela, yliopistonlehtori, Tampereen yliopisto

Jenni Kuoppa, tutkijatohtori, Tampereen yliopisto

Silja Laine, yliopistonlehtori, Turun yliopisto

Sanna Lehtinen, vanhempi yliopistonlehtori, Aalto-yliopisto

Mika Raunio, erikoistutkija, Siirtolaisuusinstituutti

Olli Ruokolainen, erikoistutkija, Cupore

Jani Vuolteenaho, yliopistonlehtori, Helsingin yliopisto

Lähteet

- Ainiala, T., Laine, S., Leinonen, P., & Olsson, P. (toim.) (2025). Tekojen kaupunki. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. <https://doi.org/10.21435/skst.1502>
- Besson, A. (2020). In Defence of Cities: Aesthetics of Engagement in Everyday Environments. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-8055-9>
- Broberg, A., Kyttä, M., & Fagerholm, N. (2013). Child-friendly urban structures: Bullerby revisited. *Journal of environmental psychology*, 35, 110-120.
- El Moussaoui, M. (2024). Aesthetics, Authenticity & City Place-Making. *Rivista Di Estetica*, 85, 35–49. <https://doi.org/10.4000/12tq9>
- Enneking, G., Custers, G., & Engbersen, G. (2025). The rapid rise of social infrastructure: Mapping the concept through a systematic scoping review. *Cities*, 158, 105608.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class : and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books.
- Helne, T. and Hirvilammi, T (2015), Wellbeing and Sustainability: A Relational Approach. *Sust. Dev.*, 23, 167–175. doi: 10.1002/sd.1581.
- Jokela, S. (2020). Transformative city branding and the evolution of the entrepreneurial city: The case of 'Brand New Helsinki'. *Urban Studies*, 57(10), 2031-2046.
- Jokela, S. & Airas, A. (2026). Translanguaging for urban visioning: The case of Teurastamo, Helsinki. *City, Culture & Society*.
- Jokela, S. ja Linkola, H. (2025). Kehystetty lähiö. Teoksessa Ainiala, T., Laine, S., Leinonen, P. ja Olsson, P. (toim.) Tekojen kaupunki. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. <https://doi.org/10.21435/skst.1502>
- Jokela, S., & Minoia, P. (2026). Cultural Revitalization in Helsinki: The blurring line between locals and tourists. In *Tourism and Communities: Nordic Perspective* (pp. 85-103). Taylor & Francis.
- Kahila, M., & Kyttä, M. (2009). SoftGIS as a bridge-builder in collaborative urban planning. In *Planning support systems best practice and new methods* (pp. 389-411). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Kalandides A, Zenker S, Beckmann SC (2013), "My place is not your place – different place brand knowledge by different target groups". *Journal of Place Management and Development*, Vol. 6 No. 1 pp. 6–17, doi:<https://doi.org/10.1108/17538331311306078>
- Kattilakoski, M., Kervinen, K., Harilahti-Juola, V., & Kurikka, P. (2022). Hyvä elämä maaseutukunnissa: Osallisuuden ja yhteiskehittämisen avaamia näköaloja kestäväan hyvinvointiin ja kuntien älykkääseen uudistumiseen. *Focus localis*, 50(4).
- Kuoppa, J. & Kymäläinen, P. (2022). Street-level workers and the construction of social infrastructure in suburban neighbourhoods. *Urban Planning*, 7(4), 409-419.
- Kymäläinen, P., & Kuoppa, J. (2025). Transforming social infrastructures: How to promote just and caring suburban spaces?. *Cities*, 163, 106059.
- Lam S. (2025), "How to brand a city to appeal to young consumers: a qualitative study". *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 28 No. 4 pp. 607–624, doi:<https://doi.org/10.1108/QMR-01-2024-0013>
- Lawton, P., Murphy, E., & Redmond, D. (2013). Residential preferences of the 'creative class'? *Cities*, 31, 47-56. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.04.002>.
- Linkola, H., Fagerholm, N., & Eilola, S. (2025). 3D Geovisualizations and Participatory Land-Use Planning–Planners' Perspectives from Finland. *Planning Theory & Practice*, 26(1), 29-46.
- Lorenzen, M., & Andersen, K. V. (2012). Different creative cities: Exploring Danish data to adapt the creative class argument to small welfare economies. *Creative Industries Journal*, 4(2), 123-136.
- Lundström, N., Honkaniemi, T. ja Viinamäki O. (2019). Maaseutu yritysmaailmassa Visuaalisuudesta uutta potkua maaseudulle. *Maaseudun uusi aika* 1/2019, 7-25. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202002206050>
- Luonila, M. & Ruokolainen, O. (2024). "Happy, healthy and participatory citizens": suburban cultural policy in the Finnish city of Jyväskylä. *International Journal of Cultural Policy*, 30:1, 101–117. doi:<https://doi.org/10.1080/10286632.2022.2160714>
- Masch, Christina (2022): Location factors in corporate location decisions: Is the relevance of soft factors really increasing?, *Raumforschung und Raumordnung / Spatial Research and Planning*, ISSN 1869-4179, oekom verlag, München, Vol. 80, Iss. 4, pp. 465-478, <https://doi.org/10.14512/rur.100>
- Musterd, S. & Gritsai, O. (2013). The Creative Knowledge City in Europe: Structural Conditions and Urban Policy Strategies for Competitive Cities. *European Urban and Regional Studies* 20 (3): 343–359. Doi: 10.1177/0969776412439199
- Nordman, L. ja Syrjälä, V. (2024). Rules and Recommendations on Unofficial Signs. Teoksessa Henricson, S., Syrjälä, V., Bagna, C., & Bellinzona, M. (toim.), *Sociolinguistic Variation in Urban Linguistic Landscapes*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. <https://doi.org/10.21435/sflin.24>
- Noroozi, H., Bernardi, M., Kumar, R., Amore, A. & Lehtinen, S. (2026). "The Urban Aesthetic Baseline: Redefining Gen Z Visitor Satisfaction through Micro-Aesthetics in Milan, Italy", [Arvioitava oleva käsikirjoitus].
- Olsson, P., Ainiala, T., Schulman H. ja Mäkelä, H. (2025) Kokemustieto kaupunkikehittämisessä: Menetelmäopas. <https://doi.org/10.31885/9789515183484>
- Onikki-Rantajääskö, Tiina 2024: Suomi osallisuuden kielenä : Selvitys suomen kielen tilasta Suomessa 2020-luvun puolimaissa. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-400-141-0>

