



Karelia-ammattikorkeakoulu
Restonomi (AMK)

Karhu suomalais-karjalaisessa perinteessä ja matkailutuotteissa

Annika Mustanoja

Opinnäytetyö, Joulukuu 2021

www.karelia.fi



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2021
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijä
Annika Mustanoja

Nimeke
Karhu suomalais-karjalaisessa perinteessä ja matkailutuotteissa

Toimeksiantaja
Kalevala – Mytologiasta arvoa liiketoimintaan -hanke

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tarkastella kirjallisuuden ja haastatteluiden pohjalta, miten eri tavoin karhu ilmenee suomalais-karjalaisessa perinteessä ja erilaisissa matkailutuotteissa Pohjois-Karjalan alueella. Tietoperustassa perehdytään karhumytologiaan ja siihen, millaisia perinteitä ja uskomuksia on olemassa karhuun liittyen.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Kalevala – Mytologiasta arvoa liiketoimintaan -hanke, jonka tavoitteena on lisätä mytologiaa ja tarinallisuutta hyödyntäen matkailijoiden kiinnostusta pohjoiskarjalaisiin kuntiin ja matkailuyrityksiin. Opinnäytetyö toteutettiin tutkimuksellisenä työnä ja tiedonhankintamenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja. Haastattelut toteutettiin loka-marraskuun vaihteessa 2021. Haastatteluihin osallistui viisi erilaista matkailualan yritystä Pohjois-Karjalan alueelta.

Haastatteluista saatujen tulosten pohjalta voidaan todeta, että karhumytologiaa ja -tarinoita olisi mahdollista hyödyntää nykyistä enemmän matkailupalveluiden tuotteistamisessa ja tarinallistamisessa. Tuloksien perusteella karhua voitaisiin hyödyntää esimerkiksi erityyppisissä ohjelmapalveluissa osana luontomatkailua ja retkeilyä. Karhun tuotteistamisen ongelmana koetaan, ettei yrittäjillä ole aiheesta vielä tarpeeksi tietoa hankittuna, ja sen vuoksi karhusta kertomisen pitäisi olla yleisemmällä tasolla.

Kieli
suomi

Sivuja 42
Liitteet 2
Liitesivumäärä 2

Asiasanat
karhu, mytologia, uskomukset, perinteet



THESIS
December 2021
Degree Programme in Tourism and Hospitality
Management

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author
Annika Mustanoja

Title
Bear in the Finnish-Karelian Traditions and Tourism Products

Commissioned by
Kalevala – from mythology to business value project

Abstract

The aim of this thesis was to conduct research based on literature and interviews on how bears appear in the Finnish-Karelian tradition and in different tourism products in the North Karelia region. The knowledge base deals with bear mythology and the traditions and beliefs that exist about bears.

The thesis is commissioned by the project *Kalevala – from mythology to business value*, which aims to increase the interest of tourists in North Karelian municipalities and tourism companies by utilizing mythology and storytelling. The thesis was carried out as a research-based thesis and thematic interviews were used as the data acquisition method. The interviews were conducted between October and November 2021. Five tourism companies from the North Karelia region participated in the interviews.

Based on the results of the interviews, it can be concluded that it would be possible to make more use of bear stories and mythology in the productization and storytelling of tourism services. Based on the results, bears could be utilized, for example, in various types of program services as part of nature tourism and hiking. The problem with the productization of bears is that entrepreneurs do not have enough information on the subject yet, and therefore, the storytelling of bears should be focused on a more general level.

Language
Finnish

Pages 42
Appendices 2
Pages of Appendices 2

Keywords
bear, mythology, beliefs, traditions

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön lähtökohdat	6
2.1	Opinnäytetyön toimeksiantaja ja lähtökohdat.....	6
2.2	Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimustehtävät	7
3	Keskeiset käsitteet	7
4	Karhu suomalais-karjalaisessa perinteessä	9
4.1	Karhu (Ursus arctos).....	9
4.2	Karhun erilaiset nimitykset ja esiintyminen paikannimissä.....	10
4.3	Karhu kansalliseepos Kalevalassa	11
4.4	Karhun syntykertomukset ja alkuperä	12
4.5	Karhuun liittyvät uskomukset	13
4.6	Karhukultti ja karhutotemismi suomalais-karjalaisessa perinteessä ..	14
4.7	Karhunkaato ja peijaisrituaalit.....	17
4.8	Suomalais-karjalaisten karhumenojen kulku.....	18
4.9	Karjan suojaaminen karhulta.....	19
5	Luonto- ja kulttuurimatkailu	20
5.1	Luontomatkailu Suomessa	20
5.2	Kulttuurimatkailu Suomessa	21
5.3	Kestävän matkailun periaatteet.....	22
6	Karhun esiintyminen matkailussa	23
6.1	Karhu osana matkailua	23
6.2	Karhun katseleminen ja kuvaaminen matkailutuotteena	24
7	Menetelmälliset valinnat.....	25
8	Haastatteluiden tulokset.....	27
8.1	Murtovaaran Talomuseo	27
8.2	Laitalan Lomat	29
8.3	Puukarin Pysäkki - Karelian restaurant & Guesthouse	31
8.4	Karhufestivaali	32
8.5	Kolin Matkailu Oy	35
8.6	Haastatteluiden tulosten ja aineiston analysointi	36
9	Luotettavuus ja eettisyys.....	38
10	Pohdinta.....	39
	Lähteet.....	41

