

**Matkailukohteen viestinnällinen muotoilu kävijähallinnan osana:
Kartoitus Suomenlinnan tekstimaisemista**

Anna-Lea Laaksonen & Tiia Luostarinen



Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p>Tekijät Anna-Lea Laaksonen ja Tiia Luostarinen</p>	<p>Ryhmä tai aloitusvuosi 2007</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Matkailukohteen viestinnällinen muotoilu kävijähallinnan osana: Kartoit- tus Suomenlinnan tekstimaisemista</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 69</p>
<p>Ohjaaja tai ohjaajat Mikko Laitinen</p>	
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Suomenlinnan tekstimaisemia osana matkailukohteen kävijähallintaa. Työ on osa Suomenlinna huomenna –projektia, joka toteutetaan yhdessä Suomenlinnan hoitokunnan, HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun sekä Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston kanssa vuosina 2010-2011. Suomenlinna huomenna -projektissa Suomenlinnalle rakennetaan brändi, joka korostaa Suomenlinnan houkuttelevuutta ja ainutlaatuisuutta.</p> <p>Brändi tarkoittaa tuotteen tai palvelun positiivista mainetta. Osana brändityötä ja kohteen kävijähallintaa ovat alueen tekstimaisemat, eli kohteessa havaittavat kuvat, sanat ja kieli. Tekstimaisemat ovat oleellisessa osassa kävijähallinnassa. Niiden avulla vierailija suunnistaa kohteessa ja osaa toimia oikein. Tekstimaisemat voivat sisältää kuvia, värejä, tekstiä ja semioottisia merkkejä. Tekstimaisemia voi tulkita lukemattomin eri tavoin, ja tulkinta riippuu suuresti tulkitsijan taustasta. Tämän vuoksi tekstimaisemien sisältö tulee harkita tarkoin kohdeyleisön, kohteen tunnelman sekä vierailijan tarpeiden mukaan.</p> <p>Suomenlinnan opasteiden riittämättömyydestä on saatu palautetta jo useiden vuosien ajan. Tutkimalla tekstimaisemia voidaan opasteiden toimivuutta kartoittaa. Tutkimusmenetelmänä käytettiin havainnointia ja tutkimusta tehtiin kesällä 2010 Suomenlinnassa siten, että tutkittavat kohteet valokuvattiin ja analysoitiin. Tutkimusalue rajattiin osittain toimeksiantajan pyynnöstä ja osittain nähtävyyksien ja käyntikohteiden sijainnin perusteella.</p> <p>Tutkimusalueen kartoittamisen jälkeen tutkittavat aihealueet jaettiin omiin kokonaisuuksiinsa. Tärkeimmiksi kysymyksiksi nousivat kielivalinnat, turvallisuus, autenttisuus ja design. Työn edetessä johtopäätöksiksi varmistui opasteiden olevan paikoin riittämättömiä. Opasteiden ongelmakohdiksi nousivat puuttuvat tai riittämättömät kyltit, kielivalinnat, havaittavuus, opasteiden sekavuus, rakennustyömaiden kyltitys sekä opasteiden tyyli ja kiinnostavuus.</p>	
<p>Asiasanat Tekstimaisemat, kävijähallinta, semiotiikka, Suomenlinna, matkailukohde, kehittäminen</p>	

Bachelor degree in tourism management

<p>Authors Anna-Lea Laaksonen and Tiia Luostarinen</p>	<p>Group or year of entry 2007</p>
<p>The title of thesis The linguistic landscapes of Suomenlinna as part of visitor management</p>	<p>Number of pages and appendices 69</p>
<p>Supervisor Mikko Laitinen</p> <p>This thesis focuses on the linguistic landscapes of Suomenlinna as part of visitor management of a tourism attraction. It is part of Suomenlinna huomenna project, which is put into practice together with the Governing Body of Suomenlinna, HAAGA-HELIA University of Applied Sciences and Helsinki City Tourist and Convention Bureau during the years 2010 and 2011. The aim of this project is to build a brand for Suomenlinna, which accentuates attractiveness and uniqueness of Suomenlinna.</p> <p>Linguistic landscapes mean any pictures, words or language choices that can be seen at the location. They can include photographs, colours, text and semiotic signs. These are a part of the attractions brand related work and visitor management. Linguistic landscapes help visitors to move around in the attraction and help them behave accordingly. There are numbers of ways how to interpret linguistic landscapes and therefore the cultural background influences viewers' interpretation. Keeping this in mind, when choosing attractions signage one must carefully consider contents of the signs based on the atmosphere, target audiences and visitors needs.</p> <p>For several years there has been feedback about the insufficiency of the signage at Suomenlinna. By studying linguistic landscapes it is possible to survey the functionality of the signage. The method of research used in this thesis is applied research. The research was carried out by systematically observing the signage in summer 2010. The signage was calculated, photographed and analyzed. The area of research was defined partially by the wishes of the Governing Body of Suomenlinna and partially by the location of the main attractions.</p> <p>After gathering the data the main topics were chosen. The main topics are language choices, safety, authenticity and design. As the work proceeded it became clear that the signage at the location is partially insufficient. The main problems include missing or inadequate signs, visibility, unclarity, the warnings at construction sites and the style and attractiveness of the signs.</p>	
<p>Key words Linguistic landscapes, visitor management, semiotics, Suomenlinna, the development of a tourism destination</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomenlinna matkailukohteena ja asuinpaikkana	3
2.1	Unescon maailmanperintökohteen määritelmä	5
2.2	Suomenlinnan hoitokunta kohteen ylläpitäjänä	5
2.3	Matkailukohteen määritelmä.....	6
2.4	Matkailukohde tuotteena	7
2.5	Asiakkaan polku matkailukohteessa	9
2.6	Tuotteen saavutettavuus Suomenlinnassa	10
2.7	Matkailija- ja palvelututkimukset opasteiden kehittämisen kannalla	11
2.8	Suomenlinna huomenna –projektin esittely	12
2.9	Kohteen kävijähallinta ja vierailijoiden vaikutukset	12
3	Tekstimaisemat matkailukohteen suunnannäyttäjänä.....	15
3.1	Kieli ja kuvat tekstimaisemien huomion kohteena.....	15
3.2	Tekstimaisemat kävijähallinnan tukena sekä brändiä luomassa.....	19
4	Tutkimusmenetelmänä havainnointi	22
4.1	Menetelmän kuvaus.....	22
4.2	Tutkimusalueen rajaus	23
5	Havainnoinnin tulosten esittely ja analysointi.....	24
5.1	Tienviitat, kyltit ja opasteet vierailijaa ohjaamassa.....	24
5.2	Kohdeyleisöjen huomioonottaminen.....	34
5.3	Suomenlinnan esite ja kartta vierailijan apuna	36
5.4	Suomenlinnakeskuksen ympäristö ja keskukselle ohjaavat opasteet	39
5.5	Museoiden opasteiden kirjo	40
5.6	Ravintolapalveluista viestiminen alueella	45
5.7	Lauttoihin ohjaavat opasteet.....	47
5.8	Vaaran merkintä tutkimusalueella	52
5.9	Opasteiden muotoilu ja visuaalinen suunnittelu	56
6	Johtopäätökset ja yhteenveto.....	61
	Lähteet.....	65

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Suomenlinnan tekstimaisemia sekä alueen viestinnällistä muotoilua. Suomenlinna on kahdeksasta saaresta koostuva merilinnoitus, joka sijaitsee Helsingin edustalla. Suomenlinna on suosittu matkailukohde ja vuosittain saarella vierailee noin 700 000 kävijää. (Suomenlinnan hoitokunta 2010g.) Työn taustalla on vuonna 2006 tehty Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus, josta ilmenee, että kohteen opasteissa kävijöiden mukaan olisi parannettavaa. Lähes neljäsosa tutkimukseen vastanneista oli sitä mieltä, että opastusta ja tietoa tulisi olla enemmän. (Smyk & Vehkakoski 2007, 25.) Tämän työn tarkoituksena on siis analysoida kohteen opasteita, kylttejä, karttoja ja muita tekstimaisemia ja pohtia, miten ne voivat tukea matkailijan kokemaa elämystä sekä vahvistaa kohteen brändin, eli tuotteen liittyvien mielikuvien vetovoimaa. Tekstimaisemista pyritään myös löytämään mahdollisia vaaran paikkoja ja tarjoamaan ratkaisuja alueen turvallisuuden parantamiseksi, jotta onnettomuuksia voitaisiin ennaltaehkäistä.

Tekstimaisemalla tarkoitetaan kaikkia visuaalisia tekstejä ja kuvia, joita vierailija voi kohteessa kohdata. Tekstimaisemat ovat usein moniulotteisia ja jokainen yksilö tulkitsee niitä eri tavoin omista lähtökohdistaan. (Shohamy & Gorter 2009, 1.) Tässä tutkimuksessa tarkastellaan tekstimaisemia eri kohderyhmät huomioon ottaen. Alueella vierailee sekä kotimaisia että ulkomaisia vierailijoita. Tärkeänä kohderyhmänä ovat myös alueen asukkaat, sillä Suomenlinna on myös yksi Helsingin kaupunginosista, jossa asuu noin 850 henkilöä (Suomenlinnan hoitokunta 2010e). Työ tehdään toimeksiantona Suomenlinnan hoitokunnalle, joka on valtion virasto, jonka tarkoituksena on hoitaa, ylläpitää ja restauroida linnoitusta. Hoitokunta perustuu lakiin Suomenlinnan hoitokunnasta ja työllistää noin 70 henkilöä. (Suomenlinnan hoitokunta 2010j.) Toimeksiantajamme pyynnöstä työssä keskitytään tiettyjen alueiden tekstimaisemiin.

Suomenlinnan hoitokunta, HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu ja Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto käynnistivät tammikuussa 2010 kaksivuotisen Suomenlinna huomenna –projektin, jonka tavoitteena on luoda Suomenlinnalle brändi ja lisäksi tuottaa maailmanperintökohteen hoitosuunnitelmaan kohteen kävijähallintaan liittyviä osia. (Suomenlinna huomenna 2010.) Tekstimaisemat ovat ratkaisevassa tekijässä kohteen kävijähallinnassa. Hyvin harkitut, suunnitellut ja sijoitetut opasteet ja kyltit auttavat suojelemaan kohteen herkkää ympäristöä ja ohjaamaan vierailijoita alueella niin, ettei heistä ole häirtä alueen asukkaille ja ympäristölle. Tekstimaisemilla on myös tärkeä rooli matkailukohteen kehittämisessä. Suomenlin-

nassa tämä tarkoittaa kohteesta syntyvien mielikuvien ja tätä kautta brändin kehittämistä muun muassa opastejärjestelmän avulla.

Tutkimus on soveltavaa tutkimusta, ja menetelmänä käytetään systemaattista havainnointia. Tämä tarkoittaa sitä, että kohteen tekstimaisemia käydään kuvaamassa ja tallentamassa tutkimusalueella ja tuloksia analysoidaan kerätyn aineiston perusteella. Tästä aineistosta luodaan johtopäätökset, joiden tarkoituksena on auttaa toimeksiantajaa päättämään sopivista toimenpiteistä opasteita koskien. Varsinaisiin kehitysehdotuksiin ei tässä opinnäytetyössä puututa.

Työssä keskitytään aineiston perusteella eri osa-alueisiin. Näitä osa-alueita ovat vaaran merkintä, pääreitit merkintä, Suomenlinnakeskuksen opasteet, ravintolapalveluiden merkitseminen, visuaalinen suunnittelu, lautoille ohjaavat opasteet sekä opasteiden kohdeyleisö. Nämä osa-alueet otetaan huomioon tutkittaessa ja analysoitaessa kerättyä materiaalia.

2 Suomenlinna matkailukohteena ja asuinpaikkana

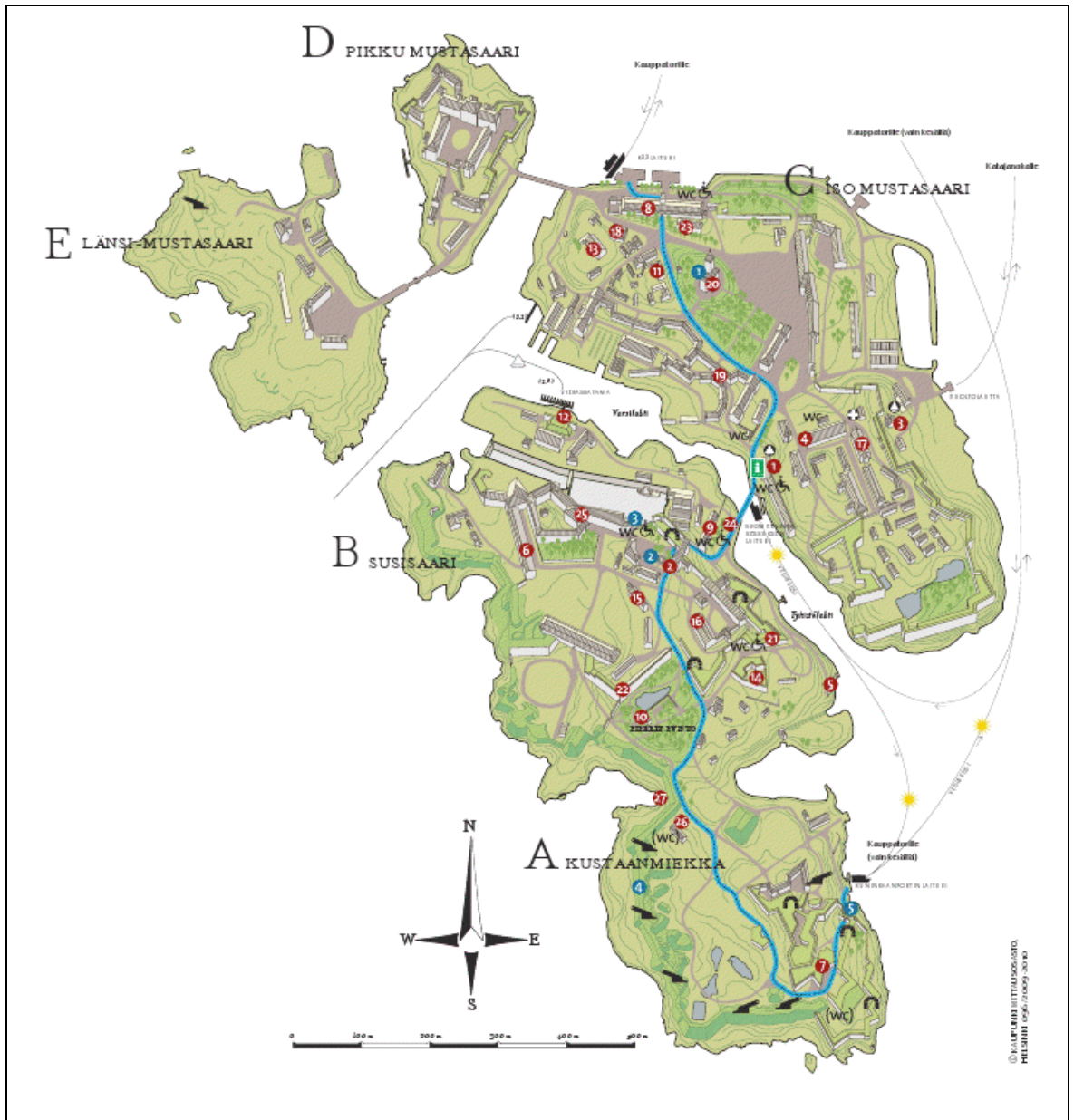
Suomenlinna koostuu kahdeksasta saaresta, joille on Ruotsin vallan aikana rakennettu merilinnoitus. Saaret ovat nimeltään Kustaanmiekka, Susisaari, Iso Mustasaari, Pikku Mustasaari, Länsi-Mustasaari, Särkkä, Pormestarinluodot ja Lonna (Kuvio 1. s.4). Suomenlinna sijaitsee Helsingin edustalla ja on suosittu matkakohteen lisäksi myös Unescon maailmanperintökohde. Suomenlinna kuuluu Suomen valtiolle ja aluetta hallinnoi Suomenlinnan hoitokunta. Suomenlinnan maapinta-ala on 80 hehtaaria. (Suomenlinnan hoitokunta 2010a; Suomenlinnan hoitokunta 2010c.)

Suomenlinnan rakennustyöt alkoivat Augustin Ehrensvärdin johdolla vuonna 1748. Linnoitus tunnettiin alun perin nimellä Viapori ja se on ollut merkittävässä asemassa eri sotien aikana 1700-1800 –luvulla. Viapori liitettiin Suomen valtioon 1918 ja samalla sen nimi muutettiin Suomenlinnaksi. Vuoteen 1973 asti Suomenlinna toimi Suomen armeijan varuskuntana. Tämän jälkeen linnoitus siirtyi siviilihallintoon ja linnoitusta ylläpitämään perustettiin Suomenlinnan hoitokunta. Suomenlinnan tunnusmerkki on Kuninkaanportti, joka sijaitsee alueen eteläkärjessä. Se rakennettiin linnoituksen edustusportiksi vuosina 1753-1754. Portti rakennettiin paikalle, jossa linnoituksen perustaja Ruotsin kuningas Adolf Erikkin alus ankkuroitiin hänen käydessään Viaporissa vuonna 1752. (Suomenlinnan hoitokunta 2010b; Suomenlinnan hoitokunta 2010d.)

Suomenlinnassa on noin 200 rakennusta. Vakituksia asukkaita saarilla on noin 850. Merilinnoitus on pienen yhteisön asuinpaikka ja Suomenlinna on myös yksi Helsingin kaupunginosista. Asukkaiden peruspalveluihin kuuluvat päiväkotit, koulu, ruokakauppa, kirjasto, kirkko ja kioski. Ympärivuotisia työpaikkoja Suomenlinnassa on noin 400 ja kesäisin määrä nousee viiteensataan. Asukkailla on myös oma asukasyhdistys, Suomenlinnaseura, joka pyrkii palvelemaan ensisijaisesti alueen asukkaita ja edistämään alueen ympäristö- ja asumisolosuhteita. (Suomenlinnan hoitokunta 2010a; Suomenlinnan hoitokunta 2010c; Suomenlinnaseura 2010.)

Nykyisessä muodossaan Suomenlinnan lautta aloitti liikennöinnin vuonna 1952. Lauttayhteyden sekä Suomenlinnan matkailupalveluiden kehittyminen vaikuttivat alueen kehittymiseen matkailukohteena. Alun perin sotilaskohteeksi rakennetussa linnoituksessa sijaitsee edelleen myös Merisotakoulu. (Suomenlinnan hoitokunta a, 2010; Suomenlinnan hoitokunta 2010c; Suomenlinnan hoitokunta 2010e.)

Suomenlinna on myös suosittu matkailukohde, ja alueella käy vuosittain noin 700 000 vierailijaa (Suomenlinnan hoitokunta 2010g). Matkailijoiden kulkua pyritään ohjaamaan niin, että paikallisille asukkaille koituu heistä mahdollisimman vähän häiriötä. Matkailijoiden kannalta tärkeimmät kohteet sijaitsevat Isolla Mustasaarella, Susisaarella ja Kustaanmiekalla (Hanganpää 2.2.2010).



Kuvio 1. Suomenlinnan kartta (Suomenlinnan hoitokunta 2010m)

Kuviossa 1 näkyvälle kartalle on merkitty sinisellä viivalla pääreitti, jonka varrella sijaitsevat matkailijalle tärkeimmät nähtävyydet ja palvelut. Asuinalueet on tällä tavoin pyritty rauhoittamaan asukkaiden käyttöön. Kartalla näkyvällä Isolla Mustasaarella, joka on merkitty C-kirjaimella, sijaitsee Suomenlinnan päälaituri, johon suurin osa vierailijoista saapuu. Lisäksi

sinisin numeroin merkityt kohteet 1-5 ovat alueen päänähtävyyksiä. Kohteet, jotka ovat numeroitu punaisin numeroin, ovat ravintoloita, museoita ja muita käyntikohteita. Suomenlinnakeskus sijaitsee lähes kartan keskipisteessä Ison Mustasaaren eteläosassa, ja on merkitty karttaan vihreällä I –kirjaimella.

Kaikki kunnostustyöt Suomenlinnassa hoidetaan valtion budjettivaroin ja oman toiminnan tuotoilla. Suomenlinnan hoitokunta kattaa noin 60 prosenttia menoista asuntojen ja toimitilojen vuokraamisesta ja kokous- ja juhlatilojen vuokraamisesta saavutetuilla tuloilla. (Suomenlinnan hoitokunta 2010f.)

2.1 Unescon maailmanperintökohteen määritelmä

Unesco eli Yhdistyneiden Kansakuntien kasvatus-, tiede- ja kulttuurijärjestö on Yhdistyneiden Kansakuntien alainen järjestö, jonka tarkoituksena on edistää kansojen välistä yhteistyötä. Unescon tavoitteena on rauhan rakentaminen, köyhyyden poistaminen, kestävä kehitys sekä kulttuurien välinen keskustelu koulutuksen, tieteiden, kommunikaation ja tiedon kautta. (UNESCO 1995-2010.)

Unesco ylläpitää myös maailmanperintöluetteloa. Luettelon tarkoituksena on suojella maailman tärkeää ja ainutkertaista kulttuuri- ja luonnonperintöä. Vuonna 1972 laadittu kansainvälinen maailmanperintösopimus pyrkii takaamaan riittävän suojelun alueille ja kohteille, joiden halutaan säilyvän tuleville sukupolville. Jotta kohde voitaisiin liittää maailmanperintöluetteloon, on sillä oltava poikkeuksellista maailmanlaajuista arvoa ihmiskunnalle. Kulttuuriperintökohde voi edustaa esimerkiksi tietyn aikakauden rakennusperinnettä tai liittyä uskontoon, taiteeseen, perinteisiin tai teoksiin. Jos maailmanperintökohde on erityisen uhan alla, se voidaan siirtää uhanalaisen kulttuuriperinnön luetteloon. Maailmanperintökohdetta voivat uhata esimerkiksi luonnonkatastrofit tai matkailun hallitsematon kehitys. (Suomenlinnan hoitokunta 2010f; UNESCO World Heritage Centre 2010b; UNESCO World Heritage Centre 2010c.)