Ruokolainen, O. (2017). Suunniteltu luovuus. Kulttuuritoiminnot ja strateginen aluekehittäminen. Väitöskirja. Acta Universitatis Tamperensis 2245. Tampereen yliopistopaino. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-0312-9>

Ruokolainen, O., Luonila, M., Leppänen, A., & Kumpulainen, K. (2024). Suburban neighbourhoods as places for everyday cultural participation: the case of Jyväskylä in Finland. *Cultural Trends*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/09548963.2024.2345246>

Ruoppila, S., & Anastasiou, K. (2026). Participating with AI: How generative visualisations are changing participatory planning [Käsikirjoitus].

Turunen, A. (2015). Maailmanhistorian kukoistavimmat kaupungit. Into Kustannus

Vihanninjoki, V. (2021). Urban Places as Aesthetic Phenomena: Framework for a Place-Based Ontology of Urban Lifeworld. *Topoi* 40, 461–470. <https://doi.org/10.1007/s11245-018-9601-1>

Virtanen, V. (2003). Valta- ja vastavirtaan. Selvitys maassamuuttajien elinoloista, uuteen sopeutumisesta, arvotaustasta ja kotiseudun merkityksestä Suomessa.

Värtö, A. (toim.). (2023). Avaimia kestäväan kaupunkikehitykseen – Tutkijoiden puheenvuoroja. Ympäristöministeriön julkaisuja. Ympäristöministeriö, Helsinki. Saatavilla: https://api.hankeikkuna.fi/asiakirjat/elcca951-6f26-4024-b8ee-d3b260be09f7/5bde48b8-44c6-4bfd-b1f0-7a221d4896ff/KIRJE_20231228105052.PDF (viitattu 25.8.2026)

Zenker, S., Braun, E., Petersen, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*, 58, 15–27. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.008>

Aiheeseen liittyvää tutkimuskirjallisuutta

Luonnosta ja vihreyden merkityksestä:

Ainiala, T., & Olsson, P. (2021). Places of power: Naming of affective places. *Nordic Journal of Socio-Onomastics*, 1, 9–38. <https://doi.org/10.59589/noso.12021.14713>

Karhapää, J., & Hautamäki, R. (2026). Latvuspeitto ja läpäisemättömät pinnat viherrakenteen arvioinnin työkaluina kasvavassa kaupungissa – esimerkkinä Tampereen kolme asuinalueita. *Alue ja Ympäristö*, 55(1), 105–130. <https://doi.org/10.30663/ay.163105>

Wallin, A. (2023). Green neighbourhood identity: How residents use urban nature against territorial stigmatization in Finnish housing estates. *Housing, Theory and Society*, 40(5), 623–641. <https://doi.org/10.1080/14036096.2023.2242856>

Wierzbicka, W., & Farelnek, E. (2024). Population Aging and the Potential for Developing a Silver Economy in the Polish National Cittaslow Network. *Sustainability*, 16(16), 6768. <https://doi.org/10.3390/su16166768>