Liitteet

- Liite 1 Saatekirje
- Liite 2 Haastattelukysymykset

1 Johdanto

Karhumyyteissä ohto eli karhu oli metsiemme ylivoimainen hallitsija ja kuningas. Se oli esi-isän lailla kunnioitettu, mutta myös pelätty. Karhun symbolinen voima ja myyttinen olemus ovat edelleen havaittavissa luonnossamme. Se on osa suomalaista kulttuuriperinnettä ja -maisemaa. Karhu esiintyy Suomessa lukuisissa eri yhteyksissä. Se on vahvasti esillä monissa yrityksissä ja tuotteissa, mutta ennen kaikkea tarinoissa ja runoissa. Karhu on löytänyt ajan saatossa tiensä myös matkailuun, mutta mahdollisuuksia sen tarinalliseen hyödyntämiseen olisi vielä.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tarkastella kirjallisuuden ja haastatteluiden pohjalta, miten eri tavoin karhu ilmenee suomalais-karjalaisessa perinteessä ja erilaisissa matkailutuotteissa Pohjois-Karjalan alueella. Tietoperustassa perehdytään karhumytologiaan ja siihen, millaisia perinteitä ja uskomuksia on olemassa karhuun liittyen. Opinnäytetyö toteutettiin tutkimuksellisena työnä ja tiedonhankintamenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja. Haastattelut toteutettiin syksyllä 2021 loka-marraskuun vaihteessa.

Tietoperustan ja haastatteluiden tulosten pohjalta selvitettiin karhun esiintymistä erilaisissa matkailutuotteissa ja -yrityksissä. Opinnäytetyön toimeksiantajana on Kalevala – mytologiasta arvoa liiketoimintaan -hanke, jonka tavoitteena on lisätä mytologiaa ja tarinallisuutta hyödyntäen matkailijoiden kiinnostusta pohjoiskarjalaisiin kuntiin ja matkailuyrityksiin.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat

2.1 Opinnäytetyön toimeksiantaja ja lähtökohdat

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Kalevala – Mytologiasta arvoa liiketoimintaan -hanke. Kalevala -hankkeen toimitsijoina ovat Karelia-ammattikorkeakoulu ja Itä-Suomen yliopisto. Hankkeessa ovat mukana myös Karjalaisen Kulttuurin Edistämissäätiö, alueelliset kehitysyhtiöt ja muut pohjoiskarjalaiset yritykset. Hanke aloitti toimintansa keväällä 2020 ja sitä ennen hanketta oli valmisteltu muutaman vuoden ajan. (Rui, Kupiainen, Turkia & Simonen 2020.)

Hankkeen perusideana on kehittää uudenlainen ja nykypäivänen toteutus kalevalaisuudesta, jota yritykset voivat käyttää tuotteissaan ja markkinoinnissaan esimerkiksi tarinallisuutta hyödyntäen. Hankkeen kohderyhmänä ovat pohjoiskarjalaiset yritykset, jotka haluavat kehittää palvelu- tai tuotevalikoimaansa perustuen kalevalaiseen mytologiaan ja paikallisiin tarinoihin. Hankkeeseen osallistuvilla yrityksillä on mahdollisuus osallistua tuotteistamisprojekteihin (riihiin), joissa kehitetään asiantuntijoiden kanssa esimerkiksi erilaisia tuotekortteja tarinallisuutta hyödyntäen. Hankkeen lopuksi luodaan Kalevala-aiheinen innovaatioalusta, jossa on koottuna hankkeen aikana luodut demot ja toimintakonseptit. (Rui ym. 2020.)

Kalevala -hanke antoi toimeksiannon opinnäytetyölleni lokakuussa 2020, ja se oli luonnollinen jatkumo syventävälle harjoittelulle, jonka suoritin Kalevala -hankkeessa aikaisemmin kesällä 2020. Täysin samasta aiheesta ei ole aiemmin tehty opinnäytetyötä, mutta Seija Ruosen vuonna 2000 Jyväskylän yliopistossa tekemä sosiologinen pro gradu -tutkielma käsittelee laajasti karhun kulttuurihistoriaa, karhumytologiaa ja karhusymboliikkaa. Opinnäytetyöni täydentää aikaisempia tutkimuksia keskittymällä enemmän karhun ja siihen liittyvien perinteiden esiintymiseen matkailussa. Tämä lisää enemmän matkailullista näkökulmaa karhuaiheeseen. Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, sillä matkailutuotteisiin -ja palveluihin halutaan lisätä entistä enemmän tarinallisuutta ja mytologiaa.

2.2 Opinnäytetyön tavoitteet ja tutkimustehtävät

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää ja tutkia miten eri tavoin karhua on hyödynnetty erilaisissa pohjoiskarjalaisissa matkailutuotteissa. Opinnäytetyön tehtävänä on tutkia myös kirjallisuuslähteiden pohjalta, miten karhu ilmenee suomalais-karjalaisessa perinteessä ja matkailussa ja, miten se on jättänyt jälkensä kansanperinteeseemme.

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on karhun ja sen perinteen hyödyntäminen matkailutuotteissa. Työssä haetaan vastauksia esimerkiksi seuraaviin kysymyksiin: Millä tavalla karhu esiintyy erilaisissa matkailualan yrityksissä? Miten karhua ja siihen liittyviä perinteitä voisi hyödyntää ja tuoda enemmän esille yritysten toiminnassa sekä tuotteissa?