2.2 Suomenlinnan hoitokunta kohteen ylläpitäjänä

Suomenlinnan hoitokunta on opetus- ja kulttuuriministeriön alainen virasto. Hoitokunnan toiminta perustuu lakiin Suomenlinnan hoitokunnasta ja sen tehtävänä on hallinnoida, ylläpitää ja kunnostaa linnoitusta. Hoitokunnan hallinnoima kansallisomaisuus käsittää yli 200 rakennusta sekä 80 hehtaarin maa-alueen kahdeksalla saarella. (Suomenlinnan hoitokunta 2010j.)

Vuonna 1991 Suomenlinna liitettiin Unescon maailmanperintökohdeluetteloon. Suomenlinna pääsi maailmanperintökohteeksi 1700- ja 1800- lukujen eurooppalaisen linnoitusarkkitehtuurin esimerkkinä. Sopimus maailmanperintökohteesta vaatii Suomen valtiota pitämään huolta siitä, että linnoitus säilyy niin aitona kuin on mahdollista ja Suomenlinnan hoitokunnan tehtävänä on huolehtia siitä, että kohde säilyy myös tuleville sukupolville.. Suomenlinnan hoitokunnassa työskentelee 70 vakituista työntekijää ja hoitokunnassa on neljä yksikköä, jotka vastaavat eri tehtävistä Suomenlinnassa. (Suomenlinnan hoitokunta 2010j.)

2.3 Matkailukohteen määritelmä

Tässä opinnäytetyössä käytämme Swarbrooken (2002, 4-5) määritelmää matkailukohteesta. Matkailukohdetta on vaikea määritellä lyhyesti. Syynä on se, että kohteiden kirjo on erittäin laaja, ja on vaikeaa sopia määritelmästä, joka kattaisi kaikki mahdolliset kohteet. Kohde on kuitenkin yleensä joko yksittäinen elementti, paikka, tai selkeästi määriteltävissä oleva maantieteellinen alue, joka on helposti saavutettavissa. Lisäksi se houkuttelee suuria määriä ihmisiä matkustamaan kohteeseen kotoaan, yleensä vapaa-ajalla lyhyeksi, rajoitetuksi ajaksi. (Swarbrooke 2002, 4-5.) Selkeää määritelmää ei siis ole. Swarbrooke on kuitenkin jakanut kohteet neljään eri osa-alueeseen. Nämä osa-alueet ovat:

1. luonnon kohteet
2. ihmisen rakentamat kohteet, joiden alkuperäinen käyttötarkoitus ei ole ollut houkuttaa matkailijoita
3. ihmisen rakentamat kohteet, jotka on rakennettu matkailukohteiksi
4. erityiset tapahtumat

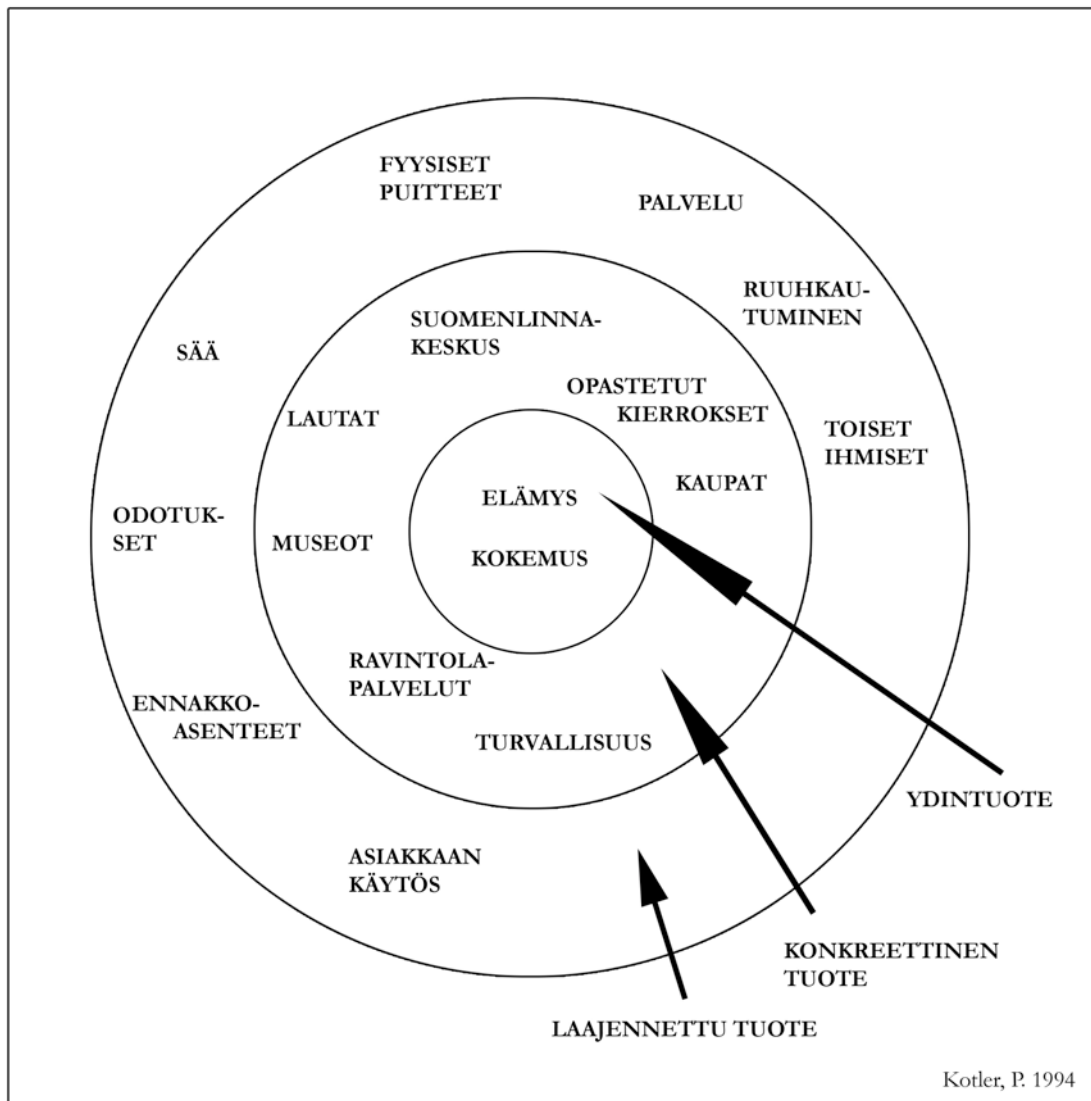
Tärkeimmät erot eri osa-alueiden välillä ovat pysyvyys ja asenne matkailijoihin. Luonnonkohteet ja rakennetut kohteet ovat useimmiten luonteeltaan pysyvämpiä kuin tapahtumat. Samoin luonnonkohteissa sekä kohteissa, jotka on rakennettu muuta kuin matkailua varten koetaan matkailu usein uhkana tai ongelmana. Sen sijaan varta vasten matkailua varten rakennetuissa kohteissa sekä tapahtumissa matkailua pidetään usein mahdollisuutena, jopa toivottavana sellaisena. (Swarbrooke 2002, 5.) Valitsimme tämän määritelmän sen moniulotteisuuden vuoksi. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkittava kohde voi kuulua määritelmän eri osa-alueisiin samanaikaisesti.

Matkailukohde ei välttämättä lukeudu suoraan yhteen kategorioista, vaan se voi sopia useampaan samaan aikaan. Esimerkiksi Suomenlinna on ihmisen rakentama kohde, jota ei ole alun

perin tarkoitettu matkailua varten. Suomenlinnan asema matkailukohteena on kuitenkin jo niin vakiintunut, että matkailua ei koeta ainoastaan uhkana, vaan myös mahdollisuutena kehittää ja ylläpitää historiallista kohdetta. Toki matkailua pyritään ohjaamaan ja kontrolloimaan vahinkojen estämiseksi sekä asukkaille että kohteelle itsessään. (Swarbrooke 2002, 5.)

2.4 Matkailukohde tuotteena

Matkailukohde on usein myös tuote, joka saattaa pitää sisällään lisätuotteita. Matkailukohteiden tapauksessa tuote on usein yhdistelmä erilaisia palveluita ja hyödykkeitä, jotka tyydyttävät asiakkaan tarpeen. (Swarbrooke 2002, 40.) Kotlerin (1994, teoksessa Swarbrooke 2002, 45) mukaan tuote voidaan jakaa kolmeen eri tasoon. Ydintuote on se, jonka vuoksi asiakas yleensä valitsee palvelun. Se on usein hyvin abstrakti tai aineeton ominaisuus, joka tuotteella on, kuten tunnelma, kokemus tai rentoutuminen. Ydintuote on kuitenkin Kotlerin mukaan luotava konkreettiseksi tuotteeksi, johon liittyvät tuotteen laatu, brändi, tyyli ja pakkaus. Kolmanneksi, näiden kahden ympärille on luotava laajennettu tuote, joka pitää sisällään kaikki lisäpalvelut ja -tuotteet. (Swarbrooke 2002, 45.) Vaikka Kotlerin määritelmä onkin luotu pääasiassa konkreettisia tuotteita varten, pystyy sitä myös soveltamaan matkailutuotteeseen. Kuviossa 2 analysoidaan Suomenlinnaa tuotteena, joka avautuu asiakkaalle.



Kuvio 2. Tuotteen kolme eri tasoa Kotleria mukaillen (Swarbrooke 2002, 45)

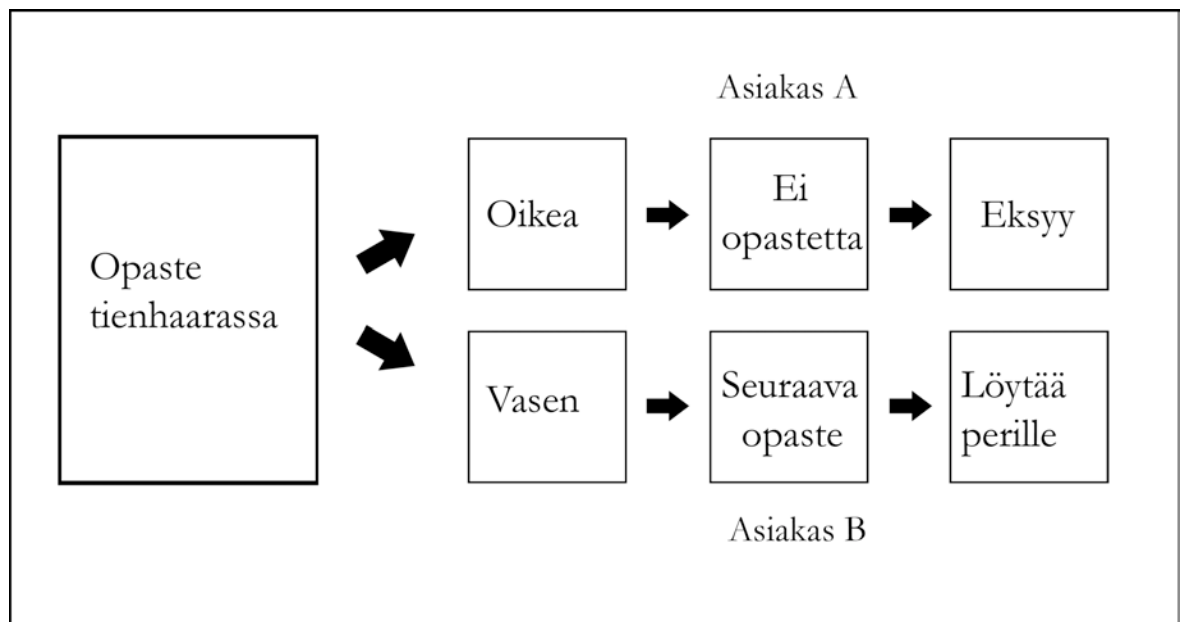
Vaikka Suomenlinnaa ei yleisesti pidetä tuotteena, sisältää se kuitenkin monia palvelutuotteelle tyypillisiä elementtejä. Merilinnoitus itsessään on kohteen päänähtävyys, mutta matkailijalle Suomenlinna on ennen kaikkea elämys ja uusi kokemus. Suomenlinnan varsinainen matkailutuote on siis asiakkaan kokema elämys. Sitä ylläpitävät ja tukevat konkreettiset palvelut, joita voidaan pitää elämyksen tukituotteina. Näitä ovat esimerkiksi Suomenlinnakeskus, lauttayritykset, ravintolapalvelut, museot, kaupat, opastetut kierrokset ja turvallisuus. Jokaisen asiakkaan kokema elämys on erilainen, sillä siihen vaikuttavat kohteen konkreettisten esineiden ja rakennusten lisäksi myös asiakkaan kokema palvelu, asiakkaan oma käytös, asenteet ja odotukset sekä lukuisat tekijät, joita ei voi hallita. Näitä ovat esimerkiksi sää, ruuhkautuminen, ja toiset ihmiset. (Swarbrooke 2002, 44.) Nämä tekijät kuuluvat laajennetun tuotteen piiriin.

Myös opasteet ja kyltit vaikuttavat vierailijan kokemukseen tuotteesta eli tässä tapauksessa

matkailukohteesta. Opasteet ovat osa palvelua, joilla tuotteen tuottaja voi aikaansaada asiakkaalle myönteistä mielikuvaa tuotteesta. (Komppula & Boxberg 2002, 15.) Esimerkiksi kohteessa, joissa opasteet eivät ole riittävät, asiakas ei saa täyttä kokemusta matkailukohteesta. Hän saattaa harhailla eksyneenä reitiltä tai kyllästyä ja lähteä pois.

2.5 Asiakkaan polku matkailukohteessa

Matkailukohteessa vierailijan kannalta on tärkeää, että asiakaskokemus sujuu hyvin ja virheitä ei synny. Tuottajan on hyvä varmistaa palveluprosessin toimivuus, jotta kaikkiin virheisiin pystyttäisiin reagoimaan. Tämä voidaan tehdä siten, että laaditaan tuotanto- ja kulutuskaavion rakenne eli kuvaus palveluketjusta. Tästä kaaviosta voidaan katsoa kaikki ongelmakohdat, joihin vierailija voi käynnillään törmätä. (Komppula & Boxberg 2002, 22-23.) Kaavion tarkoituksena on kertoa, missä kohdissa asiakkaalla voi olla vaikeuksia löytää perille haluamaansa kohteeseen. Esimerkiksi Suomenlinnassa on paikkoja, joissa asiakas ei voi täysin luottaa opasteisiin. Tämä aiheuttaa asiakkaalle vaikeuksia kulkea kohteessa.



Kuvio 3. Asiakkaan polku kohteessa (Sjöberg, 2009)

Kuvio 3 kuvaa tilannetta, jossa kaksi vierailijaa näkee saman opasteen. Opaste sijaitsee tienhaarassa, josta voisi opasteen ohjaamana valita kumman tahansa reitin tietämättä, kumpi on oikea. Vierailijat ymmärtävät opasteen eri tavoin ja lähtevät eri suuntiin, vierailija A oikealle ja vierailija B vasemmalle. Tämän yhden valinnan seurauksena vierailijoiden A ja B kokemukset poikkeavat toisistaan paljon. Vierailija B löytää perille opasteen tarkoittamaan kohteeseen ja vierailija A eksyy. Tämä esimerkki havainnollistaa sen, kuinka tärkeitä kunnolliset ja toimivat opasteet

matkailukohteessa ovat. Vierailija B, joka pääsi opasteen ansiosta perille voi olla tyytyväinen ja kokea tuotteen onnistuneeksi. Vierailija saattaa vieraila kohteessa uudestaan tai kertoa tuttavil-
leen hyvästä tuotteesta ja kokemuksesta. Sen sijaan vierailija A, joka opasteen vuoksi eksyi, ei välttämättä ole tyytyväinen tuotteeseen ja eikä vieraile uudestaan. Hän saattaa jopa kertoa huo-
nosta kokemuksestaan muille potentiaalisille vierailijoille ja vaikuttaa heidän ennakoasentei-
siinsa.

Vierailijan ennakoasenteet ja odotukset ovatkin tärkeässä asemassa tuotetta koskevien virhei-
den anteeksiantamisessa. Myös vierailijan muualla kohteessa saama palvelun laatu saattaa vai-
kuttaa tilanteeseen. Jos vierailija A on saanut aiemmin kohteessa hyvää palvelua, saattaa eksy-
miseen liittyvä negatiivinen kokemus muuttua osaksi positiivista elämystä. (Komppula & Box-
berg 2002, 43-44.)

Opasteella voi myös olla suuri merkitys vierailijan kulutuspäätökseen ja näin ollen asiakkaan polkuun. Esimerkkinä esittelemme tilanteen, jossa vierailija kohtaa risteyksessä kahden eri ra-
vintolan opasteet. Jos vierailijalla ei ole kummastakaan ravintolasta etukäteistietoa, tekee hän todennäköisesti valinnan opasteen houkuttelevuuden perusteella. Valintaan saattavat vaikuttaa opasteen ulkoasu, sen sisältämä tieto muun muassa ravintolan sijainnista vierailijaan nähden, kielivalinnat ja ravintolaan tai sen nimeen mahdollisesti liittyvät historialliset tai yleisesti tunne-
tut seikat. Opasteella on siis vierailijan kokeman elämyksen luomisen lisäksi merkitystä hänen kulutusvalintojensa ohjaamisessa.

2.6 Tuotteen saavutettavuus Suomenlinnassa

Tuotteen tulee olla helposti saavutettavissa ja sen käyttäminen tulee olla kaikille vierailijoille esteetöntä. Hyvät opasteet voivat parantaa vierailijan kokemusta kohteessa. Saavutettavuus tarkoittaakin sitä, että tuote on avoin kaikille, eikä sen käyttöön tai siihen osallistumiseen tarvi-
ta erityiskykyjä tai -taitoja. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010.) Suomenlinnassa saavutetta-
vuutta voidaan parantaa opasteiden avulla. Opasteita suunniteltaessa ja kehitettäessä tulee huomioida, että opasteet ovat näkyvillä ja selkeillä paikoilla ja että ne ohjaavat oikeille reiteille. Opasteiden tulee myös toimia erilaiset kohderyhmät huomioon ottaen. Myös erilaiset erikois-
ryhmät, kuten liikuntarajoitteiset, tulee ottaa huomioon opasteiden paikkoja ja niiden osoitta-
mia reittejä valitessa.

Suomenlinnassa kulkeminen on paikoin haasteellista ja välimatkat voivat olla pitkiä. Kohteen saavutettavuutta lisää se, että opasteita ja kylttejä löytyy runsaasti. Suomenlinnassa on paljon

korkeuseroja, mikä vaikeuttaa liikuntarajoitteisten kulkemista kohteessa. Lisäksi kulkuväylät ovat kivi-, sora- tai hiekkapäälysteisiä. Suomenlinnan Internet-sivuilla on tietoa reiteistä jotka sopivat liikuntarajoitteisille vierailijoille. (Suomenlinnan hoitokunta 2010i.)

2.7 Matkailija- ja palvelututkimukset opasteiden kehittämisen kannalla

Vuosina 2000, 2003 ja 2007 julkaistut Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimukset ovat merkittävässä asemassa tämän opinnäytetyön aiheen muodostumisessa. Tutkimuksissa selvitettiin matkailijoiden kokemuksia Suomenlinnasta sekä kartoitettiin heidän tarpeitaan. Borgströmin tutkimuksesta käy ilmi myös vuoden 1997 tutkimuksen tuloksia, jotka toimivat vertailupohjana vuonna 2000 julkaistulle tutkimukselle (Borgström 2000, 25-28).

Taulukko 1. Tutkimusten perusteella enemmän opasteita toivoneiden vastaajien prosenttija-kaumat (Borgström 2000, 25-28; Hiltunen & Öystilä 2003, 26; Smyk & Vehkakoski 2007, 25)

Vuosi	Enemmän opasteita toivovia vastaajia prosentteina	Vastaajia yhteensä
1997	33%	168
2000	16%	626
2003	20%	387
2007	22%	409

Taulukosta 1 käy ilmi, että opasteiden ja kylttien tarve on ollut tutkimuksissa esillä useina vuosina. Myös tutkimusten avointen kysymysten vastaukset tukevat tarvetta. Taulukko osoittaa, että opasteiden parantamisen tarve on ollut kasvussa muutaman viime vuoden ajan. Eksyminen ja harhailu ovat olleet pääasiassa muualta Suomesta tulleiden sekä ulkomaalaisten vierailijoiden ongelmana. Myös etukäteistiedon sekä paikan päällä olevan tiedon puute koettiin haitaksi ja varsinkin nähtävyyksistä tiedottaminen koettiin heikoksi. (Borgström 2000, 26-27; Hiltunen & Öystilä 2003, 23; Smyk & Vehkakoski 2007, 21.)

Vuonna 2007 julkaistuun tutkimukseen osallistui 1013 vierailijaa. Vierailijoista 45% oli ulkomaisia ja 28% oli helsinkiläisiä kävijöitä. 27% vierailijoista tuli muualta Suomesta. Ulkomaalaisia vierailijoita oli yhteensä 48 eri maasta. Suurimmat lähtöalueet olivat Saksa (14%), Yhdysvallat (10,8%), Iso-Britannia (8,8%), Ruotsi (6%), Alankomaat (5%) ja Australia (4,8%). Kyselyyn vastanneista ulkomaalaisista suurin osa oli kotoisin maista, joissa puhutaan englantia tai ruotsia. Kyselykaavake oli mahdollista täyttää ainoastaan suomeksi, ruotsiksi tai englanniksi, tämä voi vaikuttaa muunkielisten vierailijoiden vastausten määrään. Esimerkiksi venäläisiä vastaajia,

joita oli tutkimuksen mukaan 3,4%, olisi voinut olla enemmän mikäli kaavake olisi ollut mahdollista täyttää myös venäjän kielellä. (Smyk & Vehkakoski 2007, 4-5, liite 4). Näiden tietojen pohjalta päättelimme, että Suomenlinnan vierailijoista ulkomaalaisten osuus on merkittävä ja heille kohdistettuihin opasteisiin tulisi panostaa. Englannin kielen taitamattomuus voi lisäksi vaikeuttaa tietyistä maista tulevien kävijöiden vierailua alueella ja aiheuttaa ongelmia sekä vierailijoille itselleen että kohteelle ja sen turvaamiselle.