Wojewódzka-Wiewiórska, A., & Szczurowska, P. (2023). STUDENTS AS THE TARGET GROUP OF THE CITY'S MARKETING ACTIVITIES – THE EXAMPLE OF LUBLIN. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 22(3), 73–85. <https://doi.org/10.22630/ASPE.2023.22.3.19>

Paikkavalinnoista ja niihin vaikuttavista tekijöistä:

Lawton, P., Murphy, E., & Redmond, D. (2013). Residential preferences of the 'creative class'? *Cities*, 31, 47–56. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.04.002>

Rehling, C. (2026). Attractive places to live? Location decisions in medium-sized cities affected by shrinkage. *Planning Practice & Research*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/02697459.2026.2633860>

Esteettisyys paikkatekijänä:

Lehtinen, S. (2022). Urban experience as aesthetic compromise. In P. Cheyne (Ed.), *Imperfectionist aesthetics in art and everyday life* (pp. 363–374). Routledge.

Lehtinen, S. (2023). Esteettisesti kestävä kaupunki. teoksessa Avaimia kestäväan kaupunkikehitykseen - Tutkijoiden puheenvuoroja (Sivut 106–116). Ympäristöministeriö. <https://kestavakaupunki.fi/-/kaupunkien-ja-kuntien-kestavyyssratkaisut-kooste-kestava-kaupunki-ohjelman-vaikuttavimmista-hankkeista>

Lehtinen, S., & Vihanninjoki, V. (2021). Aesthetic perspectives on urban technologies: Conceptualizing and evaluating the technology-driven changes in the urban everyday experience. In *Technology and the city: Towards a philosophy of urban technologies*. Springer.

Lehtinen, S., & Vihanninjoki, V. (2024). Seeing new in the familiar: Intensifying aesthetic engagement with the city through new location-based technologies. In K. Papangelis, M. Saker, & C. Jones (Eds.), *Smart cities at play: Technology and emerging forms of playfulness*. Routledge.

Romão, J., Kourtis, K., Neuts, B., & Nijkamp, P. (2018). The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness. *Cities*, 78, 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.11.007>

Urbaaneista elämäntyyleistä ja lapsiperheiden asuinpaikkavalinnoista

Lilius, J. (2014). Is there room for families in the inner city? Life-stage blenders challenging planning. *Housing Studies*, 29(6), 843–861.

Linkola, H., Fagerholm, N., & Eilola, S. (2025). 3D geovisualizations and participatory land-use planning: Planners' perspectives from Finland. *Planning Theory & Practice*, 26(1), 29–46.

Luonila, M., & Ruokolainen, O. (2024). "Happy, healthy and participatory citizens": Suburban cultural policy in the Finnish city of Jyväskylä. *International Journal of Cultural Policy*, 30(1), 101–117.
<https://doi.org/10.1080/10286632.2022.2160714>

Malekzadeh, M., Willberg, E., Torkko, J., & Toivonen, T. (2025). Urban attractiveness according to ChatGPT: Contrasting AI and human insights. *Computers, Environment and Urban Systems*, 117, 102243.
<https://doi.org/10.1016/j.compenvurbsys.2024.102243>

Muu tutkimuskirjallisuus

Grandadam, D., Cohendet, P., & Simon, L. (2013). Places, spaces and the dynamics of creativity: The video game industry in Montreal. *Regional Studies*, 47(10), 1701–1714. <https://doi.org/10.1080/00343404.2012.699191>

Grodach, C., & Loukaitou-Sideris, A. (2007). Cultural development strategies and urban revitalization: A survey of US cities. *International Journal of Cultural Policy*, 13(4), 349–370. <https://doi.org/10.1080/10286630701683235>

Kainulainen, K. (2005). Kunta ja kulttuurin talous: Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä [Väitöskirja, Tampereen yliopisto]. <https://urn.fi/urn:isbn:951-44-6439-7>

Lehtonen, O. (2021). Koronapandemia muutti nettomuuttoliikkeen maantieteellistä kuvaa Suomessa. *Terra*, 133(3), 155–160.

Luukkanen, A. (2026). A relatively affordable waterfront: Experiences of the middle-class affordability of social rental housing in Kalasatama. <http://hdl.handle.net/10138/634178>

Tuvikene, T., Sgibnev, W., Kębłowski, W., & Finch, J. (2023). Public transport as public space: Introduction. *Urban Studies*, 60(15), 2963–2978. <https://doi.org/10.1177/00420980231203106>

Muuta

Palimpsest. (n.d.). Deliverables. Palimpsest Project. <https://www.palimpsest-project.eu/outcomes/deliverables/>