3 Keskeiset käsitteet

Opinnäytetyön tietoperustan kannalta tärkeitä ja keskeisiä käsitteitä tarkastellaan tässä osiossa. Mytologia koostuu tietyn kulttuurin erilaisten myyttien muodostamasta kokonaisuudesta. Suomalaisessa perinteessä on erityisesti luomiseen liittyviä myyttejä. Myytit ovat esikuvallisia ja toistuvia kertomuksia, joissa kerrotaan muun muassa asioiden merkityksiä ja syntyä. Myyteillä on kansanuskomuksellisia ja myös maagisia piirteitä. Myyteistä ilmenee kuinka luonto, kulttuuri ja maailma ovat saaneet nykyiset muotonsa. (Pulkkinen 2016.)

Syntykertomukset kertovat esimerkiksi mistä erilaiset oliot ja eläimet ovat saaneet alkunsa. Niiden avulla selitetään, miten tiettyjen eläinlajien ominaisuudet ja käyttäytymistavat ovat saaneet alkunsa. Syntykertomukset voivat olla luonteeltaan myyttillisiä tarinoita tai opettavaisia kertomuksia, joiden taustalla on esimerkiksi tunnettuja myyttejä. (Lehikoinen 2009, 29.)

Loitsut ovat sanakaavoja, joilla uskottiin olevan maagista voimaa. Loitsuissa on yleensä kuvattu jonkin eläinlajin myyttistä alkuperää. Ne voivat olla muodoltaan

lyhyitä kehotuksia, käskyjä tai kieltoja. Loitsujen avulla puhuteltiin kuviteltua kohdetta ja vaadittiin tottelemaan tai toteuttamaan loitsussa mainittu asia. Syn-tyloitsut ovat suomalaisen loitsuperinteen tyypillisiä loitsuja. Niitä on lausuttu etenkin eläimistä, jotka ovat koettu vahingollisina tai vaarallisena. (Lehikoinen 2009, 28–29.)

Totemismi on monien varhaisien kansojen yhteisöissä ilmennyt käsitystä, jonka perusteella tietyillä ryhmillä, kuten klaaneilla tai sukuilla on erityinen suhde johonkin tiettyyn eläimeen. Totemismille on luonteenomaista se, että palvottu eläin on ollut klaanin tai suvun kantaisä. Toteemieläintä palvotaan ja kun- nioitetaan suuresti, jonka takia sen tappaminen ja syöminen on kiellettyä (ns. tabu). Eläimen tappaminen ja syöminen on sallittua ainoastaan rituaalisesti (esi- merkiksi karhu ja hirvi). (Pulkkinen 2016.)

Kuusen (1963) mukaan esisuomalainen noituus oli huomattava osa shamanis- mia. Termi shamanismi on peräisin sanasta šaman. Shamanismin jäänteitä on löydetty Skandinaviastakin, mutta puhtaammillaan se oli Suomessa lappalaisten keskuudessa. Siihen liittyy esimerkiksi noituutta, loitsimista, ennustamista, pa- rantamista ja lumoamista. Noidat, tietäjät ja parantajat harjoittivat shamanismia. Shamanointi oli odottamattomien kriisitilanteiden, mutta myös normaalien elä- mänvaiheiden aiheuttamia reaktioita. Shamaaneja on luonnehdittu yhteisöjensä papeiksi ja profeetoiksi, meedioiksi ja lääkäreiksi, jotka toimivat tämän maail- man ja tuonpuoleisen yhdysmiehen roolissa. Shamanismiin kuuluvat oleellisesti seremoniat ja riitit eli rituaalit, jotka ovat osittain näytelmällisiä. Kalevalan loit- suissa ja runoissa sanotaan olevan shamanistista sävyä. Kalevalassa ensim- mäisen shamanoijan aseman kerrotaan kuuluvan Väinämöiselle, tietäjälle iän- ikuiselle. (Kuusi 1963, 31–40.)

Shamaanin kerrotaan olevan muinaisen kansanuskon ekspertti, jonka tehtä- vänä on hoitaa näkyvän todellisuuden ja tuonpuoleisten toimijoiden välisiä suh- teita. Shamaani käyttää hyödykseen muuttunutta tietoisuuden tilaa ja transsia, jonka aikana hänen sielunsa tekee matkan hakeakseen tietoa ongelmien syistä tai parantaakseen sairauden. Shamanismi eroaa muista luonnonuskonnoista

siten, että perinne on säilynyt nykypäivään asti katkeamattomana. (Pulkkinen 2016.)

4 Karhu suomalais-karjalaisessa perinteessä

4.1 Karhu (*Ursus arctos*)

Ruskeakarhu eli latinankieliseltä nimeltään *Ursus arctos*, on Suomen kansallis-eläin. Se on myös Euroopan suurin maapetoeläin. Nykyisin karhun päälevinneisyysalue on pohjoisella havumetsävyöhykkeellä ja Fennoskandiassa. Suomessa karhun levinneisyys ulottuu koko maahan, lukuun ottamatta Ahvenanmaata. Suomessa eniten karhuja on itärajan läheisyydessä, Etelä-Karjalasta Kainuuseen ylettyvällä alueella. (Lyytikäinen, Luotonen, Uotila, Kotanen & Hokkanen 2004, 10.)