2.8 Suomenlinna huomenna –projektin esittely

Suomenlinna huomenna –projektin tarkoituksena on kehittää Suomenlinnan brändiä sekä matkailua. Projekti toteutetaan yhteistyössä Suomenlinnan hoitokunnan, HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun sekä Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimiston kanssa. Projektin tukena ovat myös muut Suomenlinnalle tärkeät tahot, kuten Suomenlinnan asukkaat. Projekti on kaksivuotinen ja se toteutetaan vuosien 2010 ja 2011 aikana. Suomenlinna huomenna –projektin päätavoitteena on rakentaa Suomenlinnalle brändi, joka korostaa Suomenlinnan houkuttelevuutta ja ainutlaatuisuutta. (Suomenlinna huomenna 2010.)

Brändi tarkoittaa tuotteen tai palvelun positiivista mainetta. Sen arvo riippuu muun muassa asiakkaiden tuotteeseen liittyvistä mielikuvista, laadusta ja tunnettuudesta. Vahvat mielikuvat luovat siis brändiä. (Laakso 1999, 12-14; Taloustutkimus Oy 2007.) Suomenlinna, kuten monet muutkin kohteet, kilpailevat keskenään monista asioista, kuten matkailijoista, investoinneista, huomiosta sekä tapahtumista. Suomenlinnan brändi muodostuu Suomenlinnan asukkaiden, alueella vaikuttavien yritysten ja alueella vierailevien matkailijoiden vaikutuksesta. Brändillä on Suomenlinnassa monta tehtävää. Se luo sisältöä kohteelle, joka pyrkii erottautumaan muista, se suojelee maailmanperintöä luomalla pelisääntöjä sille, miten vierailijoiden tulisi toimia historiallisessa ympäristössä sekä antaa alueen asukkaiden kotipaikalle uutta arvoa. Mainonnalla voidaan pyrkiä edistämään tiettyjä mielikuvia tuotteesta, mutta vaikka tuotteelle voidaankin rakentaa tietoisesti brändiä, ei asiakkaiden tuotteeseen liittyviä mielikuvia voi silti täysin hallita. (Suomenlinna huomenna 2010.)

2.9 Kohteen kävijähallinta ja vierailijoiden vaikutukset

Brändityön lisäksi Suomenlinna huomenna –projektissa keskitytään kävijähallintaan. Maailmanperintökohteesta on pidettävä erityistä huolta, ja sen vuoksi Suomenlinnallakin on hoitosuunnitelma, jonka avulla maailmanperintökohde voidaan säilyttää ja suunnitelmallisesti kehittää. Jotta kohde pysyisi kunnossa, on matkailijoiden kohdeltava sitä kunnioittaen ja varoen.

Kävijähallinta tarkoittaakin sitä, kuinka matkailijoita ohjataan kohteessa. Suomenlinnassa tämä tarkoittaa sitä, että matkailijat ohjataan alueella niin, että matkailu aiheuttaa ympäristölle, rakennuksille ja asukkaille mahdollisimman vähän häiriötä ja haittaa. (Suomenlinna huomenna 2010.)

Unescon maailmanperintökohteen hoitosuunnitelma, world heritage management plan, on työkalu, joka kaikilla maailmanperintökohteilla tulee olla käytössä. Suunnitelma ohjaa kohteen kehittämistä ja suojelua. Suomen maailmanperintökohteet tekevät hoitosuunnitelmiaan yhteisessä hoitosuunnitelmakoulussa. Koulun tavoitteena on tukea hoitosuunnitelman laatimista, varmistaa niiden yhteinen rakenne ja laatu sekä käyttää Unescon julkaisemaa EOH - työkalupakkia hoitosuunnitelman laatimisen tukena. EOH on lyhenne sanoista ”enhancing our heritage”, eli meidän perintömme edistäminen. Sama työkalupakki on myös myöhemmin tapahtuvan raportoinnin tukena. (Suomenlinna huomenna 2010; UNESCO World Heritage Centre 1992-2010a.)

Suomenlinnassa käy vuosittain noin 700 000 vierailijaa, minkä vuoksi se on yksi Suomen suosituimmista matkailukohteista (Suomenlinnan hoitokunta 2010g). Vierailijoista muodostuu vaikutuksia matkailukohteelle. Näitä vaikutuksia ovat kohteen kuluminen, ruuhkautuminen, liikenneongelmat, vaikutukset paikallisiin asukkaisiin ja kävijähallinnan vaikutukset matkailukohteen aitouteen. Vaikutukset voivat olla sekä positiivisia että negatiivisia, ja ne ovat riippuvaisia vierailijoista ja heidän käyttäytymisestään kohteessa. Esimerkiksi kaikki vierailijat eivät koe jonotusta samalla tavalla. Toiset vierailijat ovat tottuneet jonottamiseen jo kotimaissaan eivätkä häiriinny siitä, kun taas toiset lähtevät pois joutuessaan jonottamaan. (Fyall, Garrod & Leask 2003, 126-130.)

Kävijähallinnan vaikutuksilla kohteen aitouteen tarkoitetaan kylttien ja opasteiden sijoittelua vierailijoiden liikkuvuuden parantamiseksi kohteessa ja liikuntarajoitteisten vierailijoiden liikkumisen helpotukseksi rakennettuja hissejä ja liuskoja. Nämä lisäykset voivat vähentää kohteen aitoutta ja muuttaa maisemaa. Opasteet voivat esimerkiksi olla ympäristöön sopimattomia ja häiritä vierailijan kokemaa tunnelmaa kohteesta. Suomenlinnassa asuu noin 850 ihmistä ja osa Suomenlinnasta on yksityisaluetta, jonne vierailijoilla ei ole pääsyä tai jonne heidän ei toivottaisi kulkevan. Kävijähallinnan avulla tulisi varmistaa, etteivät vierailijat aiheuttaisi häiriötä Suomenlinnan asukkaille. Samalla kylttien, opasteiden ja aitojen sijoittelu kohteessa tulee miettiä niin, ettei siitä koidu haittaa kävijän kokemukselle. (Fyall, Garrod & Leask 2003, 126-130; Suomenlinnan hoitokunta 2010e.)

Suomenlinnassa vierailijoiden aiheuttamia vaikutuksia ovat esimerkiksi lautan ruuhkautuminen, opasteiden ja aitojen sopiminen ympäristöön ja vierailijoiden harhailu heille tarkoitetuilta reiteiltä yksityisalueille. Kävijähallinnalla pystytään vaikuttamaan tämänkaltaisiin negatiivisiin vaikutuksiin. Keinoja ovat muuan muassa vierailijoiden määrän pienentäminen kiintiöillä ja jonotuksella sekä jakamalla kävijöitä tasaisemmin vuorokaudessa ja vuodessa esimerkiksi järjestämällä ryhmille opastettuja kierroksia ruuhka-aikojen ulkopuolella. Lisäksi vierailijoille tarkoitettuja virkistätymistiloja ja ruokailumahdollisuuksia voidaan laajentaa, jotta vierailijoille ei tulisi ongelmia niiden ruuhkautumisesta. (Fyall ym. 2003, 130–135.)

Kohteen alueista osa voi olla haavoittuvaisia vierailijoiden määrästä riippuen. Nämä alueet voidaan joko aidata, jolloin vierailijat eivät pääse paikalle tai vierailijoiden kävelyreittejä voidaan vahvistaa, jotta kävelemisestä ei muodostuisi kohteelle haittaa. Lisäksi pääsymaksuilla voidaan vähentää vierailijoiden määrää kohteessa. Tästä voi kuitenkin seurata kohteelle enemmän kuluja kuin tuloja, ja näin ollen se voi olla myös haitaksi. Vierailijoiden tietoisuutta käyttäytymisensä aiheuttamista vaikutuksista voidaan lisätä kohteessa sijaitsevissa infopisteissä. Lisäksi vierailijat, jotka tiedostavat käyttäytymisensä aiheuttamat vaikutukset ovat altuimpia vähentämään negatiivisia vaikutuksia. Tässä on kuitenkin ongelmana se, että vain pieni osa vierailijoista tulee kohteisiin oppimaan uutta ja pääosa vierailijoista tulee sinne viettämään vapaa-aikaa rentoutuneessa ilmapöyrissä. Tärkeintä on löytää sellaisia johtamisen välineitä joilla pidetään huolta siitä, etteivät kävijät käyttäytymisellään aiheuta haittoja kohteelle. (Fyall ym. 2003, 130–135, 218.)

Yleisesti kohteissa harjoitetaan kävijähallintaa sen vuoksi, että kävijöistä aiheutuvat haitat saataisiin minimoitua sellaisella tavalla, että he kuitenkin pääsevät käymään kohteessa. Lisäksi tavoitteena on saada vierailijalle mahdollisimman paljon hyötyä ja mielenkiintoa vierailusta. (Fyall ym. 2003, 126)

3 Tekstimaiset matkailukohteen suunnannäyttäjänä

Tekstimaiset ovat tärkeässä asemassa kohteen kävijähallinnassa. Matkailija saa tekstimaisesta tietoa alueen historiasta, rajoituksista, palveluista ja esimerkiksi ajankohtaisista tapahtumista. Fyysinen ulkoasu on merkittävässä tekijässä kohteen brändin muotoutumisessa ja kohteen tekstimaisia kehittämällä tuotetta ja palvelua voidaan parantaa entisestään.

3.1 Kieli ja kuvat tekstimaisemien huomion kohteena

Tekstimaisemien keskipisteenä ovat ympäristössä esiintyvät kuvat, sanat ja kieli. Kieltä voi käyttää puhumisen lisäksi myös tiedon välittämiseen ja esittämiseen erilaisin symbolein ja tekstein. Tekstimaisemien tulkitseminen on vaikeaa. Valitessa sopivia tekstejä eri paikkoihin, tulee ottaa huomioon, että eri ihmiset tulkitsevat saman tekstin eri tavoin. Ne liittyvät moniin eri tieteenaloihin kielitieteestä maantieteeseen, sillä eri tieteenaloilla ollaan kiinnostuneita ymmärtämään kielessä esiintyviä viestejä ja syvempiä merkityksiä eri tiloissa. (Shohamy & Gorter 2009, 1.)

Tekstimaiset ovat moniulotteisia, ja niitä voidaan tulkita loputtomasti eri tavoin. Niitä ovat esimerkiksi opasteet, kartat, videot, äänet ja lukemattomat muut erilaiset ratkaisut. Teknologialla on suuri rooli tekstimaisemien tutkimuksen kehittämisessä, sillä Internet ja muut virtuaaliset ratkaisut luovat jatkuvasti uusia tiloja, joissa tekstimaisia esiintyy. Jokainen henkilö tulkitsee tekstimaisia omista lähtökohdistaan ja omiin kokemuksiinsa perustuen. Sen vuoksi erilaisia tulkintoja on lähes rajattomasti. Tekstimaiset ovat tieteenalana uusi, ja tutkittavia kysymyksiä on paljon. Tekstimaisemien tutkimus pystyy tuottamaan tärkeää tietoa yhteisöistä, eri ryhmien sisäisistä ja välisistä suhteista ja elinvoimaisuudesta. (Shohamy & Gorter 2009, 1.)

Esimerkkinä tekstimaisemista on kuviossa 4 näkyvä Kauppatorin lauttarannasta löytyvä kyltti-kokonaisuus. Siinä on yhteensä seitsemän mainosta aseteltuna ikkunaan. Mainokset ovat erilaisia tyyliltään ja väreiltään. Esimerkiksi alimpana oleva Suomenlinnan hostellin mainos erottuu muista kokonaisuuden mainoksista värimaailmansa ja tyylinsä vuoksi. Viapori Jazzin mainos vasemmassa laidassa saattaa sen sijaan houkuttaa vierailijoita asettelullaan ja värityksellään. Mainokset muodostavat kokonaisuuden, joka voi auttaa herättämään katsojan mielenkiinnon paremmin kuin mikään mainoksista yksinään. Jokainen katsoja tulkitsee kuitenkin tätäkin tekstimaisemaa eri tavoin, ja katsojat saattavat kiinnostua kokonaisuuden eri osista.



Kuvio 4. Esimerkkejä tekstimaisemista Kauppatorilla

Kieltä ja sen käyttöä otetaan harvoin huomioon matkailijan tarpeita määriteltäessä. Tässä opinnäytetyössä käytämme Smithin (1989, teoksessa Kallen 2009, 270) määritelmää matkailijasta: matkailija on vapaaehtoisesti ja väliaikaisesti muualla kuin kotonaan oleskeleva henkilö, jonka matkan tarkoitus on kokea muutos (Kallen 2009, 270). Kallenin (2009, 271) mukaan oleellinen osa ulkomaalaisen matkailijan kokemuksesta on vieras kieli. Se antaa matkakohteelle autenttisuutta ja matkailija kokee muutoksen voimakkaammin. Tämä kuitenkin asettaa myös uhkia, sillä matkailijalle täysin vieras kieli voi tehdä matkasta vaikean ja uhkaavan. Uhka oman ymmärryksen ja kyvykkyyden riittämättömyydestä voi muuttaa vapaa-ajan matkan työteliääksi ja siten epämiellyttäväksi. Matkailun näkökulmasta haaste onkin se, miten yhdistää matkailijoiden tarpeet paikallisten asukkaiden päivittäisiin tarpeisiin. (Kallen 2009, 271.)

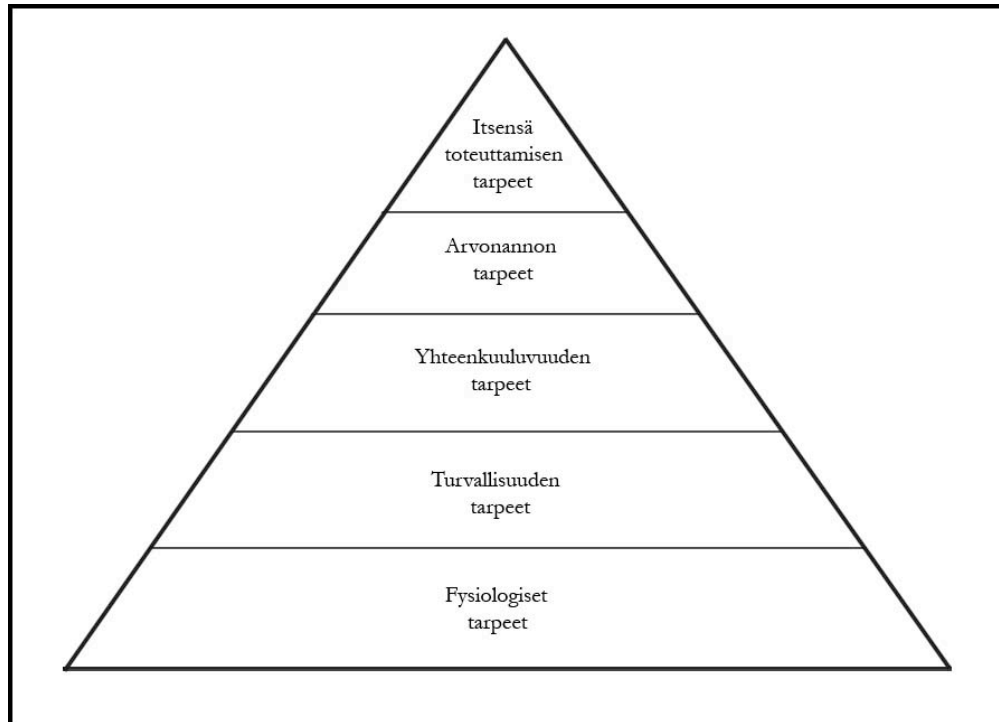


Kuvio 5. Samalla tekstillä voi olla eri yleisölle erilaisia merkityksiä

Kohteen tekstimaisemat voidaan suunnata eri kohderyhmille. Osa voi olla suunnattu ainoastaan matkailijoille. Matkailija voi olla myös osa suurempaa joukkoa, jolle tekstimaisemat on kohdistettu. Osa tekstimaisemista voi olla tarkoitettu vain pientä, paikallista joukkoa varten. Matkailija voi siis olla tekstimaisemien suhteen joko vastaanottaja, osa yleisöä tai salakuuntelija. Näiden roolien välillä matkailija ei aina ymmärrä saamaansa tietoa eikä välttämättä tiedä, miten alueen tekstimaisemat ovat muotoutuneet ja mitkä tekijät ovat vaikuttaneet niihin. Kaikki tämä yhdessä kuitenkin edustaa matkailijalle matkakohdetta. (Kallen 2009, 274.) Kuvio 5 voi huomata, että teksti voi aueta eri kohdeyleisöille eri tavoin: Suomenlinnan asukkaat ymmärtävät Kesäkauppa B 34:n nimen tarkoittavan myös talon numeroa, kun taas vierailijalle nimi todennäköisesti merkitsee ainoastaan kaupan nimeä. Opasteita tarkasteltaessa tulee myös huomioida, että niillä voi olla eri tarkoituksia. Ne voivat olla esimerkiksi informatiivisia tai mielikuvia herättäviä. Esimerkkikuvan kaksi eri kylttiä sisältävät osittain samaa tietoa. Niiden tarkoitukset ovat kuitenkin toisistaan poikkeavat: vasen kyltti on informatiivinen ja oikea pyrkii herättämään vierailijan kiinnostuksen kuvien, värien ja tyylin avulla. Ne täydentävät toisiaan ja lisäävät kohteen mielenkiintoa.

Matkailija ei ole aina passiivinen tarkkailija, vaan hän voi myös vaikuttaa kohteen tekstimaisemien kehitykseen. Toki tekstimaisemat ovat erilaisia kohteissa, joissa on paljon matkailijoita, kuin kohteissa, joissa heitä on vain vähän. Suttonin (2001, teoksessa Kallen 2009, 275) mukaan neljä matkailijan perustarvetta ovat suuressa roolissa paikallisen tekstimaiseman muodostumisessa:

1. Autenttisuuden tarve, tarve nähdä kohde aitona
2. Turvallisuuden tunne, erilaisuuden kokeminen ilman uhan tunnetta
3. Tarve poiketa normaaleista rutiineista
4. Tarve palata matkalta ja luoda muisto kokemuksesta, joka poikkeaa aiemmin muodostuneista kokemuksista. (Kallen 2009, 275.)



Kuvio 6. Maslowin tarvehierarkiamalli (Boeree 1998-2006)

Matkailukohteessa vierailijan turvallisuuden takaaminen on tärkeää. Mikäli vierailija ei koe olevansa turvassa kohteessa, ei hän voi nauttia matkailukokemuksesta kunnolla. Maslowin tarvehierarkian mukaan ihmisellä on eritasoisia tarpeita. Tarvehierarkia on rakennettu pyramidiksi, kuten kuviosta 6 voi nähdä. Alhaalla ensimmäisellä tasolla ovat ihmisen fysiologiset perustarpeet, kuten hengittäminen, ruoka ja juoma. Toisella tasolla on turvallisuus. Nämä tarpeet on tyydytettävä ennen kuin päästään seuraaville tasoille. Kun turvallisuuden tarve on täytetty, kolmannella tasolla olevat yhteenkuuluvuuden tarpeet astuvat esiin. Näihin tarpeisiin kuuluvat esimerkiksi ystävyden, rakkauden ja yhteisöllisyyden tarpeet. Ihminen haluaa kokea kuuluvansa johonkin. Seuraavana pyramidissa ovat arvonannon tarpeet. Tämä sisältää toisten kunnioittamisen, maineen, tunnustuksen ja huomion tarpeet. Ylimmällä tasolla ovat itsensä toteuttamisen tarpeet, jotka ovat ihmisen korkeimpia tarpeita ja jotka voidaan saavuttaa ainoastaan täyttämällä alempien tasojen tarpeet. Matkailukohteessa vierailijan kokema elämys saattaa vaatia näiden tasojen täyttämistä. Asiakkaan kokema elämys on siis voimakkaasti riippuvainen siitä, miten vierailija tuntee olevansa turvassa. Vierailija ei saavuta ylempiä tasoja, eikä siis välttämät-

tä voi käynnillään nauttia matkailukohteesta kokonaisvaltaisesti, jos hän joutuu itse huolehti-
maan turvallisuudestaan. (Boeree 1998-2006.)

Tekstimaisemien kielivalinta ei sisällä pelkkää valittua kieltä, vaan myös kielen ja sen sisältämän
viestin suhteen. Esimerkiksi eri kielten käännöksissä sama teksti saattaa olla käännetty koko-
naan tai osittain, ja tämä vaikuttaa erikielisen yleisön ymmärrykseen kerrotusta asiasta. Myös
väri, asettelu, funktio, kohdeyleisö ja merkistö vaikuttavat tekstimaiseman ymmärtämiseen.
Tekstimaisemat ovat myös merkittävässä asemassa kohteen brändin muodostumisessa. Koh-
teen fyysinen ulkoasu voi luoda sekä positiivisia että negatiivisia mielikuvia vierailijalle ja tällä
tavoin vaikuttaa brändiin. (Kallen 2009, 277.)

Fyysiseen ulkoasuun liittyy voimakkaasti myös autenttisuus eli aitous. Suomenlinnasta puhut-
taessa autenttisuus tarkoittaa sitä, että rakennukset ovat joko aitoja tai ne ovat restauroitu
mahdollisimman samankaltaisiksi, kuin ne ovat alun perin olleet. Uudet rakennukset eivät ero-
tu maisemasta häiritsevästi eivätkä pilaa kohteen tunnelmaa. Myös tekstimaisemat tulisi soviti-
taa ympäristöön ja niiden tulisi olla yhdenmukaisia koko kohteessa. Opasteiden, kylttien ja
mainosten ei pitäisi varastaa huomiota itse kohteelta, vaan tukea sitä.

3.2 Tekstimaisemat kävijähallinnan tukena sekä brändiä luomassa

Jotta tekstimaisemat voisivat parhaiten palvella matkailijoita, tulee niiden olla kohdistettu oi-
kein. Mikäli kohteessa vierailee paljon ulkomaalaisia, on ensisijaisen tärkeää, että kielivalinnat
on pohdittu tarkkaan ja valittu oikein: suomen- ja ruotsinkieliset opasteet eivät tällöin toden-
näköisesti riitä. Myös kuvalliset symbolit, eli semioottiset merkit, on otettava huomioon vierai-
lijoiden ohjaamisessa. Symbolilla tarkoitetaan merkkejä, joiden merkitys on ennalta sovittu:
Esimerkiksi monien liikennemerkkien merkitys ei ole pelkän värin tai merkissä esitettyjen ku-
vioiden perusteella selkeä, vaan merkitys on sovittu (Karvonen 2002). Tutkittaessa kohteen
tekstimaisemien merkitystä semiotiikka on avainasemassa, sillä juuri merkit ja symbolit ovat
niitä, joiden avulla kielitaidotonkin matkailija voi ymmärtää kohteen opasteita.



Kuvio 7. Esimerkkejä semioottisista merkeistä

Erilaiset kuvat ja symbolit voivat merkitä eri taustoista tuleville ihmisille erilaisia asioita. Esimerkiksi kuviossa 7 näkyy kyltti, joka ohjaa lautalle kulkua. Siinä näkyvät symbolit voi ymmärtää lukemattomin eri tavoin. Osa merkeistä on hyvin selkeitä, ja lähes kaikki tunnistavat niiden merkityksen. Esimerkiksi auton tai lastenrattaiden merkki saattaa kuitenkin jäädä epäselväksi vierailijalle, jonka omassa kulttuurissa kyseiset asiat saatetaan merkitä eri tavoin. Symboleilla voi siis olla eri henkilöille eri merkityksiä. Lisäksi symbolit jättävät epäselväksi, saako muuallakin kuin vasemmalla puolella kävellä. Semioottisten merkkien käyttöä tuleekin harkita tarkkaan ja mahdollisuuksien mukaan liittää niihin myös osittain kirjoitettua tekstiä, jotta vierailija saisi niistä parhaan hyödyn.

Myös värit tarjoavat semioottisia merkityksiä. Värien yhdisteleminen toisiinsa sekä teksteihin että kuviin voi luoda kohteeseen uusia merkityksiä. Kuten merkkienkin yhteydessä, myös värit esiintyvät eri kulttuuritaustaisille henkilöille eri tavoin, ja niiden aikaansaamat kokemukset riippuvat kulttuuritaustan lisäksi myös erilaisista kokemuksista ja henkilökohtaisista tunteista. Näihin kokemuksiin vaikuttavat etenkin värien yhdistäminen tiettyihin objekteihin tai teksteihin. Värit voivat toisinaan olla myös tehokkaampia viestittäjiä kuin teksti. (Kress & Van Leeuwen 2001, 27-29.)

Maailmanperintökohteessa tekstimaisemat tulee sovittaa ympäristön kanssa erityisellä huolellisuudella. Opasteiden tulee olla selkeitä, muttei liian huomiota herättäviä eikä ympäristöön so-

pimattomia. Niistä tulee käydä ilmi kaikki vierailijan tarvitsema tieto, jotta vierailija ei tunne oloaan epämukavaksi tai uhatuksi ymmärryksen puutteen vuoksi, mutta samalla tiedon tulisi olla tarpeeksi huomaamatonta. Avainasemassa onkin tekstimaisemien herättämä turvallisuuden tunne vierailijassa. Tällä tarkoitetaan sitä, että jotta vierailijan kokemus elämästä olisi positiivinen, tulisi tekstimaisemien auttaa vierailijaa kokemaan paikka turvallisenä ympäristönä, jossa riskit ovat hallittavissa tai minimoituja. Tekstimaisemien tulisi ohjata vierailija pois vaarallisista paikoista vaaraa kuitenkin liiaksi korostamatta.

Suomenlinnassa on monenlaisia tekstimaisemia, jotka on kohdistettu eri yleisöille. Eri kohderyhmiä ovat paikalliset asukkaat, kotimaiset vierailijat sekä ulkomaalaiset vierailijat. Kotimaisille vierailijoille Suomenlinna voi olla joko virkistätymiskohde, vapaa-ajanviettoalue tai matkailukohde. Tutkittaessa eri opasteita ja tekstejä on otettava huomioon, mille kohderyhmälle kyseinen opaste on tarkoitettu. Tämän jälkeen opasteen ymmärrettävyyttä voidaan tutkia. Suomenlinna on eri kohderyhmien vuoksi tekstimaisemiltaan monitasoinen, ja opasteita on tulkittava sen mukaan.

4 Tutkimusmenetelmänä havainnointi

Tutkimusjakso ajoittuu huhtikuulta 2010 elokuulle 2010. Tutkimus aloitettiin vierailemalla Suomenlinnassa ainoastaan alustavasti tutkimusaluetta havainnoiden ja rajaten. Näkökulmana ensimmäisellä vierailulla oli pyrkiä havainnoimaan kohteen tekstimaisemia ja niiden toimivuutta ensi kertaa alueella vierailevan kävijän silmin. Seuraavalla käynnillä otettiin alustavat kuvat tutkimuksen kohteina olevista tekstimaisemista. Näiden kuvien tarkoituksena oli auttaa löytämään opasteiden ongelmakohtia sekä havainnoimaan tutkimuksen pääpainokohteet. Alueelle tehtiin myös kaksi muuta vierailua, tarkoituksena kuvata valitut kohteen uudelleen sekä määrällisesti laskea kohteen opasteet, niiden sisältämät kielivalinnat sekä tekstin ja kuvan suhde. Tältä pohjalta analysoidaan, kenelle mikäkin opaste on kohdistettu.

4.1 Menetelmän kuvaus

Tutkimustapana on systemaattinen havainnointi. Valitsimme havainnoinnin tutkimustavaksi siksi, että sen avulla saavutetaan välitöntä ja suoraa tietoa yksilön toiminnasta luonnollisessa ympäristössä. Havaittajoina toimivat tutkijat itse. (Routio 2005.) Päädyimme tähän tutkimusmenetelmään myös siksi, että Suomenlinnassa on jo tehty runsaasti eri haastattelututkimuksia ja halusimme tuoda tutkimukseen uuden näkökulman.

Havainnointi auttaa selvittämään toimintaa. Myös elottomien esineiden, kuten tässä tutkimuksessa opasteiden, käyttö on toimintaa, jota tutkitaan niiden todellisessa ympäristössä. Tutkimuksessa kiinnostaa myös eri toimintojen ketju: miten vierailija reagoi nähdessään tietynlaisia tekstimaisemia ja mihin se johtaa. Tässä tutkimuksessa tutkimme siis sitä, miten havainnoitsija opasteen kohdatessaan toimii: miten hän ymmärtää sen sisällön ja miten hän valitsee reitin opasteen avulla. Havainnointi toteutetaan paikan päällä ja apuna tutkimuksessa on kamera. (Routio 2005.)

Systemaattisessa havainnoinnissa tutkittavasta kohteesta eli tässä tapauksessa kohteen tekstimaisemista, on jo jonkinlainen käsitys, jonka pohjalta havainnointi voidaan suorittaa. Tutkimuksessa otetaan huomioon vain ne seikat, jotka liittyvät tutkimusongelmaan. Tässä tutkimuksessa keskitymme vain tekstimaisemiin, niiden sisältöön, sijaintiin ja puutteeseen. Muut seikat ovat tämän tutkimuksen kannalta merkityksettömiä. (Routio 2005.)

Luokittelimme havaintojen vaihtoehdot etukäteen. Havainnoidessamme merkitsimme tukkimiehen kirjanpidolla tekemämme havainnot valmiille pohjalle. Paikan päällä havainnoidessa

merkitsimme ylös opasteiden määrän ja muita niihin liittyviä merkityksellisiä seikkoja. Valokuvat auttavat osoittamaan havainnoinnin tuloksia ja selittämään havaittuja ongelmia (Routio 2005). Valokuvat olivat apuna tutkimuskysymyksiensä rajauksessa, ja näistä kuvista valittiin sopivimmat kuvaamaan tutkimuksen tuloksia ja johtopäätöksiä. Valokuvat ovat myös keino ilmaista tutkimuksen havaintoja käytännössä. Ne myös auttavat lukijaa ymmärtämään tekstimaaisissa esiintyviä ongelmia ja kehittämisen kohteita.

4.2 Tutkimusalueen rajaus

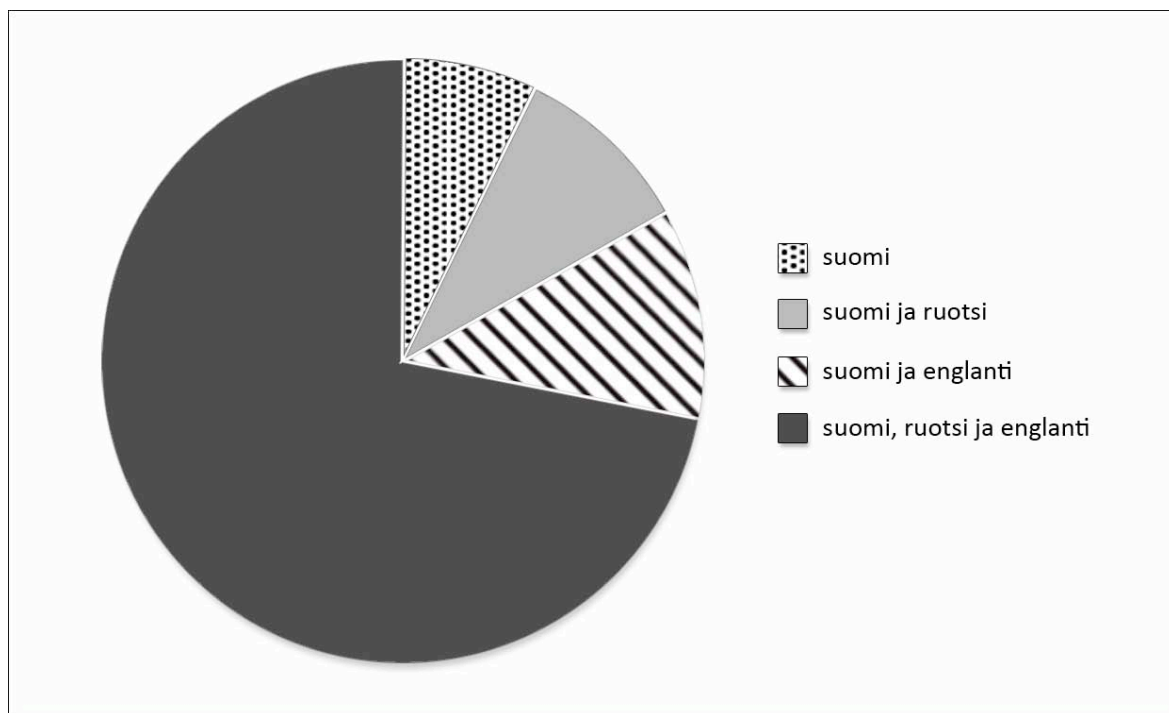
Aloitimme tutkimuksen vierailemalla Suomenlinnassa ja tekemällä havaintoja kohteen kylteistä ja opasteista. Teimme useita havaintokäyntejä ja näiden käyntien sekä toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen perusteella rajasimme tutkimusalueen vain tiettyihin Suomenlinnan osiin. Toimeksiantajamme pyynnöstä tutkimusalueemme koostuu pääasiassa Ison Mustasaaren, Susisaaren ja Kustaanmiekan niistä osista, jotka kuuluvat kartalla sinisellä merkitylle pääreitille (Kuvio 1 s.4). Pääreitien lisäksi tutkimusalueita ovat myös Ison Mustasaaren itäosassa sijaitseva Lelumuseo sekä Susisaaren luoteisosassa sijaitseva Tullimuseo. Näiden alueiden ulkopuoliset alueet ovat pääasiassa asuinalueita ja Merisotakoulun alueita, joille matkailijoiden ei toivota menevän. Tämän vuoksi myös suurin osa kohteen tekstimaisemista sijaitsee tutkimusalueella.

5 Havainnoinnin tulosten esittely ja analysointi

Havainnoinnin perusteella valitsimme tekstimaisemien tarkastelun kohteet. Näihin aiheisiin päädyimme osittain toimeksiantajan toiveesta ja osittain havainnoinnin pohjalta. Esittelemme tulokset niin, että ensin keskitytään yleisesti alueen karttaan, esitteeseen, opastekyltteihin sekä niiden toimivuuteen, ja sen jälkeen paneudutaan erityistä huomiota herättäneisiin aiheisiin omissa kappaleissaan.

5.1 Tienviitat, kyltit ja opasteet vierailijaa ohjaamassa

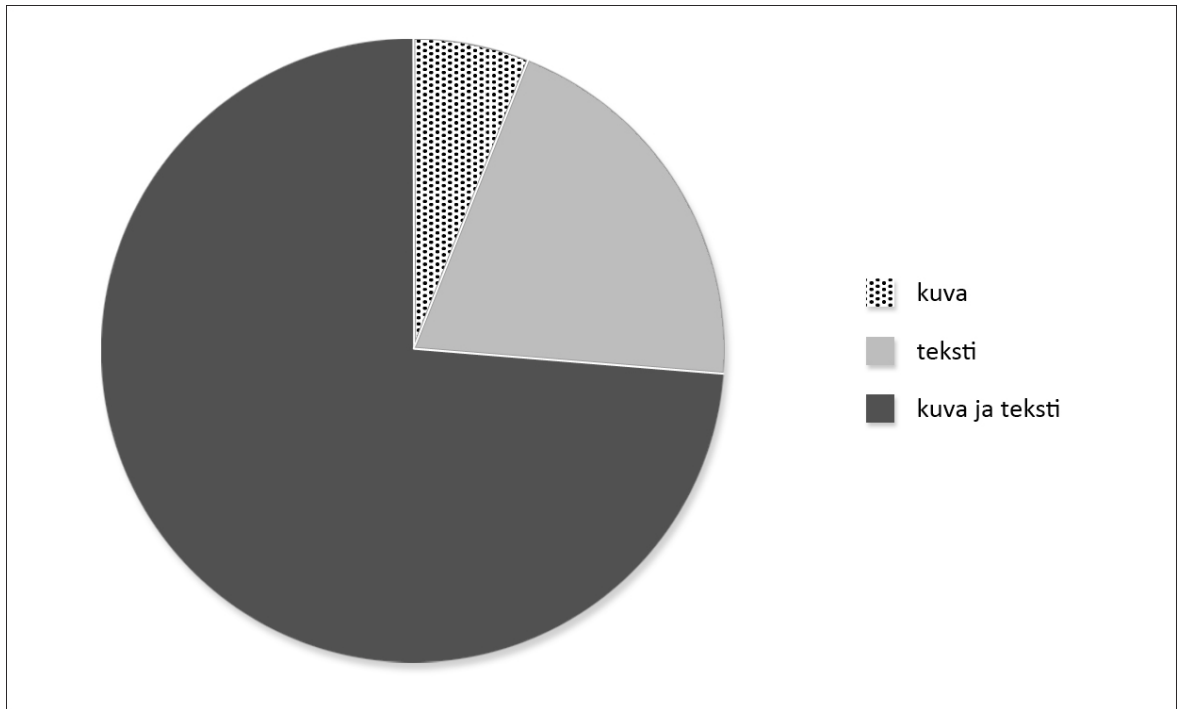
Tutkimusalueellamme oli tutkimusajankohtana 183 opastekylttiä. Kyltit ovat opasteita, mainoksia ja varoituksia. Opasteiden määrä saattaa vaihdella eri ajankohtina, ja koska tutkimus on tehty kesällä, on kylttien määrä todennäköisesti suurimmillaan. Koska talviaikaan useat Suomenlinnan ravintolat ja museot ovat suljettuina, on kylttejä ja opasteita myös silloin luultavasti vähemmän. Myös tapahtumat vaikuttavat opasteiden määrään, sillä niiden mainoksia ja viittoja on alueella tapahtuma-aikaan luonnollisesti enemmän.



Kuvio 8. Opasteiden (n=172) kielijakauma tutkimusalueella

Kuviossa 8 on otettu huomioon ainoastaan ne opasteet, joissa on käytetty tekstiä. Näitä oli tutkimushetkellä 172 kappaletta. Kuviosta näkyy opasteiden kielivalikoima, joka on pääosin suomi, ruotsi ja englanti. Osa näistä kylteistä oli mainoksia, joissa oli käytetty myös saksan ja

ranskan kieltä. Nämä eivät kuitenkaan ole kohteen pysyviä tekstimaisemia. Suomea, ruotsia ja englantia sisälsi 122 kylttiä, suomea ja ruotsia sisälsi 17 kylttiä, suomea ja englantia sisälsi 20 kylttiä ja pelkästään suomea sisälsi 13 kylttiä.



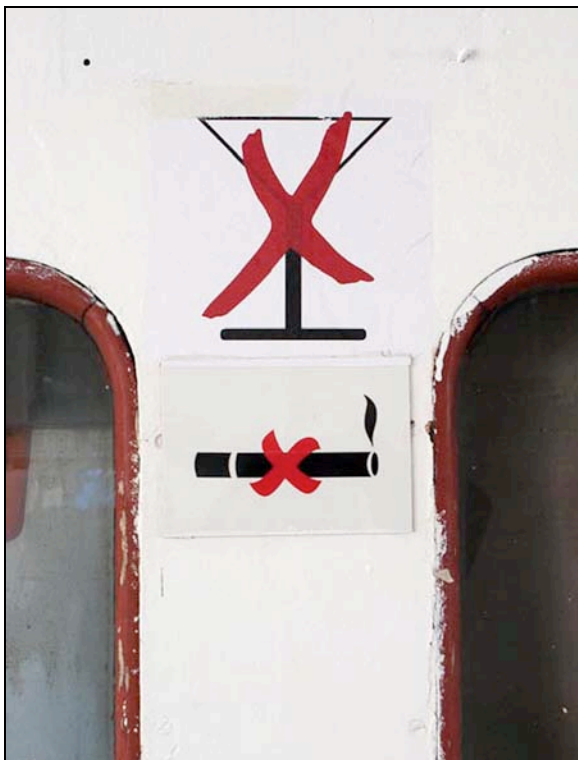
Kuvio 9. Tekstin ja kuvan osuudet opasteissa (n=183)

Tutkimme myös opasteiden sisältöä kuvien ja tekstin suhteen. Kuvio 9 kuvaa tekstin ja kuvan esiintymistä opasteissa. Pelkästään kuvista koostuvia opasteita oli 11 kappaletta, pelkkää tekstiä sisälsi 37 opastetta ja tekstiä ja kuvaa sisälsi 135 opastetta. Suurimmassa osassa opasteista on siis käytetty sekä tekstiä että kuvaa. Syynä tähän voi olla mahdollisesti se, että kuvat houkuttelevat tutkimaan opastetta tarkemmin. Jos opasteessa on paljon tekstiä, ei vierailija välttämättä kiinnostu siitä. Kuvat myös elävöittävät opasteen sisältämää tietoa ja voivat siis herättää kohdeyleisön mielenkiinnon. Ne voivat myös toimia mahdollisina opasteina niille vierailijoille, jotka eivät osaa opasteissa käytettyä kieltä.



Kuvio 10. Esimerkki pelkkää tekstiä sisältävästä opasteesta

Pelkkää tekstiä sisältävän opasteen tulisi olla selkeä ja sen sanoma tulisi ilmaista kohdeyleisön mukaisilla kielivalinnoilla. Kuviossa 10 näkyvä opaste Suomenlinnan lautalta on kirjoitettu sekä suomeksi, ruotsiksi että englanniksi ja teksti on käännetty kokonaisuudessaan kaikille kielille. Opasteessa käytetty fontti on selkeä, ja teksti on aseteltu helppolukuisesti ja asiallisesti. Opasteen sanoma on helppo ymmärtää, mikäli ymmärtää jotakin siinä käytettyä kieltä.



Kuvio 11. Esimerkki pelkkää kuvaa sisältävästä opasteesta

Sen sijaan kuviossa 11 näkyvät opasteet, jotka sisältävät pelkkää kuvaa, eivät välttämättä ole kaikille selkeitä. Kuten aiemmin mainitsimme, semioottisia merkkejä voi ymmärtää monin eri tavoin ja niiden merkitys ei aina ole selkeä. Tässä lautalla sijaitsevassa opasteessa on kaksi eri kylttiä, joista toinen kieltää tupakoinnin ja toinen ilmeisesti alkoholin käytön lautalla. Varsinkin ylempi, alkoholin käytön kieltävä, voi olla harhaanjohtava.



Kuvio 12. Esimerkki tekstiä ja kuvaa sisältävästä opasteesta

Kuviossa 12 on esimerkki kuvaa ja tekstiä sisältävästä opasteesta. Opasteessa on käytetty kuvana lastenrattaita, joiden päällä on punainen rasti ja alla teksti, joka kieltää pysäköimästä oven eteen. Teksti on kirjoitettu ainoastaan suomeksi. Kuvan sanomaa on hyvä vahvistaa tekstillä. Tekstin tulisi kuitenkin olla selkeä, ja ohjeistaa vierailijaa selkeämmin. Nyt opaste on etenkin suomen kieltä taitamattomille epäselvä, sillä siitä voi saada käsityksen, että lastenrattaat ovat lautoilla kiellettyjä kokonaan. Myös suomenkieliselle opasteen kieliasu on outo, sillä pysäköinti voisi viitata myös autoihin, joita myös kuljetetaan lautoilla.