Karhulla on pituutta yli kaksi metriä ja se voi painaa jopa kolmesataa kiloa. Sen turkin väri vaihtelee lähes mustasta kellanharmaaseen. Se syö enimmäkseen marjoja, hyönteisiä ja kasveja, mutta nälkäisenä se voi hyökätä myös esimerkiksi hirven kimppuun. Otson elintavoissa erikoisinta on sen talviuni. Se vaipuu viideksi kuukaudeksi talviuneen, koska ravintoa on talvella niukasti saatavilla. Syksyllä sen täytyy kerätä kehoonsa kymmeniä kiloja rasvaa voidakseen nukkua talven yli. Talviunien aikana se kuluttaa energiaa noin kolmanneksen tavalliseen verrattuna. Talvipesä sijaitsee yleensä maahan kaivetussa onkalossa, hylätyssä muurahaispesässä tai suuren kivenlohkareen suojassa. Talvipesä toimii tämän lisäksi sen synnytyspaikkana. Karhuemojen lisääntymiskäyttäytymisen vaihtelee, sillä kantoaika on pitkä. Yleensä pentujaan varjeleva emo ei kahvaha edes ihmistä ja senkin vuoksi siihen on suhtauduttu kunnioittavasti. Karhuemo vieroittaa pentunsa joko niiden toisena tai kolmantena keväänä. (Tukiainen 2018, 81.)

Karhulla on aivan erityinen paikka suomalaisten mielenmaisemassa, koska sillä on suora yhteys pohjoiseen maisemaan, mistä olemme alun perin tulleet. Karhu

on vaikuttava näky luonnossa ja se herättää kunnioitusta, mutta osittain myös pelkoa. Suomalaisille vahvin ja mytologisesti ehkä tärkein voimaeläin kautta aikojen on ollut karhu. Voimaeläimenä karismaattinen karhu kuvastaa rohkeutta, vahvuutta, varmuutta sekä voimaa. Toisaalta sen energiassa on myös lempeyttä, äidillistä suojaa sekä veljeyttä, mikä ilmenee karhuemolla suojelemalla pentujaan. Toisaalta karhu rakastaa rauhaa ja välttelee ihmisen kohtaamista. (Tukiainen 2018, 81–82.)

4.2 Karhun erilaiset nimitykset ja esiintyminen paikannimissä

Karhusta puhuminen sen omalla nimellä oli erilaisten uskomusten vuoksi tabu, ja sen vuoksi siitä käytettiin kuvailevia ja mielisteleviä ilmauksia. Näitä kiertoilmauksia on suomen kielessä yli 300, ja käytetyimpiä niistä ovat esimerkiksi otso, kontio, otsonen, mesikämmen, metsäläinen, metsänmörkö, metsän kulta, metsän kuningas, metsänmies tai metsänukko, nallenpoika, kouvo ja kouko. (Kesäläinen 2018.)

Kalevalassa karhua puhutellaan monilla nimillä, kuten otsonen, otsoni, metsän omena, lintuseni, mesikämmen, kaunoiseni, iso elävä, suuremmainen, rahan- karva ja karvalallu. Kansanperinteessä karhua on kutsuttu sukulaiseksi, kuten serkuksi tai isoisäksi. Muita lepyttely- ja peitenimiä karhulle ovat metsänvanhin ja nalle. Suurpetoja käsittelevistä sanonnoista karhusta löytyy paljon vähemmän sanontoja; karhuta jotakin (esimerkiksi saatavia) on yleisin. (Lyytikäinen ym. 2004, 65–69.)

Metsästäjät käyttivät karhusta erilaisia puhuttelunimiä erityisesti uhkaavissa tilanteissa sekä kaadon jälkeen. Näitä nimityksiä olivat esimerkiksi Kaima, Kainunpoika, Nokinen poika, Nokinen mies, Matti, Otto, Vanha Antti, Suuri herra sekä Haltia ja Jumala. Nimien perusteella voidaan päätellä, että karhua pidettiin ihmisen kaltaisena tai jopa jumalallisena olentona. (Lyytikäinen ym. 2004, 65.)

Suomalaisissa karhurunoissa käsitellään myös sen ristimistä. Karhu oli kastettava ja sille oli annettava nimi syntymänimensä tilalle, koska se oli jumalallista

alkuperää. Vanhoja ristimänimiä ovat Ohto, Lallamoinen tai Lullamoinen. Ristimistöimituksen yhteydessä karhu vannoi valan, ettei tekisi pahojaan tai vahingoittaisi karjaa. Jos se rikkoisi tämän valan, olisi se oikeutettu kaadettavaksi. Karjanlaskija osoitti yleensä karhulle loitsuja ja manauksia, joissa sitä varoitettiin vahingoittamasta kotieläimiä. (Lyytikäinen ym. 2004, 72–73.)

Monissa paikannimissä esiintyy karhua kuvaavia sanoja. Karhu-sanan sisältäviä paikannimiä löytyy Suomesta yli 200. Useat nimet viittaavat karhuun myös kiertoilmausten kautta, kuten Kontiolahti, Koukokallio ja Ohtonkorpi. Tällaisilla alueilla on saattanut olla esimerkiksi laaja karhukanta, karhunpalvontapaikka, tunnettu karhunpesä tai siellä on joskus nähty karhu. Seudulla on voitu harjoittaa myös rituaalista karhunkaatoa. Karhuun viittaavat paikannimet ovat useasti luontokohteita, mutta sitä esiintyy myös tilojen nimissä. (Kesäläinen 2018.)