Kuvio 13. Esimerkki pääreitit opasteista

Suomenlinnan karttaan sinisellä merkitty pääreitit on merkitty alueella kuviossa 13 näkyvin sinisin kyltein. Väriä yhdistää opasteet kartan reittiin, ja opasteita on helppo seurata yhdessä kartan kanssa. Pääreitit sinisiä kylttejä on yhdistetty tienviitoissa myös tavallisiin mustiin tienviitoihin, jotka johdattavat eri kohteisiin, ravintoloihin ja museoihin. Ilman karttaa kulkeva vierailija ei välttämättä ymmärrä, miksi osa kylteistä on sinisiä ja osa mustia. Kaikissa sinisissä kylteissä on käytetty sekä suomea, ruotsia että englantia. Kaikissa mustissa kylteissä englannin kielistä tekstiä ei kuitenkaan ole.



Kuvio 14. Opasteet eivät aina ole selkeitä

Pääreitin opasteet ovat pääosin toimivia, mutta huomasimme muutamia kohtia, joista kyltti puuttuu tai se on harhaanjohtava. Tällaisia kylttejä ovat esimerkiksi epämääräisesti johonkin suuntaan osoittavat kyltit sekä kyltit, joiden osoittamasta reitistä ei voi olla varma. Esimerkiksi kuviossa 14 on tienviitta, joka ohjaa haarautuvalle tielle. Tällaisessa tapauksessa vierailija joutuu tekemään päätöksen, joka voi vaikuttaa hänen kokemukseensa kohteesta. Aiemmin mainitsemamme asiakkaan polku voi olla joko negatiivinen tai positiivinen ja valitusta suunnasta riippuen vierailija voi joko löytää perille tai eksyä reitiltä. Vaikka vierailijan kokonaisvaikutelma kohteesta voi eksymisestä huolimatta olla positiivinen, ei tällaista riskiä pitäisi kuitenkaan sallia. Koska opasteet luovat turvallisuutta, ne tulisi sijoittaa niin, että ne osoittavat selkeästi, minne vierailijan tulee kulkea.

Kesäaikana osa kylteistä voi olla kasvillisuuden peitossa ja siksi vaikeasti havaittavissa. Ne eivät tällöin välttämättä myöskään osoita oikeaa suuntaa kohteeseen tai osoittavat suunnan niin, että vierailija voi hämääntyä. Osa kylteistä näkyy hyvin huonosti tai ei ollenkaan ja tällaisessa tapauksessa vierailijalta voi jäädä tärkeää tietoa saamatta.



Kuvio 15. Opasteen osoittama suunta voi olla hämmentävä

Vaikeasti havaittavia kylttejä on eri puolella tutkimusaluetta. Kuvioista 15 voi nähdä Isolla Mustasaarella sijaitsevan WC-kyltin, joka on kasvillisuuden seassa. Vierailija näkee kyltin tulosuunnasta riippuen. Suomenlinnakeskukselle kulkiessa kyltti on lähes näkyvillä, mutta toisesta suunnasta saapuessa kyltin näkyvyys on lähes olematon. Myös Kustaanmiekassa ravintola Valhallaan ohjaava kyltti oli osittain näkymättömissä kasvillisuuden takana. Lisäksi osa kylteistä on hyvin kuluneita ja vanhoja. Niiden sanoma ei välttämättä ole selkeä tai helppolukuinen ja opaste saattaa siksi olla harhaanjohtava. Tienviitoissa tätä ongelmaa ei ole. Kuluneita kylttejä oli lähinnä joidenkin nähtävyyksien sekä lauttasataman kohdalla.

Matkailukohteessa, joka on näin avoin kaikille vierailijoille, on vaikeaa tarkkailla kaikkien vierailijoiden käytöstä ja voikin olla, että kylttien sijaitseminen kasvillisuuden peitossa tai ohjaamassa väärin suuntiin voi johtua ilkevästä. Koko tutkimusjakson ajan kyltit olivat samoilla paikoilla, emmekä huomanneet niille tehtävän mitään. Syystä riippumatta kylttien totuudenmukaisuus ja esteetön näkyminen vierailijoille tulisi varmistaa ja siihen pitäisi reagoida heti ongelman ilmettyä.



Kuvio 16. Lukuisia opasteita samassa tienviitassa

Osassa pääreitien varrella olevissa tienviitoissa on niin monta kylttiä, että tietyn kyltin löytäminen voi olla vaikeaa. Esimerkkinä kuviossa 16 olevassa tienviitassa on nähtävissä tilanne, jossa samassa tienviitassa on useita opasteita. Oikean kohteen löytäminen tällaisesta tienviitasta voi olla vierailijalle hankalaa. Ulkomaalaisen vierailijan perille löytämistä vaikeuttaa myös se, että vain muutamissa erillisissä kylteissä on suomen ja ruotsin kielen lisäksi myös englantia. Lisäksi isot kirjaimet A-E voivat olla vierailijalle epäselviä, jos ei ymmärrä niiden tarkoitusta. Kirjaimilla tarkoitetaan Suomenlinnan eri saaria ja niitä käytetään opasteissa vierailijan sijainnin havainnollistamisessa. Kirjaimet ovat näkyvillä myös alueen kartalla saarten nimien yhteydessä.

Alueella oli tutkimusajankohtana myös useita rakennustyömaita, joiden merkinnät ja opasteet olivat puutteellisia. Lähempänä satamaa olevissa rakennustyömaissa olivat hyvät opasteet ja varoitukset. Ainoastaan yhdellä työmaalla oli kerrottu, mitä rakennukselle tehdään ja minkä vuoksi. Maailmanperintökohteessa tämä tieto on tärkeää ja monia vierailijoita kiinnostavat kohteiden kunnostustyöt.



Kuvio 17. Unescon maailmanperintökohteesta kertova opastetaulu

Myös muut maailmanperintöluetteloon liittyvät asiat saattavat kiinnostaa alueen vierailijoita. Susisaaren koillisosassa, lähellä Isolle Mustasaarelle johtavaa siltaa ja Suomenlinnakeskusta, on tunneli, joka johtaa Augustin Ehrensvärdin haudalle. Tunnelin alkupäässä kulkuaukon vieressä on kuviossa 17 näkyvä kivinen musta taulu, jonka yläosassa on Unescon tunnus ja sen alla tietoa Suomenlinnan liittämistä maailmanperintöluetteloon. Taulu on tyylikkään ja arvokkaan näköinen ja se on kiinnitetty kivimuriin. Taulua ei välttämättä huomaa, sillä se maastoutuu ympäristöönsä erittäin hyvin. Taulun asettelu on asiallinen ja toimiva ja sen ulkoasu ja tyyli sopivat sen sisältämän tiedon arvoon sekä kohteen muihin opasteisiin. Taulun voisi kuitenkin ehkä sijoittaa hieman toisin, sillä nyt sen näkyvyys ja kiinnostavuus saattavat olla heikot. Tämänkaltaisen taulu voisi olla hyvä sijoittaa esimerkiksi pääreitit alkuun, sillä siellä suurempi osa vierailijoista näkisi sen ja sen sanoma tavoittaisi kohderyhmänsä. Pääreitit alussa olevassa

Suomenlinna-kytissä on Unescon logo, muttei enempää tietoa siitä, mitä Unesco on tai mitä maailmanperintökohde tarkoittaa.



Kuvio 18. Esimerkki kohdeopasteesta Kustaanmiekalla

Suomenlinnassa on myös muutamia hyvin informatiivisia opasteita muutamasta eri kohteesta. Esimerkiksi Venäläisestä kauppiaskorttelista, Kirkkopuistosta, Piperin puistosta ja Kustaanmiekasta on tällainen opaste. Kuviossa 18 näkyy Kustaanmiekalla sijaitseva kyltti. Tässä opasteessa käytetään sekä kuvaa että tekstiä. Kyltin yläosassa lukee otsikkona Kustaanmiekka suomeksi ja ruotsiksi. Englanniksi sitä ei ole käännetty eikä käännökselle välttämättä ole tarvetta, sillä paikannimiä ei mielestämme ole aina tarpeellista käänntää. Opasteessa on tietoa Kustaanmiekasta ja sen eri vaiheista. Opaste on kirjoitettu suomen, ruotsin ja englannin kielellä. Sen tyyli on yhteneväinen sekä muiden samanlaisten opasteiden sekä tienviittojen kanssa. Kyltti erottuu ympäristöstä, mutta se ei ole häiritsevä. Kyltti sijaitsee paikalla, jolla ei ole runsasta kasvillisuutta, joka peittäisi sen. Opaste näkyy pitkälle eikä sen edessä ole näköesteitä. Näkyvyyden ja mielenkiinnon lisäämiseksi kyltin värimaailmaa voisi tosin muuttaa. Syksyisin tummasävyisen opasteen erottuminen ympäristöstä voi kuitenkin olla vaikeaa.

Opasteessa on neljä eri kuvaa. Kolme pienempää kuvaa ovat suurimman kuvan sisällä. Suurimpaan kuvaan voisi lisätä värejä, joilla parannettaisiin sen houkuttelevuutta ja näkyvyyttä. Tällä hetkellä kuvien värit on harmaasävyinen ja hieman tylsä. Opasteessa on tuotu hyvin esille Suomenlinnan historiaa kuvien ja tekstin avulla. Suurimman kuvan yläosassa olevat pienet kuvat ovat vanhan näköisiä ja lisäävät historian tuntua opasteessa. Suurimmassa kuvassa on numeroin merkitty Kustaanmiekan tärkeimpiä kohteita. Numerointi on kuitenkin melko sekavaa. Opaste ei mielestämme ole visuaalisesti houkutteleva. Siinä on hyvin paljon tekstiä pienellä kirjainkoolta, eikä se välttämättä houkuttele vierailijaa lukemaan tekstiä loppuun. Kyltti voi houkutella luokseen niitä vierailijoita, jotka ovat jo tutustuneet Suomenlinnan muihin samantapaisiin kyltteihin ja jaksaneet lukea ne pienestä tekstistä huolimatta.

Kyltin alareunassa on Suomenlinnan hoitokunnan ja Unescon tunnukset. Tyylin ja väriyksen lisäksi nämä osoittavat sen olevan Suomenlinnan hoitokunnan asettama kyltti. Kyltin yläreunaan on sijoitettu pieni kartta, joka havainnollistaa vierailijan sijainnin kartalla. Kartta voi olla epäselkeä niille vierailijoille, joille kartan merkit eivät ole tuttuja. Koska kartta on pieni, ei merkkien selvennykselle välttämättä ole tilaa kyltissä. Sininen viiva, joka kuvaa pääreittiä on selkeä, sillä se on näkynyt koko saarella opasteissa. Valkoiset neliöt kartassa eivät ole selkeitä katsojalle. Punainen pallo kuvaa kyltin ja sitä lukevan vierailijan sijaintia.

Mielestämme tällainen opaste olisi hyvä olla myös karttaan merkittyjen viiden päänähtävyyksien luona. Nyt päänähtävyyksistä ei ole tietoa niiden kohdalla tarpeeksi. Esimerkiksi Kuninkaanportille kyltti toisi lisäarvoa. Vierailija ymmärtäisi tietokyltin avulla Kuninkaanportin historiaa. Nykyisellään Kuninkaanportti on kaunis paikka, mutta opasteiden perusteella vierailija ei välttämättä koe sitä yhdeksi tärkeimmistä kohteista Suomenlinnassa.

5.2 Kohdeyleisöjen huomioonottaminen

Kuten aiemmin mainitsimme, Suomenlinnassa käy vuosittain noin 700 000 vierailijaa, jotka ovat eri puolilta maailmaa (Suomenlinnan hoitokunta 2010g). Suomenlinna on kuitenkin myös pääkuntaseutulaisten suosima vapaa-ajanviettokohde ja se houkuttelee myös muita kotimaisia vierailijoita. Tekstimaisemien haasteena onkin palvella samanaikaisesti sekä paikallisia asukkaita, kotimaisia vierailijoita että ulkomaisia vierailijoita. Kotimaiset vierailijat voidaan jakaa kahteen ryhmään: lähiseutujen asukkaat, jotka vierailevat Suomenlinnassa kaupunginosana, mahdollisesti tutustumatta kohteen nähtävyyksiin ja historiaan ja niihin, jotka tulevat tutustumaan Suomenlinnaan matkailukohteena. Kaikki nämä kohderyhmät tulisi ottaa huomioon samaan

aikaan niin, etteivät ne pääse häiritsemään toisiaan. Suurin osa häiriöstä koituu paikallisille asukkaille.

Lähes kaikki tutkimusalueen opasteet ovat suomeksi ja ruotsiksi, ja suurimmassa osassa niistä teksti on myös englanniksi. Kaikki pääreitien siniset opasteet sekä informatiiviset, eri kohteista kertovat kyltit ovat vähintään kolmikielisiä. Mustat tienviitat ovat paikoin pelkästään suomenkielisiä ja välillä suomen- ja ruotsinkielisiä. Kaikkia kolmea kieltä sisältäviä mustia opasteita on vain vähän. Osassa kylteistä on myös kuvia, karttoja ja semioottisia merkkejä, joiden avulla opasteen kieliä taitamaton vierailija voi saada apua ja opastusta. Semioottisia merkkejä voi kuitenkin ymmärtää muuan muassa tulkitsijan kulttuuritaustasta riippuen monin eri tavoin, eivätkä kuvat välttämättä ole kaikille vierailijoille avuksi. Vain muutamassa tutkimushetkellä alueella olevassa kyltissä on suomen, ruotsin ja englannin lisäksi käytetty kielenä saksaa tai ranskaa. Nämä ovat käytännössä erilaisten tapahtumien mainoksia, jotka eivät ole pysyviä tekstimaisemia.

Opasteet palvelevat kohderyhmiään eri tavoin. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimusten mukaan eniten ongelmia opasteiden kanssa oli ulkomaalaisilla ja muualta Suomesta tulleilla matkailijoilla (Borgström 2000, 26-27; Hiltunen & Öystilä 2003, 23; Smyk & Vehkakoski 2007, 21). Helsinkiläiset vierailijat ja paikalliset asukkaat eivät alueella ollessaan välttämättä edes tarvitse opasteita eri paikkoihin löytääkseen. Sen sijaan myös helsinkiläisille, kuten muille suomalaisille ja ulkomaalaisillekin tärkeitä tekstimaisemia ovat erilaiset kiellot ja varoitukset. Osittain nämä voivat koskea myös paikallisia.



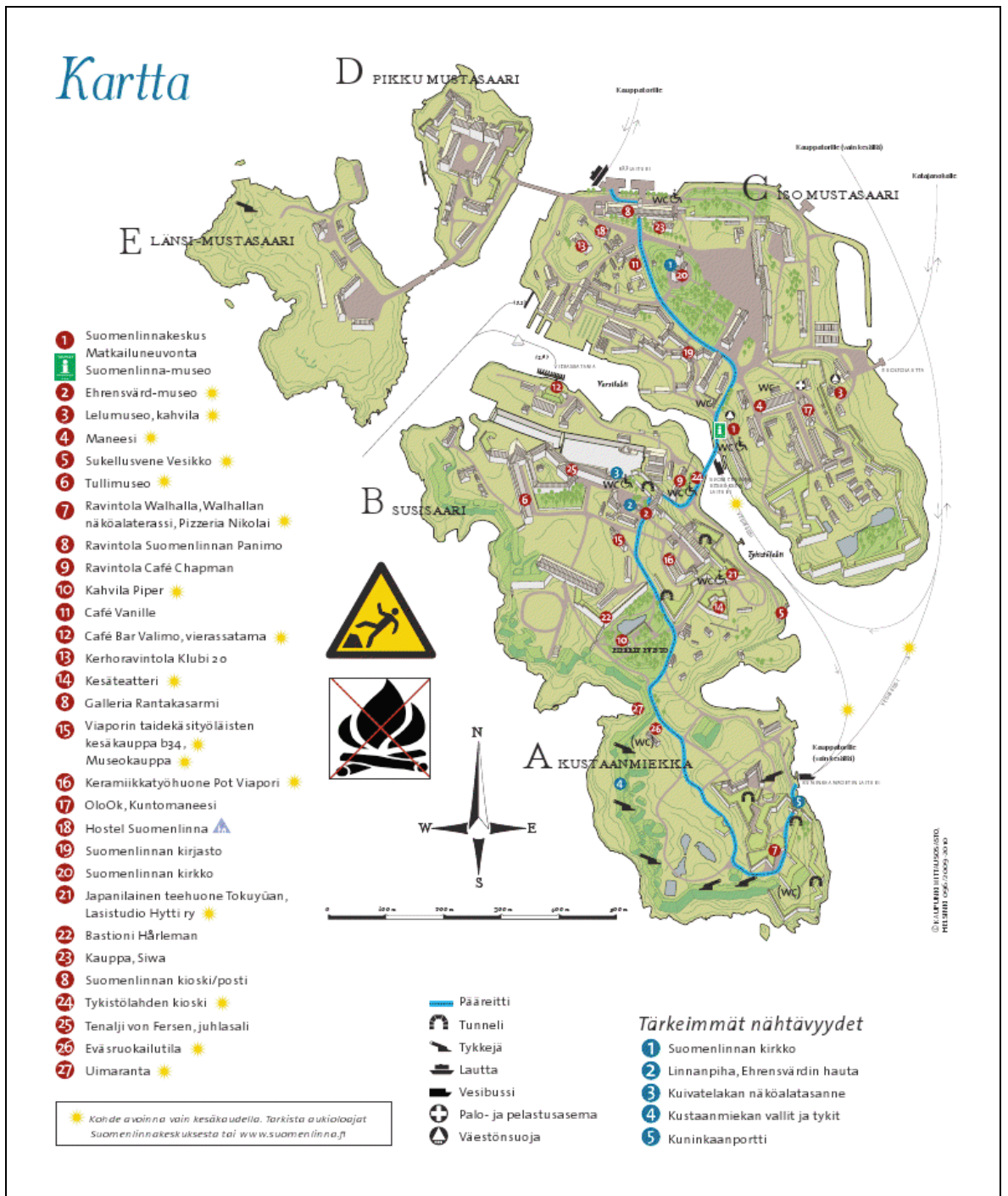
Kuvio 19. Esimerkki tekstimaisemasta, jonka viesti avautuu eri kohderyhmille eri tavoin

Suomenlinnan asukkaat ovat tärkeä tekstimaisemien kohderyhmä ja heille on muutamia omia opasteita. Suomenlinnan ruokakaupan, Siwan, ilmoitustaululla on asukkaiden itse laittamia ilmoituksia, joita ulkopuolinen ei välttämättä ymmärrä. Siwan ulkopuolella on suomenkielinen ilmoitustaulu, jossa on tietoa asukkaille ajankohtaisista asioista, kuten koulun alkamisesta. Ilmoitustaululla on myös muutamia opasteita vierailijoille suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Lisäksi kuviossa 19 näkyvä esimerkki rakennusten numeroinnista ei välttämättä tarkoita ulkopuoliselle vierailijalle mitään tai vierailija ei ymmärrä opasteen tarkoitusta. Se saattaa jäädä vierailijalta jopa täysin huomaamatta. Nämä kyltit, jotka sisältävät vain kirjaimia ja numeroita, on tarkoitettu merkitsemään talojen osoitteita ja niiden kohderyhmään kuuluvatkin useimmiten ainoastaan paikalliset asukkaat tai eri viranomaiset, kuten palokunta. Myös kirkon luona on opaste, jossa kerrotaan kirkon historiasta suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Sen vieressä on ilmoituksia kirkon toiminnasta suomen kielellä. Opaste kirkon historiasta on tarkoitettu ulkomaalaisille ja kotimaisille matkailijoille ja tiedote kirkon toiminnasta on tarkoitettu paikallisille asukkaille. Vaikka kieli on suomi ja kotimaiset matkailijat voisivat osallistua toimintaan, he eivät kuulu ilmoitusten kohderyhmään.

5.3 Suomenlinnan esite ja kartta vierailijan apuna

Suomenlinnasta on julkaistu esite suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Kesäksi ja talveksi on omat esitteensä. Esitteissä kerrotaan Suomenlinnan toiminnasta ja historiasta sekä alueen päänähtävyyksistä ja Suomenlinnakeskuksesta. Esite sisältää myös kartan Suomenlinnasta, johon on merkitty keskeisimmät nähtävyydet ja palvelut. (Suomenlinnan hoitokunta 2010m.)

Esite on matkailijan käyttöön toimiva, mutta mielestämme kuvion 20 kartta on vaikeaselkoinen. Maantieteellisesti oikeinpäin julkaistu kartta voi aiheuttaa vierailijalle sekaannusta siitä, mihin suuntaan vierailija on matkalla alueelle saapuessaan. Karttaa on mahdollista tulkita niin, että päälaiturilla lautasta ulos astuessa onkin saarten eteläkärjessä, jolloin kohteiden sijainnit ovat vaikeita ymmärtää. Toisaalta kartan kääntäminen maantieteellisesti väärinpäin aiheuttaisi mahdollisesti yhtä paljon sekaannuksia kuin kartan asettelu nykyisellään. Lisäksi vierailijan kannalta tärkeät paikat, päälaituri ja Suomenlinnakeskus, voisivat olla merkitty kartalle vielä selkeämmin. Kartalla Suomenlinnakeskusta osoittava vihreä I-kirjain hukkuu kartan muihin väreihin eikä se ole selkeästi huomattavissa.



Kuvio 20. Suomenlinnan kartta selityksineen (Suomenlinnan hoitokunta 2010m)

Karttaan on merkitty sinisellä viivalla alueen pääreitti, jolla on eniten nähtävää. Myös kartalla esiintyvät merkit, kuten tykit, lautat ja tunnelit, on selitetty kartan alalaidassa. Alalaidasta löytyvät myös ilmansuunnan ja mittakaavan merkinnät. Karttaan on merkitty numeroin kohteet ja palvelut, ja numeroiden selitykset ovat kartan sivussa. Sama numero voi tarkoittaa muutamaa eri kohdetta, ja koimmekin numeroiden asettelun sekavaksi. Esimerkiksi kohteessa numero 8 sijaitsivat sekä Ravintola Suomenlinnan Panimo, Galleria Rantakasarmi sekä Suomenlinnan kioski ja posti. Numero 8 onkin merkitty sivupalkkiin kolmesti eri kohtiin. Mielestämme olisi

selkeämpää, että se olisi merkitty selityspalkkiin vain kerran ja kaikki kohteessa sijaitsevat palvelut olisivat selitetyt samassa kohtaa. Nyt epäselvä numerointi tuottaa hämmennystä. Tätä poikkeusta lukuun ottamatta selityspalkin numerointi on järjestyksessä. Kohteiden numerointia kartalla voisi myös harkita. Tällä hetkellä numerot ovat kartalla epäjärjestyksessä, mikä voi aiheuttaa sekaannuksia. Numerot voisivat olla esimerkiksi järjestyksessä siten, että päälaiturilta lähtiessä numerot kasvaisivat sitä mukaa, mitä pidemmälle vierailija reitillä etenee.



Kuvio 21. Kuninkaanportin tekstimaisemaa

Tärkeimmät nähtävyydet on merkitty kartan alalaitaan omana ryhmänään sinisillä merkeillä, jotka näkyvät myös kartalla. Opasteiden perusteella ei päänähtävyyksien kohdalla välttämättä ymmärrä olevansa tärkeän nähtävyyden kohdalla. Kuvioista 21 näkyy, että esimerkiksi kartalla numerolla 5 merkitty Kuninkaanportti on merkitty kohteessa vain pienellä metallikyltillä kiviportin vieressä. Suomen- ja ruotsinkielisen nimen lisäksi kyltissä on vuosiluvut. Nimeä ja vuosilukua ei ole kuitenkaan selitetty mitenkään. Monille vierailijoille voikin jäädä epäselväksi nähtävyyden merkitys ja tarkoitus. Vaikka kyltissä ei olekaan tekstiä englanniksi, on se tässä tapauksessa melko merkityksetöntä, sillä pelkkä nimi millään kielellä ei ole riittävä kertomaan kohteen merkittäväydestä ja tarkoituksesta. Vierailijalle Kuninkaanportista ei tekstimaisemien perusteella välttämättä jää mieleen, että se on yksi päänähtävyyksistä. Alueella voisikin olla kohdeopaste, joka kertoisi Kuninkaanportin tarkoituksesta ja historiasta.

Huomasimme saman ilmiön myös muiden päänähtävyyksien kohdalla. Ainoastaan Suomenlinnan kirkosta on kerrottu informatiivisessa kyltissä. Tämäkin kyltti on yhdistetty paikallisille asukkaille tarkoitettun informaatiokyltin kanssa ja kirkosta kertova osio on melko kapea. Kustaanmiekan valleista ja tykeistä sekä Ehrensvärdin haudasta ei myöskään ole tietoa paikan päällä. Koska kohteet on luokiteltu päänähtävyyksiksi, moni vierailija haluaisi todennäköisesti tietää niiden historiasta ja merkityksestä. Tällä hetkellä niiden merkitys ei jää vierailijalle päällimmäiseksi mieleen.

5.4 Suomenlinnakeskuksen ympäristö ja keskukselle ohjaavat opasteet

Suomenlinnakeskus sijaitsee Isolla Mustasaarella Suomenlinnakeskuksen laiturin kupeessa. (Kuvio 20 s. 37) Vierailija voi noutaa keskukselta karttoja ja esitteitä ja saada tietoa saarten käyntikohteista ja ravintoloista. Samassa rakennuksessa sijaitsee myös Suomenlinnamuseo.

Päälaiturilta alkaen kaikki sinisellä merkityn pääreitillä opasteet ohjaavat Suomenlinnakeskukselle. Rannassa on myös opastetaulu, jossa keskukselta kerrotaan suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Opaste on kuitenkin melko pieni ja monet eivät sitä välttämättä huomaa. Keskuksen sijainti on myös vierailijoiden kannalta huono, sillä tarvittavia materiaaleja ja informaatiota tulisi olla saatavilla jo päälaiturin luona. Matkalla laiturilta keskukselle on jo monta eri käyntikohdetta ja ravintolaa, joista vierailijan on vaikea saada tietoa ilman esitteitä.



Kuvio 22. Opastustauluja Suomenlinnakeskuksen edessä

Kuviosta 22 näkyy, että Suomenlinnakeskuksen edessä on todella paljon erilaisia kylttejä, mainoksia ja tietoa Suomenlinnasta. Vierailijalle tämä näkymä voi olla vaikeaselkoinen. Kylteissä ei kuitenkaan selkeästi kerrota, mikä keskuksen tarkoitus on. Monelle voi jäädä epäselväksi rakennuksen informaatiota tarjoava tarkoitus. Lisäksi kyltit ovat hyvin samannäköisiä, mikä voi osaltaan vähentää vierailijan kiinnostusta. Huomasimme myös, että auringossa kyltit heijastavat ja luettavuus on heikko. Keskuksen aukioloajat on merkitty sekä pääoveen että yhteen kylteistä. Lisäksi keskuksen aukioloajat ovat nähtävillä Suomenlinnan lauttarannassa. Pääoven aukioloajat voivat ohikulkijalta jäädä huomaamatta ja keskuksen edessä olevassa kyltissä oleva ilmoitus aukioloajoista voi auringon takia olla vaikeasti havaittavissa.

Keskuksessa sijaitsevassa museossa on mahdollista katsoa alueen historiasta kertova video Suomenlinna-museon pääsylipun hinnalla. Video on saatavilla kahdeksalla eri kielellä, jotka ovat suomi, ruotsi, saksa, englanti, ranska, venäjä, japani ja espanja. Kielivalikoimaa on suunniteltu lisättävän tulevaisuudessa (Hanganpää 2.2.2010). Video on mielestämme laadukas ja mielenkiintoinen, ja sen avulla vierailija saa paljon tietoa Suomenlinnasta. Videota tulisi kuitenkin mainostaa enemmän. Havaitsimme tietoa videosta ainoastaan keskuksen sisällä, jolloin moni mahdollinen katsoja ei tiedä videon olemassaolosta. Videosta on maininta päälaiturin läheisyydessä, mutta muuten siitä tiedottaminen on heikkoa. Tällä hetkellä monilta vierailijoilta voi jäädä video näkemättä. Tämä voi vaikuttaa alueen ympäristön, rakennusten ja muiden tekstimaisemien ymmärrykseen, sillä video kertoo alueesta paljon sellaista tietoa, jota ei ainoastaan alueella kiertelemällä opi. Esimerkiksi jo aiemmin mainitun Kuninkaanportin merkitys voi alueella katsoneelle vierailijalle paremmin kuin vierailijalle, joka ei ole nähnyt videota. Alueen opasteet voisivat myös tukea videon tarjoamia tietoja. Tällaiset opasteet tukisivat videon nähneiden vierailijoiden mielikuvia alueesta, ja auttaisivat heitä ymmärtämään videolla nähtyjen kohteiden sijaintia. Sellaisille vierailijoille, jotka eivät ole nähneet videota, opasteet kertoisivat paljon uutta tietoa. Tällä hetkellä videota vastaavaa tietoa on nähtävillä Suomenlinnamuseossa, joten ainoastaan museokävijät saavat sekä näyttelyn että videon perusteella kattavasti tietoa Suomenlinnan historiasta.

5.5 Museoiden opasteiden kirjo

Suomenlinnassa on kuusi eri museota: Suomenlinna-museo, Ehrensvärd-museo, Suomenlinnan Lelumuseo, Sukellusvene Vesikko, Maneesi sekä Tullimuseo. Näistä ainoastaan Suomenlinna-museo, joka sijaitsee Suomenlinnakeskuksessa, on avoinna vuoden ympäri. Museoissa esitellään alueen historiaa sekä eri aikakausien esineitä ja kalustoa. Esitteen kartassa maneesi on merkitty ilman selityksiä ja meille selvisi vasta myöhemmin, että Maneesi on sotamuseo. Mu-

seita on hyvin paljon. Niiden määrä voi osaltaan vaikuttaa siihen, että museoihin löytäminen voi olla kartan avulla vaikeaa. Useat museoista sijaitsevat syrjässä pääreitiltä ja niihin ohjaavat kyltit ovat osittain sekavia. Huomasimme myös, että Suomenlinnakeskuksessa sijaitseva Suomenlinna-museo on heikosti havaittavissa.

Suomenlinnakeskuksessa sijaitsevassa Suomenlinna-museossa esineistä kertovat kyltit ovat suomen- ja ruotsinkielisiä. Englanninkieliselle yleisölle tarjolla on ainoastaan esineitä ja kuvia. Museossa esitettävä video on kuitenkin saatavilla useilla kielillä ja onkin tekstimaisemiltaan mielenkiintoisempi kuin museon muut kuvat ja tekstit. Keskuksen ulkopuolella Suomenlinna-museo näkyy sekä tienviitoissa että muutamissa mainosjulisteissa. Museosta tiedottaminen on kuitenkin hieman heikkoa ja Suomenlinna-museo saattaa jäädä esimerkiksi päälaiturin opasteissa muiden museoiden varjoon. Museolle saavuttaessa se on kuitenkin helpommin löydettävissä ja selkeämmin merkitty kuin muut museot alueella.



Kuvio 23. Lelumuseon opaste

Lelumuseota kohti kulkiessamme havaitsimme opasteet pääreitien varressa epäselviksi, sillä lelumuseo sijaitsee kauempana kuin opasteet antavat ymmärtää. Opasteita on hyvin paljon ja niiden tyyli vaihtelee. Lelumuseolle johdattavat alueen mustat tienviitat. Näiden lisäksi museolla on mainosjulisteita, joissa on yhdistelty tekstiä ja kuvia. Julisteessa on myös tietoa museosta. Museota kohti kävellessämme kohtasimme myös kuviossa 23 näkyvän opastekyltin, joka on kiinnitetty rakennuksen seinään. Kyltissä on valkoisella taustalla punainen nuoli ja mustalla teksti Nukke- ja lelumuseo. Kyltin tyyli poikkeaa museon muista opasteista niin paljon, ettei siihen välttämättä kiinnitä huomiota museota etsiessä. Kyltin asettelu on selkeä suomenkieliselle vierailijalle, mutta ruotsin- tai englanninkieliset vierailijat saattavat ohittaa kyltin huomaamatta.

ta, että alla lukee samat tiedot myös englanniksi ja ruotsiksi. Kyltti ei tyyliään ole houkutteleva vierailijalle värimaailmansa ja tyyliensä takia. Lisäksi kyltti on vanhan oloinen, mikä voi aiheuttaa vierailijalle mielikuvan siitä, ettei kyltin opastama kohde enää ole sen osoittamassa paikassa. Kyltti on yläkulmasta rikki, mikä ei herätä vierailijalle mielikuvaa hyvin hoidetusta ja turvallisesta kohteesta. Näin monta erilaista opastetyyliä samaan kohteeseen viitaten voi aiheuttaa vierailijalle sekaannusta.

Sotamuseo Maneesi on myös merkitty sekä Suomenlinnan karttaan että mustiin tienviittoihin. Kartalla Maneesin kohdalta kuitenkin puuttuu määritelmä museo, minkä vuoksi kohteen tarkoitus voi jäädä epäselväksi. Esitteen seuraavilla sivuilla Maneesista on kuitenkin kerrottu museona. Lisäksi tienviitat sekä museon omat mainokset kertovat kohteen olevan museo. Poikkeuksena tästä on kuviossa 24 näkyvä nuolikuviokuva, jossa lukee ainoastaan Maneesi. Sen yläpuolella on museon informatiivinen mainos, joka selkeyttää kuvion merkitystä. Alemman kuvion teksti on merkitty kuitenkin ainoastaan suomeksi, jolloin suomea osaamaton vierailija ei välttämättä ymmärrä opasteen merkitystä. Ylempään mainokseen ei ole merkitty museon sijaintia, osoitetta tai muita yhteystietoja. Muutenkin tekstien asettelu on epäselkeä, ja havaitsimme, että nopealla vilkaisulla on vaikeaa huomata, mitä kieliä mainoksessa on käytetty. Kielivalinta on mielestämme toimiva. Teksti on sekä suomeksi, ruotsiksi, englanniksi että saksaksi. Kyltissä on myös harhaanjohtava kuva panssarivaunusta, joka ei meren ympäröivään Suomenlinnaan sovi. Parempi voisi olla esimerkiksi kuva tykistä tai laivasta.



Kuvio 24. Sotamuseo Maneesin opasteita

Tullimuseo sijaitsee myös hieman sivussa pääreitiltä. Mustien tienviittojen lisäksi museolle opastavat ainoastaan sen omat mainokset museon ulkopuolella. Myös satamassa on mainos museosta. Museon ulkopuolella on vaikea huomata, mikä ovi on museon sisäänkäynti. Ovien ollessa kiinni museon ovesta on kuviossa 25 näkyvä teksti Tullimuseo suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi sekä museoon viittaava semioottinen merkki. Teksti on haalistunut ja kulunut, ja sen nähdäkseen katsojan on oltava hyvin lähellä ovea. Oven semioottinen merkki ei ole yksiselitteinen, eikä tarjoa apua vierailijalle, joka etsii museota.



Kuvio 25. Tullimuseon oven tekstimaisemaa

Ehrensvärd-museo on keskeisellä paikalla, mutta siitä tiedottaminen on heikkoa. Museo sijaitsee Augustin Ehrensvärdin haudan vierellä, hänen entisessä asuinrakennuksessaan. Museo on siis Suomenlinnan historian kannalta hyvin keskeinen. Museon tarkoitus ei kuitenkaan ole sisäänkäynnin perusteella selkeä. Mikäli vierailija on kuitenkin jo käynyt Suomenlinna-museossa ja on nähnyt siellä esitettävän videon, aukeaa museon tarkoitus hänelle selkeämmin. Muille vierailijoille kohde ei nimen perusteella välttämättä kerro mitään. Museosta on kerrottu esitteessä muiden museoiden ohella ja kartalle (kuvio 20 s.37) sen viereen on merkitty sinisellä numerolla 2 päänähtävyytenä Ehrensvärdin hauta.

Etenkin Lelumuseon, Maneesin sekä Tullimuseon tekstimaisemiin tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Toisistaan poikkeavat, puutteelliset tai sekavat opasteet hämäävät museota etsivää vierailijaa, eivätkä välttämättä houkuttele vierailijoita, jotka olisivat valmiita poikkeamaan museossa sitä etukäteen suunnittelematta. Sukellusvene Vesikon, joka on osa sotamuseota, opas-

teet olivat havaintojemme perusteella kaikista huomaamattomimmat. Vesikko on kartan ohella merkitty ainoastaan mustiin tienviittoihin.

5.6 Ravintolapalveluista viestiminen alueella

Suomenlinnassa on yhdeksän ravintolaa tai ravitsemusliikettä: Café Chapman, Suomenlinnan Panimo, Kerhoravintola Klubi 20, Café Vanille, Suomenlinnan kioskin kahvio, kahvila Piper, Café Bar Valimo, Lelumuseon kahvila sekä Ravintola Walhalla, johon kuuluvat Walhalla Gourmet, Pizzeria Nikolai sekä aurinkoterassi ja baari. (Suomenlinnan hoitokunta 2010m.) Ravintoloista viisi on auki ympärivuotisesti ja neljä ovat auki vain kesäkauden ajan. Lisäksi ravintola Walhalla on tilauskäytössä avoinna myös talvikaudella (Ravintola Walhalla 2010). Ravintolat sijaitsevat eri puolella Suomenlinnaa ja niistä on tiedotettu sekä Suomenlinnan esitteissä että tien varsien kylteissä. Kylteissä ravintolat on merkitty sekä kolmikielisin tekstein että ravintolaa kuvaavin semioottisin merkein. Ravintolat on myös merkitty alueen karttaan.

Osa ravintoloista on hieman syrjässä Suomenlinnan pääreitiltä, ja sen vuoksi hyvät opasteet ovat tarpeen. Suurimalla osalla ravintoloista on myös mainoskylttejä ravintoloiden sisäänkäyntien läheisyydessä. Nämä luovat matkailijalle kuvaa ravintolasta ja herättävät kiinnostusta. Ravintoloiden tulee olla helposti saavutettavissa selviytyäkseen kilpailussa toisiaan vastaan. Sen vuoksi varsinkin alueen laidoilla sijaitseville ravintoloille on äärimmäisen tärkeää olla näkyvillä.



Kuvio 26. Esimerkki ravintolan mainoskyltistä

Kuviossa 26 on esillä ravintola Valimon mainos, joka on kirjoitettu suomen ja englannin kielellä. Opasteessa on nuoli, joka ohjaa ravintolaan ja kertoo kuinka kaukana se on. Ravintola Valimo sijaitsee hyvällä paikalla lähellä Suomenlinnakeskusta. Suomenlinnan kartan sekä ravintolan Internet-sivujen perusteella voisi päätellä, että ravintola sijaitsee kauempana kuin opasteessa näkyvä nuoli kertoo (Cafe Bar Valimo 2008). Suomenkieliselle vierailijalle ravintolan nimi Valimo yhdistää sen merkityksen valurautaan ja rautapajoihin, ja siten auttaa vierailijaa ymmärtämään myös kyltin ulkoasua, joka mielestämme sopii Valimon tyyliselle ravintolalle hyvin. Kyltin materiaali ja tyyli voi kuitenkin olla ulkomaiselle vierailijalle sotkuinen ja luotaantyöntävä. Mikäli ravintolan nimen merkitys historiallisesti olisi selvennetty myös ulkomaalaisille vierailijoille, voisi kyltti herättää heissä samoja mielikuvia kuin kotimaisissa vierailijoissa.

Ravintoloista on runsaasti tietoa jo lauttarannassa sekä sen läheisyydessä. Opasteita on runsaasti, joten ravintolaa etsivä matkailija todennäköisimmin löytää ravintolan helposti. Koimme ongelmaksi kuitenkin juuri tietyn ravintolan löytämisen, sillä vaikka ravintolat on mainittu opasteissa osittain nimellä, on niitä vaikea löytää kartalta epäselvän numeroinnin vuoksi.

5.7 Lauttoihin ohjaavat opasteet

Ainoa keino kulkea Suomenlinnaan on vesiteitse, sillä alueelle kulkeva huoltotunneli on ainoastaan hälytysajoneuvoja ja huoltokuljetuksia varten. Helsingin seudun liikenteen, eli HSL:n lautat liikennöivät alueelle ympäri vuoden ja kuljetuspalvelua täydentää kesäisin JT-Linen vesibussi. Sekä HSL:n että JT-Linen alukset liikennöivät Kauppatorilta. Katajanokalta kulkee myös ympärivuotinen huoltolautta. Matka Suomenlinnaan kestää noin 20 minuuttia ja lauttoja kulkee 1-4 tunnissa vuodenajasta ja kellonajasta riippuen. (Suomenlinnan hoitokunta 2010l; Suomenlinnan liikenne Oy.)

HSL:n lautta kulkee Kauppatorin itälaidalta Suomenlinnan päälaiturille, joka sijaitsee Ison Mustasaaren pohjoisosassa. Lautalla kelpaavat kaupunkiliikenteen liput. JT-Linen vesibussit lähtevät Kauppatorin laidalta Kolera-altaalta ja liikennöivät Suomenlinnassa sekä Suomenlinnakeskuksen laiturista että Kuninkaanportilta. Kaupunkiliikenteen liput eivät kelpaa JT-Linen lautoissa, vaan lippu on ostettava joko lipunmyyntipisteestä tai lautalta. JT-Linen hinnat ovat hieman kalliimpia kuin HSL:n liput. Huoltolautta kuljettaa sekä ajoneuvoja että matkustajia arkisin päiväsaikaan. Suomenlinnassa lautta operoi Ison Mustasaaren huoltolaiturista. (JT-Line Oy; Suomenlinnan hoitokunta 2010l.)



Kuvio 27. JT-Linen laituri Kauppatorilla

Lautat ovat helposti saavutettavissa ja varsinkin HSL:n lauttojen aikataulut ovat Kauppatorilla selkeästi esillä. Koska hyvin suuri osa matkailijoista kulkee HSL:n lautoilla, joten asiakkaille on oltava lauttalaiturilla tarjolla runsaasti tietoa ja opasteita Suomenlinnan palveluista ja kohteista. Laiturilla on myös lippujen myyntipiste, josta saa tarvittaessa lisäinformaatiota kesäisin. JT-Linen lautta kulkee sen sijaan hieman hankalammasta kohdasta. Lautan saattaa helposti sekoittaa muihin kauppatorilta lähteviin aluksiin ja oikean lautan löytäminen voi olla matkailijalle vaikeaa. Kuten kuvioista 27 voi nähdä, on JT-Linen lauttalaiturilla kuitenkin paljon tietoa Suomenlinnan lautan lähtöpaikasta. Etenkin kuvan oikeassa laidassa näkyvältä lipunmyyntipisteeltä saa mielestämme hyvin tietoa. Kuvassa näkyvän Suomenlinna-kyltiltä sekä lipunmyyntipisteen lisäksi satamassa on myös suuri kyltti, jossa kerrotaan Suomenlinnasta. Kyltin tyyliä ja ulkoasua voisi muuttaa sen houkuttelevuuden parantamiseksi. Kyltti ei ole tällä hetkellä erityisen houkutteleva, eikä se herätä vierailijan mielenkiintoa. Kyltin värimaailman voisi esimerkiksi yhtenäistää muiden laiturilta löytyvien Suomenlinna –opasteiden ja –kyltiltensä kanssa ja sen tekstiasua voisi myös harkita. Katajanokan laituri on hyvin syrjässä, mutta hyvien yhteyksien päässä autoileville matkustajille. Kaikilta lautoilta saa tietoa Suomenlinnasta ja niistä löytyy kohteen

esitteitä sekä suomen- että englanninkielisinä. Lautoilla on myös Suomenlinnan kartta sekä mainoksia eri tapahtumista.