4.3 Karhu kansalliseepos Kalevalassa

Kalevalasta löytyy 1800-luvun alkupuolen ja sitä vanhempien aikojen käsityksiä karhusta ja muista suurpedoista. Kalevalassa on myyttisten petokuvauksien lisäksi kuvauksia niiden elintavoista. Myös elinympäristöjä kuvataan Kalevalassa esimerkiksi seuraavasti: ”Susi juoksi suota myöten, karhu kangasta samosi”. Runojen kuvaukset elintavoista, kuten karhun talvehtimisesta, ääntelystä ja suurpetojen keskinäisistä tappeluista ovat nykykäsityksen kaltaisia. Karhut luokitellaan muun muassa lehmien viejiksi. Kalevalassa myös ihmiset päätyivät petojen kynsiin, kuten lypsyllä oleva emäntä, jonka kimppuun hyökkäsivät karhu sekä susi. Kalevalan runoissa näkyy kunnioitus petoeläimiä kohtaan, mutta joistakin runoista voi aistia vastaavasti pelon. Myös oman omaisuuden eli kotieläinten menettämisen pelko ilmenee osassa runoista. Runoissa karhua vannoteetaan, ettei se koskisi kotieläimiin. Sen ajan ihmiset olivat tottuneet tietystä määrin suurpetojen aiheuttamiin karjavahinkoihin. Kalevalan runoissa ei kuitenkaan ole suoria viittauksia kostonhaluun tai petovihaan, kuten ei myöskään pelkoon ihmishengen puolesta. (Pulliainen 1984, 320.)

Karhun metsästystä on käsitelty monessa yhteydessä, mikä kertoo siitä, että suurpedot ovat olleet tärkeää turkis- ja lihariistaa. Karhua käsitellään myyttisellä tavalla muun muassa Ilmarisen ansiotyöt -runossa, jossa viitataan Ilmarisen kirstamaan Tuonen Karhuun. Morsiamen opastus -runossa taas viitataan ihmisen muuttumiseen pedoksi: ”Kun sulho sueksi muuttui, Kauno karhuksi rupesi”. Pulliaisen (1984) mukaan runossa voi havaita harvinaisen ja kiinnostavan pelottoman suhtautumisen petoihin: ”Eläkä sure susia, pelkeä metsän petoja”. (Pulliaisen 1984, 320.)

Kalevalassa on kuvattu myös karhunpeijaisia runossa numero 46. Tässä runossa Louhi nostaa karhun Kalevalan karjan päälle. Väinämöinen käy karhunkaatoon, jonka jälkeen pidetään karhunpeijaiset. Väinämöinen kuvailee myös karhun synnyn ja palauttaa sen takaisin metsään. (Kaski 2015.) Vanhassa ja uudessa Kalevalassa karhunpeijaiset päättyvät erilaisiin kuvauksiin karhun kalon nostamisesta hongan latvaan. Vanhemmassa versiossa kuvaus on lähempänä pyyntikulttuurin näkökulmaa ja uudessa se kuvastaa enemmän karjanhoitajien näkemyksiä. (Pulkinen 2016.)

4.4 Karhun syntykertomukset ja alkuperä

Kalevalassa Väinämöinen laulaa karhun synnystä. Kalevalassa karhun synty liitetään taivaaseen ja veteen. Karhulla on samankaltainen alkuperä kuin Väinämöisellä, ja siksi heitä voisi melkein pitää veljeksinä. (Bieder 2005, 56–57.)

*Miss' on otso syntynynnä,
rahankarva kasvanunna?
Tokko tuo olilla syntyi,
kasvoi saunan karsinassa?*
- Kalevala (1866)

Suomalaisten muinaisrunojen yksi keskeinen aihe onkin karhun syntymä. Melkein kaikkien pohjoisten kansojen mytologiassa karhu on taivaallista alkuperää, joka syntyi taivaassa, Otavassa, josta se laskettiin hongan latvaan. Myyttien mukaan karhu oli tähdissä synnitetty ja hopeahihnoissa alas maahan laskettu jumalolento. Karjalassa karhun syntyä on käytetty myös karjanlaskuloitsuna. (Meriluoto-Jaakkola 2010.)

Vähitellen käsitys karhusta ja sen alkuperästä muuttui ja sen uskottiin syntyneen maan päällä, kuusen juuressa, Tapiolassa tai pimeässä Pohjolassa. Kolmannen uskomuksen mukaan karhu sai alkunsa veteen heitetyistä villoista. Villoit ajelehtivat tuulen mukana Pohjolaan, missä Pohjan Akka teki niistä karhun. Kun sen uskottiin olevan syntynyt villoista, hampaat, kynnet ja vihakin olivat villoja, eikä se pystynyt vahingoittamaan ihmisiä tai karjaa. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 18–19.)

4.5 Karhuun liittyvät uskomukset

Eläinuskomuksien avulla selitettiin muun muassa eläinten käyttäytymistä, ääntelyä ja ulkonäköä. Vanhoja eläinuskomuksia on kansanrunoissa, loitsuissa ja uskomustarinoissa. (Lehikoinen 2009, 28–29.)

Karhusta puhuttiin kunnioittavasti sen nimeä vältellen, sillä uskottiin, että oman nimensä kuullessaan karhu muuttuisi entistä pahemmaksi pedoksi ja osaisi ennakoida metsämiesten aikomukset tai saapuisi karjanhoitajien alueelle. (Kesäläinen 2018.) Karhun uskottiin ymmärtävän ihmisten puhetta ja osaavan lukea jopa ihmisten ajatuksia. Tämän vuoksi sitä ei saanut kutsua halventavasti eikä edes oikealla nimellä, muuten se saattoi tulla raatelemaan karjaa. Kutsumanimet liittyivät ennen kaikkea pyyntionnen takaamiseen ja turvaamiseen. Ihmisten ei ollut hyvä puhua aikomuksistaan, sillä karhu kuulisi ne, vaikka ei ollut edes lähistöllä. Karhun uskottiin myös pystyvän lumoamaan aseet, jotta niillä ei pystynyt vahingoittamaan sitä. Karhun uskottiin olevan ihmistä voimakkaampi ja viisaampi kuolleenakin, ja vain tiettyjä rituaaleja noudattamalla karhun tai metsänhaltijan viha voitiin välttää. (Lyytikäinen ym. 2004, 65–71.)

Keskiajan saduissa karhua pidettiin tyhmänä sekä ahneena, ja se joutui useasti ketun huijattavaksi. Toisaalta kansanperinteessä karhu kuvataan usein viisaana eläimenä, jolla on myös hyvä laskutaito. Sen älykkyydestä kertovat tarinat, joissa se eksytti metsästäjät ja välttyi niiden ansoilta. Jos karhun kohtasi

metsässä, piti luetella 12 eri miehen nimet, jolloin se luuli, että lähistöllä on yhtä monta miestä, ja pakeni paikalta. (Lyytikäinen ym. 2004, 71.)

Vanhoissa suomalaisissa uskomuksissa maan päällä tallustavalle karhulle löytyy vastapari tähtitaivaalta, Iso Karhu sekä Pieni Karhu, jotka ovat tunnetuimpia tähtikuvioita pohjoisella pallonpuoliskolla. Ison Karhun häntäpää muodostaa Otavan, ja Pohjantähti on taas Pienen Karhun kirkkain tähti. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 21.)

4.6 Karhukultti ja karhutotemismi suomalais-karjalaisessa perinteessä

Rituaalista karhudraamaa, joka on ollut suomalaisten ja lappilaisten keskuudessa, ei ole löydetty samanlaisena muualta. Erityistä kiinnostusta tutkijoiden keskuudessa on herättänyt suullisten materiaalien olemassaolo (niin kutsutut karhulaulut) ja niiden käyttäminen rituaaleissa. Universaalinen kunnioitus karhua kohtaan johtuu osaltaan sen koosta, voimasta, ulkonäöstä, älykkyydestä sekä ihmisenkaltaisesta käyttäytymisestä. Karhun vertaileminen ihmiseen oli yleistä suomalaisten ja karjalaisten keskuudessa. Vertailussa olevia yhtäläisyyksiä karhun ja ihmisen välillä olivat karhun kuluttaman ruoan monipuolisuus, sen kyky kävellä takajaloillaan pystyasennossa, jalanjäljen muoto, fyysiset mitat, ilmeet sekä kyyneleet. (Branch, Honko & Timonen 1993, 120.)

Ihmisen psykologinen käsitys karhusta ei sinänsä selitä miksi karhurituaaleja on harjoitettu maailman pohjoisella vyöhykkeellä. Tätä ilmiötä ei voida myöskään selittää karhun taloudellisella merkityksellä, joka rajoittuu suurimmaksi osaksi sen turkikseen. Sen lihaa syötiin harvoissa tapauksissa osana rituaalia, eikä sitä pyritty säilömään. (Branch, Honko & Timonen 1993, 120.)

Karhukultti oli keskeisessä asemassa entisajan suomalaisille, sillä koko vuodenvieritys jäsenyi karhun talviuuden mukaan. Perimätiedon ja paikannimien perusteella karhukultin keskeisiä alueita ovat olleet Pohjois-Karjala, Kainuu sekä Keski-Suomi. Muinaisesta karhumytologiasta ja karhunpalvonnasta kertovat

myös karhuaiheiset sukunimet, kuten Karhunen, joka kuuluu Karjalan kantasukuihin. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 56.)

Suomalaiset olivat oletettavasti jakautuneet karhu- ja hirviklaaneihin pyhän toteemieläimensä mukaan ja eri klaanit asuttivat mahdollisesti samoja alueita, mutta jakautuivat kuitenkin suvuittain eri toteemieläimen klaaneihin. Tästä on olemassa monenlaisia tulkintoja, jotka vaihtelevat tulkitsijan mukaan. Karhua palvottiin, ja se toimi myös eri heimojen ja sukujen symbolina. Joissakin riiteissä he luultavasti pukeutuivat sen eläimen nahkaan, jonka klaaniin kuuluivat. Suomessa kaikki klaanit eivät kuitenkaan palvoneet karhua esi-isänään. (Kuusi 1963, 41–54.)

Karhu on usein tulkittu toteemieläimeksi ja suomalaisessa kansanperinteessä sen on uskottu polveutuvan jumalista ja ihmisten taas karhusta. Sarmelan (2006a) mukaan karjalaisten toteemieläimenä oli karhu. Totemismille ominaista oli esi-isämyytti ja tabukiellot, joista yleisin oli syöntikielto. (Sarmela 2006a, 20–22.)