Suomenlinnan kartalle (Kuvio 20 s. 37) on merkittynä lauttarannat tekstein ja semioottisin merkein ja lauttojen reitit viivoin. Kartan avulla lauttarantoihin löytäminen voi olla kuitenkin vaikeaa. Lauttarannassa lukee, mitkä liput kelpaavat mihinkin lauttaan. Samaa tietoa ei kuitenkaan löydy esitteiden kartasta. Saman esitteiden takasivulla kuitenkin löytyy tietoa sekä HSL:n että JT-Linen lautoista ja siinä kerrotaan, millä lipulla lauttaan pääsee. Monet vierailijat eivät kuitenkaan välttämättä huomaa tätä tietoa esitteiden viimeisen sivun nurkasta. Lauttojen aikatauluja on saatavilla lauttarannoissa ja Suomenlinnakeskuksesta saatavasta erillisestä esitteestä.

Eri lautoja on suunnattu osittain eri kohderyhmille. HSL:n lauttajaa käyttävät helsinkiläiset vierailijat, sillä se on heille edullisin vaihtoehto varsinkin, jos heillä on käytössään matkakortti. Myös kertalipun hinta on HSL:n lautoilla edullisempi kuin JT-Linen vesibusseissa. JT-Linen vesibussi kuitenkin täydentää ruuhkaista julkisen liikenteen palvelua kesäisin. JT-Linen vesibussin palveluita käyttävät esimerkiksi monet Suomenlinnan työntekijät, matkailijat joilla ei ole HSL:n lippua ja erilaiset ryhmät. Suomenlinnan asukkaille Katajanokan huoltolautta on kätevin vaihtoehto, sillä se kuljettaa vähiten muita matkustajia. Huoltolautan aikataulut ovat kuitenkin melko rajatut.



Kuvio 28. Epäselvät opasteet HSL:n lauttalaitureilla sekä Kauppatorilla että Suomenlinnassa

HSL:n lauttarantojen opasteet ovat sekä Kauppatorilla että Suomenlinnassa suureksi osaksi hyvin kuluneita ja epäselkeitä. Kuviossa 28 näkyvät molemmissa satamissa sijaitsevat opasteet, joiden tarkoituksena on ohjata ihmisiä lauttoihin. Opasteet ovat kuitenkin niin kuluneita, että niistä saa hyvin vähän selvää. Ne vierailijat, jotka ovat käyneet kohteessa aiemmin, saattavat tulkita näitä opasteita hyvin. Suurin osa vierailijoista tuskin kuitenkaan ymmärtää varsinkaan Suomenlinnan päässä sijaitsevan mustan opasteen sanomaa. Molemmat opasteet sijaitsevat meren rannalla tuulisella alueella, minkä takia opasteiden teksti on voinut kulua huonosti ymmärrettäväksi. Lisäksi opasteiden materiaali ei välttämättä ole tarpeeksi kestävää näihin olosuhteisiin. Opasteiden paremmalla kunnossapidolla voisi tältä ongelmalta välttyä. Opasteiden huono kunto voi olla este Suomenlinnaan tulemiselle, sillä ne voivat herättää mahdollisissa vierailijoissa kysymyksiä muun muassa kohteen turvallisuudesta. Kyltissä näkyy myös sen toiselle puolelle teipatun kuvan teippiä, mikä ei herätä mielikuvaa hyvin hoidetusta maailmanperintö- ja matkailukohteesta.

Vaikka lauttoja kulkeekin parhaimmillaan neljä tunnissa, on ruuhkautuminen silti kesäaikaan ongelma. Kun lauttaranta on pakkautunut täyteen ihmisiä, ovat hyvät opasteet tarpeen. Huomasimme, että varsinkin HSL:n lautoille ohjaavat opasteet ovat riittämättömiä asiakasmäärään nähden. Varsinkin lastenvaunujen kanssa kulkevien ja liikuntarajoitteisten on hankala päästä lauttoihin. Tähän vaikuttavat opasteiden lisäksi tosin myös kulkurampit sekä laitureiden rampit varsinkin Suomenlinnakeskuksen ja Kuninkaanmiekan laitureissa. Helpotusta tilanteeseen eivät tuo opasteet, joita voi tulkita monin eri tavoin. Esimerkiksi Suomenlinnan päälaiturilla olevassa opasteessa (kuvio 7 s. 20) on käytetty ainoastaan semioottisia merkkejä, jotka saattavat johtaa vierailijaa harhaan. Harhailevat ja väärin paikkoihin kulkevat matkustajat aiheuttavatkin turhaa tungosta ja lisätyötä lautan työntekijöille.



Kuvio 29. Lauttalaiturin tekstimaisia Kauppatorilla

Opasteiden riittämättömyyden ovat ilmeisesti huomanneet myös lauttojen tai lauttarannan työntekijät, sillä HSL:n Kauppatorin lauttarannassa on myös kuviossa 29 näkyvä omatekoinen opaste. Opaste on tarkoitettu lastenvaunujen kanssa kulkeville vierailijoille ja sen on tarkoitus ohjata heidät kulkemaan oikeasta väylästä lauttaan. Opaste on piirretty käsin valkealle paperille ja teipattu laiturin kaiteeseen. Kyltti ei sovi Kauppatorin lauttarannan väreihin ja muihin virallisiin kyltteihin. Se voi luoda turvattomuutta ja olla pelkkänä kuvana monelle vierailijalle epäselkeä.

Toisinaan kaikki laiturilla odottavat matkustajat eivät mahdu lautalle. HSL tiedottaakin poikkeustiedotteessaan, että lautan ollessa täynnä se lähtee aikataulusta poiketen aikaisemmin. Poikkeusliikenne koskee kummasta tahansa päästä, Kauppatorilta tai Suomenlinnasta, lähtevää liikennettä (HSL 2010). HSL:n tiedotteesta ei käy ilmi, kulkeeko lautta näissä tilanteissa useammin kuin neljästi tunnissa lyhentyneiden satama-aikojen vuoksi. Tätä tietoa ei myöskään löydy satamien infotauluista, joten lautta-aikataulujen mukaan kulkemisensa suunnittelevat vierailijat voivat hämmästyä muutoksista, joista heille ei ole kerrottu. Toisaalta tämän tiedon puuttuminen ei ole välttämättä haitaksi, mikäli lautat kulkevat poikkeuksellisesti useammin kuin normaalisti. Huomasimme myös, että Kauppatorin lauttarannassa olevassa kyltissä lukee yrityksen vanhan nimen mukaan HKL, eli Helsingin kaupungin liikennelaitos, vaikka muualla lukee jo uusi nimi.

5.8 Vaaran merkintä tutkimusalueella

Matkailukohteessa turvallisuus tarkoittaa sitä, että tuotteeseen liittyvät riskit ja vaarat on huomioitu, niihin on varauduttu ja niistä on saatu mahdollisimman pieniä tai ne on poistettu kokonaan. Viime vuosina matkailu on muuttunut ja vähentynyt turvallisuusriskien vuoksi ja siksi vierailijoiden turvallisuutta uhkaaviin tilanteisiin tulee suhtautua vakavasti. (Kompupula & Boxberg 2002, 55-56.)

Eri vierailijoille eri asiat tarkoittavat vaaraa. Esimerkiksi pienelle lapselle pelkkä veden läheisyys voi muodostaa paljon suuremman vaaran tunteen kuin aikuiselle. Siksi matkailukohteen on todella vaikeaa varautua kaikkiin vaaratilanteisiin. Suomenlinnassa on monia paikkoja, jotka voivat olla vierailijoille vaarallisia. Lisäksi vierailijat voivat omalla käytöksellään aiheuttaa itselleen ja lähellä olijoilleen vaaratilanteita. Esimerkiksi tulentekokiellon laiminlyönti voi aiheuttaa vakavia vaaratilanteita. Toisena esimerkkinä itse aiheutetuista vaaroista voi mainita liian humaltuneet vierailijat, jotka käyvät uimassa tai kiipeilevät korkeilla kallioilla tai valleilla. Tällaisessa tilanteessa edes varoituskyltit eivät välttämättä muuta asiakkaan käytöstä. Vaaraa ilmaisevia kylttejä ei myöskään ole järkevää olla liikaa, jottei kohteen yleisilme kärsi ja jotta kohteesta ei anneta asiakkaalle liian vaarallista mielikuvaa. Mielestämme monet vaaratilanteista johtuvat kävijän omasta huolimattomuudesta tai laiminlyönneistä, eivätkä edes hyvät opasteet välttämättä riitä ehkäisemään näistä syistä johtuvia onnettomuuksia.



Kuvio 30. Vaaran merkintöjä Kustaanmiekalla

Suomenlinnassa on paljon korkeita ja jyrkkiä rinteitä sekä valleja, jotka muodostavat mahdollisia riskejä vierailijalle. Osa näistä paikoista on merkitty vaarakyltein, mutta kyltit eivät ole samanlaisia eivätkä välttämättä palvele tarkoitustaan. Joiltakin alueilta löytyy monia erilaisia kylttejä, mutta toisilla alueilla merkintä on vajavaista. Aidat ja kyltit eivät ole yhteensopivia ympäristön kanssa. Eroosion, eli maanpinnan kulumisen aiheuttama vallien rinteiden kuluminen voi aiheuttaa vaarallisia tilanteita sen päällä käveleville. Kuviossa 30 näkyvät opasteet Kustaanmiekalla varoittavat vaarallisista muureista ja rinteistä. Loppukesästä pääsy kielletty- ja vaarakylttien lisäksi alueelle on sijoitettu myös punkkivaroituksia. Nämä opasteet vaikuttavat hyvin hätäisiltä ratkaisuilta, eivätkä luo turvallisuuden tunnetta. Koska aidat ja kyltit vaikuttavat hyvin väliaikaisilta ratkaisuilta, voisi olettaa, että niiden tilalle olisi suunnitteilla jokin pysyvämpi ja selkeämpi ratkaisu, joka ei riitelisi ympäristön kanssa näin pahasti. Kuitenkin aidat ja kyltit olivat samoja koko tutkimusjakson ajan. Sen sijaan Kustaanmiekalla osittain käytetyt puiset aidat olivat mielestämme ympäristöön sopivia ja tarpeeksi huomaamattomia. Samalla ne ovat kuitenkin aluetta ja vierailijoita suojaavia. Niihin kiinnitetty opastekyltit erottuvat hyvin.

Suomenlinnassa tapahtuu jatkuvasti paljon kunnostustöitä. Vierailijalle ei ole tarjolla tarpeeksi opasteita kunnostustöiden kohdalla. Kuviossa 31 on esimerkkinä rakennustyömaa, jossa ei ole lainkaan varoitustekstejä, sekä työmaa, jonka ympäristössä niitä on hieman. Osa työmaista on aidattu, mutta osasta ei löydy suojaavia aitoja. Havaintojemme mukaan ainoastaan Noakin Arkin rakennustyömaa Isolla Mustasaarella on turvallisesti aidattu, varustettu varoitustekstein sekä informaationkyltein.



Kuvio 31. Eri tavoin merkityt rakennustyömaat

Kuviossa vasemmalla puolella oleva rakennustyömaa ei ole aidattu eikä siellä ei ole varoituskylttejä. Telineet ovat vaarallisia, sillä ne ovat korkeita ja niille on helppo kiivetä. Telineiden avulla pääsee kiipeämään korkealle kivimuurille ja putoamisriski on suuri. Muurilta tai telineiltä voi pudota lautojen ja rakennustyövälineiden päälle, mikä voi aiheuttaa lisää riskejä. Kuvasta ei näy, mitä muurin toisella puolella on. Siellä voi siis olla lisää vaaroja. Jos vierailija putoaa muurin toiselle puolelle, on avun sinne saaminen mahdollisesti vaikeampaa kuin tien puolelle.

Oikealla puolella näkyvä rakennustyömaa ei myöskään ole aidattu, mutta vaarasta on varoitettu kyltin avulla. Varoituskyltissä on sekä kuva että tekstiä. Kyltin tekstit on kirjoitettu suomen ja englannin kielellä ja siinä olevassa kuvassa on kolmio, jonka sisällä on huutomerkki. Koska kyltissä ei ole käytetty kuin suomen ja englannin kieltä, on kuvio mahdollisesti hyödyllinen niille vierailijoille, jotka eivät ymmärrä näitä kieliä. Kuitenkin kuvion merkitys voi vaihdella kulttuurista riippuen. Esimerkiksi joku voi ymmärtää kuvion tarkoittavan jotain huomioitavaa, jolloin vierailija saattaa tulla lähemmäs katsomaan. Tällöin vierailija voi asettaa itsensä vaaraan ollessaan liian lähellä rakennustyömaata. Kyltissä on käytetty pääväreinä keltaista ja punaista, jotka viestivät mahdollisesta vaarasta.

Kaikki rakennustyömaat sijaitsevat lähes poikkeuksetta vilkkaiden kävelyreittien varrella. Harvasta rakennustyömaasta on riittävästi tietoa ja varoituksia alueen ympäristössä. Tämä toki lisää kohteen autenttisuutta, mutta luo matkailijalle turvattomuutta. Työmaiden yhteydessä ei myöskään aina ole tietoa korjausten syistä. Tämä on maailmanperintökohteessa tärkeää tietoa.



Kuvio 32. Vaaraa merkitään myös semioottisin merkein

Kuviossa 32 näkyy hyvin värin käyttö vahvana viestijänä. Kyltissä on kuva kädestä ja kielto-merkki, jolla viestitään pysähtymistä, kieltoa tai kulun estoa. Väreinä on käytetty keltaista ja punaista, jotka erottuvat hyvin. Käsi ja sen taustalla oleva ihmishahmo on merkitty mustalla valkoiselle taustalle, joka on ympyröity punaisella. Mielestämme keltainen ja punainen toimivat varoituskylteissä hyvin, ja niitä onkin usein käytetty vaaran tai huomion kuvaamiseksi. Kuvassa isoin ala on merkitty keltaisella. Punaisella on merkitty kielto-merkki ja reunukset. Kyltin keltai-

nen väri kiinnittää vierailijan huomion ja saa hänet havaitsemaan kyltin. Punainen väri antaa loppuvaroituksen, joka tässä tapauksessa kieltää kulkemasta tiettyyn paikkaan.

Kuvion 32 varoituskyltti on monen muun tutkimusalueelta löytyvän vaaran merkintään käytetyn kyltin tavoin vaikeasti tulkittavissa. Vaikka kyltin sanoma olisikin selkeä, sen sijainti voi hämmentää kyltin kohtaajaa. Kyseinen kyltti sijaitsee Susisaarella aivan rannassa, ja sen voi tulkita varoitukseksi siitä, että veteen voi pudota, tai siitä, ettei johonkin sen ympäristöön saa koskea tai kulkea. Vaikka kielto itsessään on selkeä, ei kiellon kohde välttämättä ole.

5.9 Opasteiden muotoilu ja visuaalinen suunnittelu

Opasteiden muotoilu ja visuaalinen suunnittelu ovat mielestämme tärkeässä roolissa vierailijan mielenkiinnon herättämisessä. Visuaalisella suunnittelulla tarkoitetaan esimerkiksi opasteen sommittelua ja värien valintaa. Siihen liittyvät myös katsojan ohjaaminen, sillä visuaalisen suunnittelun avulla opasteen katsojaa voidaan ohjata havaitsemaan tärkeitä asioita sekä tukea tiedon omaksumista. (ITY 2009.)

Suomenlinnan opasteet ovat koko saarella pääsääntöisesti mustavalkoisia. Poikkeuksena ovat varoituskyltit, osa HSL:n ja JT-Linen opasteista, osa rakennustyömaiden kylteistä sekä pääreitit, joka on kartalla ja opastekylteissä merkitty sinisellä värillä. Mielestämme on hyvä, että opasteiden väri on kauttaaltaan sama, sillä matkailijalle on tällöin helpompaa seurata niiden osoittamia reittejä. Sininen väri pääreitien opasteissa erottuu hyvin mustavalkoisista tienviitoista ja opasteista.



Kuvio 33. Esimerkki saaren nimeä merkitsevstä opasteesta

Opasteet voisivat kuitenkin olla huomiota herättävämpiä, jolloin ne näkyisivät paremmin matkailijalle eivätkä hukkuisi maastoon. Esimerkkinä tästä ovat saarten nimikyltit, joita emme aluksi huomanneet ollenkaan. Nimet on merkitty matalilla, suurehkoilla kylteillä tienvarsiin. Vaikka olimme jo ensimmäisillä havainnointikerroilla tutkineet kylttejä, oli niiden huomaaminen kuitenkin vaikeaa vielä seuraavilla vierailukerroilla alueelle. Esimerkiksi kuviossa 33 näkyvä Susisaarta merkitsevän kyltin erottaminen ympäristöstä on hankalaa. Kyltti sekoittuu kesäaikaan nurmikon ja pensaan vihreään väriin. Lisäksi kyltti on melko matala ja sen ohitse kävelee helposti huomaamatta. Vaalealla värillä oleva teksti on myös vaikea nähdä kaukaa. Kyltissä oleva kirjain B liittyy sen Suomenlinnan karttaan, johon on kirjaimilla merkitty eri saaret. Tästä vierailija pystyy seuraamaan, missä hän liikkuu. Koska eri saarten nimiä ilmaisevia opasteita on kuitenkin melko vähän ja ne ovat osittain huomaamattomissa, ei näistä opasteista välttämättä ole tarkoituksenmukaista hyötyä.

Värejä on käytetty opasteissa hyvin järjestelmällisesti ja harkitusti. Esimerkiksi pääreitit opasteiden sininen väri on melko neutraali, mutta kuitenkin selkeä ja dynaaminen, eli voimakas. Väriä voisi vaihtaa joksikin hieman enemmän huomiota herättävämmäksi väriksi, jotta se erottuisi paremmin. Toisaalta sininen toimii maailmanperintökohteessa hyvin, sillä opasteiden ei tulisi kuitenkaan olla liian huomiota herättäviä, jotta kohteen aitous ja tunnelma säilyvät. Vierailijan kokemus kohteen aitoudesta voisi olla hyvin erilainen, mikäli opasteiden värit olisivat

ristiriidassa kohteen tunnelman kanssa.

Varoituskylteissä on käytetty väreinä keltaista ja punaista tai keltaista ja mustaa, ja ne erottuvat kauas. Varoituskylttien värit ovatkin toimivat, sillä ne viestivät lähes poikkeuksetta kaikille eri kohderyhmille samaa asiaa eli tietoa vaarasta.



Kuvio 34. Informaatiota alueesta

Kuviossa 34 näkyvässä kyltissä vierailijan mielenkiinnon herättää opaste, jossa kielletään roskautuminen ja tulenteke sekä varoitetaan vaarasta. Opaste löytyy Kauppatorin lauttarannasta, Suomenlinnakeskuksen edestä ja Suomenlinnan HSL:n lauttarannasta. Mustavalkoinen värimaailma tukee alueen muita kylttejä. Kyltin pääosassa ovat suurella merkityt kuvat ja informatiivisempi osio on sijoitettu sekä kyltin alakulmaan että yläosaan. Kyltissä on tekstiä sekä suomeksi, ruotsiksi että englanniksi. Etenkin pääkaupunkiseudun vierailijoita ajatellen kyltin muo-

toilua ja värimaailmaa tulisi mahdollisesti kehittää näkyvämmäksi, sillä juuri tämä kohderyhmä on se, joka käyttää Suomenlinnaa vapaa-ajanviettopaikkanaan ja mahdollisesti rikkoo näitä sääntöjä. Kyntin viesti ei siis välttämättä saavuta kohderyhmäänsä. Asettelu on mielestämme kuitenkin toimiva, sillä suuret kuvat opasteen keskellä herättävät katsojan mielenkiinnon.



Kuvio 35. Suomenlinnan päälaiturin opastetauluja

Suomenlinnan lauttarannassa samaan opastekokonaaisuuteen kuuluu myös kolme muuta opastetta. Kuviossa 35 vasemmalla on mainos Suomenlinnan opastetuista kävelyretkistä. Mainoksessa katse kiinnittyy ensimmäisenä suureen englanninkieliseen tekstiin. Ylälaidan kuva tasapainottaa mainosta ja lisää mielenkiintoa. Tarkempi tieto kierroksista sijaitsee otsikon alla ja informatiivisimmat tekstit ovat aivan alimmaisina. Logo on sijoitettu oikeaan ylänurkkaan näkyvälle paikalle. Mainoksesta voi päätellä, että se on tarkoitettu ulkomaalaisille vierailijoille sillä isoin teksti on englanniksi. Alempana pienemmällä kirjoituksella kyltissä on sama teksti suomeksi. Mainosta ei selkeästi ole tarkoitettu paikallisille asukkaille, eikä ruotsinkielisille vierailijoille tai asukkaille kielivalintojen perusteella. Lisäksi suomenkielinen teksti on kirjoitettu hyvin paljon pienemmällä tekstillä kuin englanninkielinen teksti, joka houkuttelee yleisöä mielestämme tehokkaasti. Teksti on aseteltu keskelle kylttiä, ja jo pelkän tekstin näkemällä voi ymmärtää, mistä opasteessa on kyse.

Samaan kylttikokonaisuuteen kuuluu myös pääreitistä ja sen opastuksesta kertova informatiivinen opaste, jonka pääosassa on Suomenlinnan kartta. Kartan vieressä ja kyltin alalaidassa on monta pienempää kuvaa. Kyltti ei välttämättä houkuttele kohderyhmäänsä, sillä sekava ja ahtaasti aseteltu informaatio saattaa näyttää vaikeaselkoiselta. Kuvat ja tieto on laitettu hyvin pienen tilaan, joka sisältää kokoonsa nähden ehkä hieman liikaa tietoa ollakseen selkeä. Kyltin monikielisyys on mielestämme hyvä, mutta samalla se tuo haasteita tekstin asettelun ja määrän suhteen. Samassa kyltissä on myös tietoa kohteen historiasta. Opasteen otsikot eivät ole kovinkaan houkuttelevia. Kyltin alalaidassa on eri aikakausilta peräisin olevia karttoja, jotka kertovat vierailijalle mille valtiolle Suomenlinna on milloinkin kuulunut.

Viimeinen kyltti kokonaisuudessa on Suomenlinnakeskuksen mainos, jossa näkyy tietoa Suomenlinnakeskuksen toiminnasta. Siinä on kuvia, jotka näkyvät kauas ja herättävät vierailijan kiinnostuksen. Kuvat on otettu Suomenlinnasta ja museosta talvella. Niitä lähemmin tarkastellessamme huomasimme, että ne eivät houkuttele tutustumaan opasteeseen tarkemmin. Lisäksi kyltissä on viitattu pääreitin opasteisiin siten, että kyltin yläalaidassa on sininen nuolenmallinen alue, jossa lukee Suomenlinnakeskus 500 metriä. Kyltin tekstit on kirjoitettu suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Kyltissä kerrotaan Suomenlinnakeskuksessa esitettävästä videosta ja sen kieli-
valikoimasta. Lisäksi kyltissä kerrotaan Suomenlinnakeskuksen aukioloajat.

Opasteiden tyyli ja muotoilu koko tutkimusalueella on pääasiassa yhtenäinen ja värimaailma miellyttävä ja ympäristöön sopiva. Mielestämme mustat kohdeopasteet esimerkiksi Piperin puistossa ja Kustaanmiekalla ovat tyyllisesti miellyttäviä, mutta niiden sisältämä tekstimäärä on opasteen kokoon nähden hieman liian suuri. Opastetaulut kuitenkin sopivat kohteen yleisilmeeseen ja täydentävät mustia tienviittoja hyvin. Tämänkaltaisen opaste voisi soveltua myös päänähtävyyksien opasteeksi. Alueen muiden toimijoiden vuoksi jotkin opasteet erottuvat tyylliltään hyvin selkeästi Suomenlinnan hoitokunnan ylläpitämistä opasteista, ja näiden opasteiden tyyliä ja muotoilua voisikin mahdollisesti kehittää.

6 Johtopäätökset ja yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella Suomenlinnan tekstimaisemia ja niiden toimivuutta. Tekstimaisemia tutkittiin kävijähallinnan ja matkailukohteen kehittämisen näkökulmasta ja niistä pyrittiin löytämään Suomenlinnalle rakennettavalle brändille vahvistusta. Tutkimusta tehtiin pääosin kesällä 2010. Tutkimusmenetelmänä oli soveltava tutkimus.

Suomenlinnan opasteet noudattavat suurelta osin samanlaista tyyliä ja värimaailmaa. Tähän vaikuttaa Suomenlinnan asema Unescon maailmanperintökohteena. Maailmanperintökohteen tekstimaisemien tulisi tukea kohteen historiaa sen tunnelmaa turmelematta. Opasteiden tulisi olla selkeitä ja informatiivisia, mutta samalla tarpeeksi huomaamattomia, jotteivät ne häiritse kohteen autenttisuutta. Opasteet eivät kuitenkaan saa olla liian huomaamattomia, jotta vierailijalle olisi niistä hyötyä ja hän kokisi olonsa kohteessa turvalliseksi.

Koska alueella on kuitenkin monia eri toimijoita, jotkin opasteet erottuivat muista opasteista tyyllillään. Samaan kohteeseen saattaa johtaa kolme erityylistä opastetta, mikä voi aiheuttaa vierailijoille epäselvyyksiä nähtävyyksien ja kohteiden löytämisessä. Alueen toimijoiden moninaisuus onkin yksi selkeimmistä ongelmista, joka Suomenlinnan tekstimaisemia kohtaa. Eri opasteista vastaavat eri tahot ja voi olla epäselvää, kenen vastuulle mikäkin opaste kuuluu. Osittain tästä syystä opasteet ovat vanhoja ja kuluneita tai ne on sijoitettu huonosti. Etenkin lauttalaitureiden opasteet ovat hyvin huonossa kunnossa. Varsinkin näiden opasteiden vastuutaho jäi tutkimuksen aikana epäselväksi. Tyylliltään ne ovat samanlaisia kuin Suomenlinnan hoitokunnan ylläpitämät tienviitat ja tietokyltit, mutta toisaalta sisältönsä puolesta ne voisivat olla HSL:n vastuulla. Suurin kysymys opasteiden vastuualueisiin liittyen onkin, pitäisikö opasteiden olla keskitetysti jonkin tietyn tahon vastuulla, vai onko tarpeen pitää opasteet edelleen eri tahojen vastuulla.

Opasteiden sijoittelu ja ymmärrettävyys ovat ratkaisevassa asemassa asiakkaan polun kehityksessä. Jos opasteet eivät täytä tarkoitustaan, eivät ne palvele kohderyhmiään oikein eivätkä vierailijat tällöin ymmärrä opasteiden tarkoitusta tai saa tarvittavaa tietoa kohteesta. Opasteiden ymmärrettävyyttä ja sijaintia olisi hyvä pohtia ja kehittää. Myös välitön ongelmiin puuttuminen on tärkeää. Jos opastekyltit ovat rikkiäisiä, epäselkeitä, kuluneita tai jos niihin on kohdistettu ilkivaltaa, tulee ongelma huomioida ja ratkaista mahdollisimman pian. Tällä tavoin kohdetta voidaan suojella ja vierailijat kokevat olevansa turvassa.

Suomenlinnan opasteet on tarkoitettu yhtä aikaa monelle kohderyhmälle. Tämän vuoksi kaikki opasteet eivät ole kaikille yhtä selkeitä. Paikalliselle asukkaalle tarkoitettu viesti ei välttämättä aukea ulkomaalaiselle matkailijalle, eikä helsinkiläinen vierailija välttämättä kiinnostu samoista viesteistä, joista muualta Suomesta vieraileva henkilö kiinnostuu. Kohderyhmien huomioonottaminen on haastavaa, mutta se on tärkeä osa kohteen kävijähallinnan kehitystä. Yhtenäisen opastetyylin lisäksi yhtenäiset kielivalinnat koko Suomenlinnan alueella voisivat olla erittäin tehokas keino kohderyhmien huomioonottamisessa. Paikallisille asukkaille kohdistuvat tekstimaisemat ovat poikkeus tästä, sillä ulkomaalaisten vierailijoiden ei ole tarve ymmärtää ainoastaan paikallisille asukkaille kohdistettua tietoa. Tärkeimpänä koemme kuitenkin tienviittojen sekä käyntikohteiden ja nähtävyyksien kielivalintojen selkeyttämisen. Tällä hetkellä osassa opasteista ei käytetä suomen lisäksi ruotsia tai englantia. Kaksikielisessä maassa sekä kansainvälistyvässä maailmassa nämä kielet ovat mielestämme tärkeitä kohteen opastuksessa. Kielivalikoiman lisääminen ei olisi huono vaihtoehto, sillä monet Suomessa vierailevat matkailijat eivät välttämättä puhu edes englantia. Kaikissa opasteissa olisi kuitenkin mahdollisuuksien mukaan hyvä käyttää ainakin suomea, ruotsia ja englantia.

Kielten lisäksi kuvat ovat tärkeässä asemassa kohteen opasteissa. Suurin osa tutkimusalueen opasteista sisältää kuvia, joko tekstin ohella tai ilman. Kuvat voivat toimia mielenkiinnon herättäjinä, lisätietona ja ilman tekstiä myös täydellisenä viestinä. Kuvia käytettäessä on otettava huomioon, että eri ihmiset ymmärtävät niiden merkityksiä eri tavoin. Suomenlinnassa käytettävät kuvat ja kuviot ovat suurimmalle osalle suomalaisista selkeitä ja arkipäiväisiä, mutta eri taustoista tuleville ulkomaalaisille ne voivat viestiä eri asioista. Suomenlinnan opasteissa apuna käytetyt värit selkeyttävät kuvien sanomaa ja voivat viestiä kuvaa ymmärtämättömälle vierailijalle asianmukaista sanomaa. Kuvien käyttö on siis mielestämme suotavaa, mikäli se palvelee tarkoitustaan. Kuvan sisältämää viestiä olisi myös hyvä vahvistaa tekstisanomalla. Havaintojemme pohjalta tulimme siihen tulokseen, että sekä kuvaa että tekstiä sisältävät opasteet ovat suurimmaksi osaksi informatiivisempia kuin pelkkää tekstiä tai pelkkää kuvaa sisältävät opasteet. Kuvien käyttö tulee kuitenkin olla harkittua, ja niiden sisältämiä eri viestejä tulisi pohtia kaikki eri kohderyhmät huomioon ottaen.

Kuvien ja tekstien sijoittelua tulisi mielestämme myös pohtia tarkemmin. Tällä hetkellä tutkimusalueella on monia opasteita, joissa samaan tilaan on pyritty saamaan mahdollisimman paljon tietoa. Tämä saattaa tehdä opasteesta sekavan ja vaikeaselkoisen, eikä opaste houkuttele vierailijaa tutkimaan sitä. Visuaalinen muotoilu tulisikin ottaa huomioon opasteiden suunnittelussa. Alueelta löytyy myös hyviä esimerkkejä houkuttelevista opasteista, joissa teksti ja kuva

on aseteltu mielenkiintoisesti ja katsojaa miellyttävästi. Tällaisia opasteita voisi olla alueella enemmänkin. Tämä voi auttaa vierailijaa saamaan uutta tietoa alueesta tai sen suojelusta ja voi osaltaan myös vahvistaa vierailijan kokemaa elämystä.

Hyvät opasteet auttavat vierailijaa kokemaan kohteen turvallisena ja helposti lähestyttävänä. Suomenlinnassa turvallisuus tulee ottaa huomioon erityisellä tarkkaavaisuudella, jotta onnettomuuksilta välttäisiin ja jotta riskit voitaisiin minimoida. Tällä hetkellä vaaraa on merkitty opasteiden ja aitojen avulla. Havaintojemme perusteella ratkaisu tuntuu kuitenkin hyvin väliaikaiselta, sillä aitojen ja niihin kiinnitettyjen varoituskylttien sijoittelu vaikuttaa huolimattomalta. Aidat eivät välttämättä sulaudu yhteen ympäristön kanssa, eikä vierailija välttämättä koe näitä kohtia turvallisiksi tai autenttisiksi. Tärkeimmät esimerkit tästä ovat Kustaanmiekan vallien varoitukset sekä rakennustyömaat, joiden kyltitys ja aiditus ovat monin paikoin puutteellisia.

Turvallisuuden ja autenttisuuden tarvetta tukevat myös Suttonin teoria sekä Maslowin tarvehierarkiamalli. Matkailijoiden perustarpeisiin kuuluu tarve kokea kohde autenttisena sekä tuntea olonsa turvallisiksi. Maslowin mukaan näitä tarpeita päästään täyttämään, kun niitä alempana hierarkiassa olevat tarpeet on täytetty. (Boeree 1998–2006; Kallen 2009, 275.) Matkailukohteen puitteet siis määrittelevät, toteutuvatko nämä tarpeet. Suomenlinnassa eksyminen ja harhailu ovat olleet Suomenlinnan matkailu- ja palvelututkimusten mukaan ongelmana jo pitkään. Eksynyt ja harhaileva vierailija voikin kokea alueen vaarallisena ja epämiellyttävänä, ja poistua vierailulta tyytymättömänä. Tämä vaikuttaa osaltaan myös kohteen brändiin. Vaikka asiakkaiden mielikuvat kohteesta eivät aina olekaan hallittavissa, voidaan asiakkaan kokemukseen yrittää vaikuttaa selkeällä opastuksella, selkeällä informaatiolla ja hyvällä palvelulla. Näillä pettyneenkin asiakkaan kokemus voidaan toisinaan kääntää positiiviseksi. Tämä on kuitenkin vain keino, jolla voidaan paikata jo sattuneita virheitä. Virheiden riski tulisi kuitenkin minimoida niin, ettei negatiivisia kokemuksia pääsisi käymään. Tällä hetkellä Suomenlinnan opasteet eivät aina luo turvallista kuvaa alueesta, eikä vierailija siis välttämättä tunne oloaan turvatuksi.

Kohteen autenttisuuteen sen sijaan vaikuttaa muun muassa opasteiden sijainti, ulkoasu, tyyli ja väriyty. Opasteiden tulisi olla selkeitä ja helposti löydettäviä ja havaittavia, mutta samaan aikaan ympäristöön sulautuvia ja kohteen tyylin mukaisia. Suomenlinnassa mustat tienviitat sekä pääreitit siniset viitat ovat toimivia, selkeitä ja hyvin ohjaavia ilman, että ne erottuvat ympäristöstä häiritsevästi. Pieniä poikkeuksia lukuun ottamatta opasteet on suunnattu hyvin ja niiden sijoittelua on harkittu. Myös kohdeopasteet ovat tyyliiltään toimivia ja luovat aitoa kuvaa Suomenlinnasta. Vanhat ja alkuperäiset tekstimaisemat valleilla, muureilla ja rakennuksissa tukevat tätä

kuvaa. Vaikka opasteiden ulkoasu on selkeä ja tyyliään oikea, ei niiden sisältö tai muotoilu aina herätä vierailijan mielenkiintoa. Yleisesti koko alueella opasteiden sisältöä ja asettelua tulisi harkita halutun viestin ilmaisemiseksi ja kohderyhmien kiinnostuksen herättämiseksi.

Kaiken kaikkiaan tutkimuksemme perusteella suurimmiksi ongelmakohdiksi nousivat puuttuvat tai riittämättömät kyltit, havaittavuus, opasteiden sekavuus, rakennustyömaiden kyltitys sekä opasteiden tyyli ja kiinnostavuus. Näitä ongelmia aiheuttavat opasteiden sijoittamisesta vastaavat eri tahot erilaisilla tyyleillään sekä opasteiden suuntaus monelle eri kohderyhmälle. Myös vierailijoiden turvallisuuden varmistaminen ja kohteen autenttisuuden turvaaminen tuovat haasteita opastejärjestelmän suunnittelemisessa ja toteuttamisessa. Koska Suomenlinna on sekä asuinpaikka että matkailukohde, on sekä asukkaiden että vierailijoiden tarpeet otettava huomioon. Kävijähallinnan avulla molempien kohderyhmien tarpeet voidaan ottaa huomioon siten, ettei kohderyhmistä koidu haittaa toisilleen. Opasteilla on myös merkittävä rooli vierailijan kohteesta muodostuvien mielikuvien syntymisessä ja hyvällä opastejärjestelmällä voidaan tukea kohteen brändin muodostumista ja kehittymistä. Opasteet ovat siis osaltaan mukana muodostamassa mielikuvia kohteesta, joka on samanaikaisesti sekä elävä kaupunginosa, suosittu matkailukohde että maailmanperintökohde.

Lähteet

- Boeree, C.G. 1998-2006. Personality theories. Abraham Maslow. Luettavissa: <http://webpace.ship.edu/cgboer/maslow.html>. Luettu: 1.8.2010.
- Borgström J. 2000. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.
- Cafe Bar Valimo. 2008. Bar Valimo. Vierasvenesatama, ravintola ja baari Suomenlinnassa. Luettavissa: <http://www.valimo.org/index.html>. Luettu: 21.8.2010.
- Fyall A., Garrod B., Leask A. 2003. Managing Visitor Attractions. New Directions. Butterworth-Heinemann. Elsevier. Oxford.
- Hanganpää, C. 2.2.2010. Matkailukoordinaattori. Suomenlinnan hoitokunta. Keskustelu.
- Hiltunen S., Öystilä M. 2003. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2002. Julkaisija tuntematon.
- HSL. 2010. Poikkeusinfo. Poikkeusliikennetiedotus. Luettavissa: <http://www.poikkeusinfo.fi/pinfo/poikkeusinfo?lang=1>. Luettu: 22.8.2010.
- JT-Line Oy. Suomenlinna. Reittiliikenne. Luettavissa: <http://www.jt-line.fi//suomenlinna.htm>. Luettu 22.8.2010.
- Kallen, J. 2009. Tourism and representation in the Irish linguistic landscape. Shohamy E., Gorter D. 2009. Linguistic Landscape. Expanding the scenery. 270-283. Routledge. New York.
- Karvonen, E. 2002. Johdatus viestintätieteisiin. Merkitykset ja kulttuuri. Semiotiikka ja merkit. Tampereen yliopiston opetusmateriaali. Luettavissa: <http://www.uta.fi/viesverk/johdviest/merkkulttuuri/semiotiikka.html>. Luettu: 01.07.2010.
- Komppula R., Boxberg M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy. Helsinki.

Kress K., Van Leeuwen T. 2001. Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication. Hodder Arnold. London.

Laakso H. 1999. Brandit kilpailuetuna – miten rakennan ja kehitän tuotemerkkiä. Kauppakaari Oyj. Helsinki.

Ravintola Walhalla. 2010. Ravintola Walhalla. Luettavissa:
<http://www.restaurantwalhalla.com/>. Luettu: 12.8.2010.

Routio, P. 2005. Toteava havainnointi ja koe. Taideteollisen korkeakoulun opetusmoniste. Luettavissa: <http://www.uiah.fi/projekti/metodi/062.htm#systhav>. Luettu: 26.8.2010.

Shohamy E., Gorter D. 2009. Introduction. Shohamy E., Gorter D. 2009. Linguistic Landscape. Expanding the scenery. 1-10. Routledge. New York.

Sjöberg, R. 2009. Suoran Vuosi 2009. Asiakaspolku. Luettavissa:
http://www.opas.net/Suora_2009/4_2.htm. Luettu: 01.08.2010.

Smyk, M., Vehkakoski T. 2007. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2006. AMK-opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Suomenlinna huomenna. 2010. Suomenlinna huomenna. Luettavissa:
<http://www.suomenlinnahuomenna.fi/>. Luettu 20.6.2010.

Suomenlinnaseura. 2010. Mikä on Suomenlinnaseura? Luettavissa:
<http://www.viaporifin.fi/?q=node/1>. Luettu: 21.8.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010a. Suomenlinnan merilinnoitukset viralliset sivut. Asuminen eri aikakausina. Luettavissa:
http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/koti_suomenlinnassa/viaporista_suomenlinnaksi. Luettu: 21.8.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010b. Suomenlinnan merilinnoitukset viralliset sivut. Historia. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/historia>. Luettu: 12.10.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010c. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Koti Suomenlinnassa. Luettavissa: http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/koti_suomenlinnassa. Luettu: 21.8.2010.

Suomenlinnan hoitokunta 2010d. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Kuninkaanportti. Luettavissa: http://www.suomenlinna.fi/matkailijan_suomenlinna/kayntikohteet/nahtavyyksia/kuninkaanportti/. Luettu: 12.10.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010e. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Linnoitus. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/linnoitus>. Luettu 15.5.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010f. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Maailmanperintöluettelo. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/maailmanperintokohde/maailmanperintoluettelo>. Luettu: 1.8.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010g. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Matkailijan Suomenlinna. Luettavissa: http://www.suomenlinna.fi/matkailijan_suomenlinna. Luettu: 25.6.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010h. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Toiminta-ajatus, arvot ja resurssit. Luettavissa: http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta/toiminta-ajatus_arvot_ja_resurssit. Luettu: 15.5.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010i. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Saavutettavuus. Luettavissa: http://www.suomenlinna.fi/matkailijan_suomenlinna/liikkuminen/saavutettavuus/. Luettu: 20.8.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010j. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Suomenlinnan hoitokunta. Luettavissa: http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta. Luettu: 14.3.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010k. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Suomenlinnakeskus. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/matkailijan_suomenlinna/suomenlinnakeskus. Luettu: 21.8.2010.

Suomenlinnan hoitokunta.2010l. Suomenlinnan merilinnoituksen viralliset sivut. Saapuminen.

Luettavissa: http://www.suomenlinna.fi/matkailijan_suomenlinna/saapuminen/. Luettu 22.8.2010.

Suomenlinnan hoitokunta. 2010m. Merilinnoitus Suomenlinna. Suomenlinnan kesäesite 2010. Helsinki.

Suomenlinnan liikenne Oy. Liikennöinti ja alukset. Luettavissa:

http://www.slloy.fi/tietoa_kuljetuksesta. Luettu: 22.8.2010.

Swarbrooke. J. 2002. The Development and Management of visitor attractions. Butterworth-Heinemann. Elsevier. Oxford.

Taloustutkimus Oy. 2007. Taloustutkimus Oy. Tuotekuva/Brändi. Luettavissa:

http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tuotekuva_brandi/. Luettu: 22.8.2010.

TTY. 2009. Hypermedialaboratorio. Hypermedian opetus. Tampereen teknillisen yliopiston oppimateriaali. Luettavissa: <http://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/vpsist-oppimateriaali/10-visuaalinen-suunnittelu>. Luettu: 15.8.2010.

UNESCO. 1995-2010. Introducing UNESCO: What we are. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Luettavissa:

<http://www.unesco.org/new/en/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>. Luettu 1.8.2010.

UNESCO World Heritage Centre. 1992-2010a. World Heritage Centre. Enhancing our heritage – Monitoring and managing for success in World Natural Heritage sites. Luettavissa:

<http://whc.unesco.org/en/eoh>. Luettu. 21.8.2010.

UNESCO World Heritage Centre. 1992-2010b. World Heritage Centre. The Criteria for Selection. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/criteria>. Luettu 1.8.2010.

UNESCO World Heritage Centre. 1992-2010c. World Heritage Centre. World Heritage. Luet-
tavissa: <http://whc.unesco.org/en/about>. Luettu: 1.8.2010.