Karhun esiintymisestä muinaisten suomalaisten toteemieläimenä kertoo kivikauden ajan taiteen vuolukivistä, kvartsiitista tai viherliuskeesta valmistetut reiälliset esineet. Esineiden koristeina oli yleensä ilmeikkäitä karhun- tai hirvenpäitä. Sauvojen päissä kannettuina nämä esineet tulkittiin aiemmin aseiksi, mutta ne ovat luultavasti olleet metsästysonnen turvaamiseen liittyneitä kulttiesineitä tai klaanien päälliköiden arvomerkkejä. Nämä esineet on voitu mahdollisesti haudata maahan rituaalimenojen aikana. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 56.)

Karhun- ja hirvenpääesineiden löydöt painottuvat Suomeen ja Aunuksen Karjalaan. Karhuaiheet ovat Suomen kivikautisen kuvanveistotaiteen yleisin aihe, joita olivat reiällisten karhunpääesineiden lisäksi muihin esineisiin muovatut tai veistetyt karhut. Karhuaiheisia esineitä on löydetty 23 kappaletta. Karhunpäät ovat hirvenpäitä nuorempia esineitä ja ajoittuvat kivikauden lopulle. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 56.)

Karhun kurkkutorvea käytettiin parantamiseen. Jos sairasti jotakin kurkkutautia, oli juotava nestettä karhun kurkkutorven lävitse. Muista karhun ruumiinosista hyödynnettiin esimerkiksi karhun kápäliä, joita käytettiin karjan suojaamiseksi karhulta. Kun emäntä voiteli aidan karhun rasvalla, uskottiin petojen pysyvän loitolla. Karhun ruumiinosia saatettiin käyttää myös karhun itsensä aiheuttamien vammojen parantamiseen. (Pulkkinen 2016.)

Karhu on merkittävä hahmo kivikauden suomalaisessa mytologiassa, mutta karhukuvat ovat kuitenkin melko harvinaisia kalliomaalauksissa. Niitä esiintyy selvästi vähemmän kuin hirvieläinkuvia, minkä syyksi onkin arveltu karhun pyhyyttä. Suomen kalliomaalauksista ei löydy isokokoista ja majesteettista karhua, mutta digitaalinen kuvankäsittely on varmistanut karhun olevan yksi kuvamerkeistämme. Kalliokuvissa oleville karhuille on ominaista pentumaiset piirteet, mikä kertoo siitä, että karhunpennut ovat saattaneet olla hedelmällisyyden symboleja. Aikuisen karhun kuvaaminen on mahdollisesti ollut samantapainen tabu kuin karhun kutsuminen ääneen sen omalla nimellä. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 57.)

Rautakaudella karjanhoidon ja maanviljelyn merkityksen kasvaessa Suomessa alkoivat ihmiset vähitellen irtaantua metsän piiristä. Karhu oli edelleen metsän isäntä, joka toimi eräänlaisena rajaolentona luonnon ja ihmisen välissä. Karhuriitit kuitenkin säilyivät, sillä oli tärkeää pysyä hyvissä väleissä karhun kanssa. Karhunkaadossa noudatettiin perinteisiä rituaaleja ja karhulauluihin lisättiin uusia säkeistöjä, jotka turvasivat ihmisten eränkäyntiä. Karhun torahampaita ja kynsiä on säilynyt rautakaudelta lähtien, ja niitä käytettiin koruina sekä koristeina. Karhun voima siirrettiin ihmisille koristelemalla asu karhunhammasriipuksilla tai karhunkynsillä. Karhun kynsiä käytettiin myös taioissa. Aidot karhunhampaat punottiin pronssilangalla ja ripustettiin joko kaulalle tai vyötäisille. Riipusten on arveltu olleen hedelmällisyyden symboleja. Karhunhampaat vyötäisillä saattoivat viestittää myös luonnon haltuunotosta tai alueellisesta ja yhteisöllisestä rajanvedosta. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 61–64.)

Rautakaudella oli myös hieman erilaista karhutotemismia, jossa karhu nähtiin voiman ja rohkeuden, mutta myös naisellisen hedelmällisyyden symbolina.

Tämä perinne liittyy skandinaaviseen soturikulttiin. Ihmiset kunnioittivat edelleen myös karhun kokoa, vahvuutta, nopeutta ja neuvokkuutta. (Sarmela 2006b.)

4.7 Karhun kaato ja peijaisrituaalit

Karhunkaato oli ennen ristiriitainen tapahtuma, jossa oli läsnä ruoan tarve, pelko sekä syyllisyys. Karhunpyyntiin valmistautuminen edellytti puhdistautumista. Kaadon jälkeen karhun kosto vältettiin pyytämällä siltä anteeksi, kerrottiin syy sen kaatamiseen ja sille uskoteltiin, että kuolema oli tapaturma tai naapurikansojen syytä. Toisaalta myös syntymyytti antoi ihmiselle luvan surmata karhun eli toteuttaa karhun kohtalon. Kaatamalla karhu, se myös palautettiin takaisin taivaalle. (Lyytikäinen ym. 2004, 65.)

Karhunpeijaisjuhlaa pidetään yleisarktisena rituaalinäytelmänä. Peijaisseremonia on ainoa pakanuudenajalta periytynyt juhla, jossa suomenkielisen myyttirououden ja riittien yhteys on säilynyt. Karhunpeijaiset olivat karhumyytin tärkein rituaali, joka muistutti riittinäytelmää. Peijaisten tärkein tavoite oli taata pyyntionnen jatkuminen. (Kuusi 1963, 41–42.) Myös Pentikäisen (2005) mukaan karhunpeijaisrituaalia voidaan pitää laajana sekä vivahteikkaana kulttinäytelmänä, joka pysyi 1800-luvulle saakka Itä- ja Keski-Suomen pyyntikulttuureissa. (Pentikäinen 2005, 16.)

Karhunpeijaisissa oli vielä viime vuosisadalla pitkät Kontion virret, joiden vuorosanojen säestyksellä kaadettu karhu tuotiin tupaan hautajaisiinsa, jotka olivatkin itse asiassa karhun häät. Kaadetun uroskarhun morsianta esitti yleensä joku kylän nuorista naisista ja vastaavasti naaraskarhulle valittiin sulhanen. Tämä käytäntö peilaa karhumytologian totemistisia piirteitä ja myyttiä nuoren naisen ja karhun avioliitosta. Karhu oli peijaisten kunniavieras, joka lähetettiin takaisin taivaalliseen syntymäsijaansa. Karhunpeijaisten hääteemaa kuvastavat loitsunsäkeet, joissa ohtoa maanitellaan hellitellen kuten lemmikkiä. (Pentikäinen 2005, 16–17.)

Karhunpeijaisina tunnetusta metsästysrituaalista on säilynyt myös paljon tietoa kansanrunoudessa. Väinämöisen soitto -runossa suurpedot ja muut metsän eläimet tulevat kuuntelemaan Väinämöisen kanteleen soittoa. Väinämöisen kaadettua karhun vietetään peijaisia. Karhunpeijaisiin liittyy rituaaliesineitä, kuten karhun nahka ja kallo. (Lyytikäinen ym. 2004, 67.) Sarmelan (2006) mukaan Vienan puolelta kerätty metsästystietous saatiin Suomesta muuttaneilta laulaja- ja metsästäjäsuvuilta. Vienan Karjalassa uskottiin 1900-luvun alussa, että karhu on ihmisen sukua, eikä sen lihaa syöty. (Sarmela 2006a, 21.)

Ensimmäiset kirjalliset lähteet karhunpeijaisista löytyvät Viitasaari-tekstistä, joka on kappalaisen (papin) tallentama kirjoitus 1600- ja 1700-lukujen vaihteessa Pihtiputaalla. Teksti on vanhin ja yhtenäisin kertomus suomalaisista karhunpeijaisista. Tekstit sisältävät kertomuksen metsästäjistä, jotka valmistautuvat karhun kaatoon ja järjestävät juhlat, eli ”karhun häät” kaadetulle karhulle. Karhun hampaat poistettiin rituaalisin menoin ja jaettiin miesten kesken, mikä symboloi karhun kaatoa, mutta myös sen voimaa ja statusta. (Sarmela 2006b).

4.8 Suomalais-karjalaisten karhumenojen kulku

Ennen karhun kaatoa metsästäjät kokosivat yhteen voimansa ja puhdistautuivat. Puhdistautumisrituaaleihin kuului saunominen, puhtaiden vaatteiden pukeminen sekä pitäytyminen tietyn aikaa erossa naisista (selibaatti). Myös karhun pesällä suoritettiin vielä puhdistautumismenoja, kuten tulen yli hyppäämistä. Karhun synty laulettiin ennen karhun kaatamista, mikä antoi metsästäjille vallan karhun ylitse. Pesälle lähtö -laulussa vedottiin Hongattareen, tuonpuoleiseen suojelijaan tai karhun haltijaan, jotta se luovuttaisi saaliin metsästäjille. Herätyslaululla herätettiin talviuntaan nukkuva karhu, sillä karhua ei saanut surmata pesään vaan se oli herätettävä ensin. (Pentikäinen 2005, 58.)

Karhun kaadon jälkeen siltä leikattiin pois kynnet tai turparengas. Tämän rituaalin myötä karhu oli päätynyt lopullisesti metsästäjien haltuun. Karhun surmavirsi laulettiin yleensä peijaisissa tai paikassa, jossa karhu tuli kaadetuksi. Surmavirressä karhulle vakuutettiin, että sen kuolema oli ollut onnettomuus tai vieraiden

miesten syytä. Peijaiset olivat olut- ja ruokakestit kaadetun pedon kunniaksi, ja siellä esitetyissä lauluissa oli vahvasti huomattavissa häänäytelmän piirteitä. Karhun pään syöminen oli vain kaatajille varattu osa rituaalia. Karhun hampaat hajotettiin ja jaettiin kaatajien kesken. Tämä siirsi karhun väen metsästäjiin ja vahvisti yhteisöllisyyttä. Rituaalin loppuhuipentumana oli karhun kallon ja luiden vieminen juhlakulkueena lauluja laulaen kallohongan luokse. Kallo ripustettiin männyn oksalle ja luut haudattiin puun juurelle tarkasti anatomisessa järjestyksessä. (Pentikäinen 2005, 58–59.)

4.9 Karjan suojaaminen karhulta

Keväisin karjan suojaaminen karhuilta oli tärkeä toimenpide karja- ja viljelykulttuurissa. Karhun ja naisen yhteys näkyi useissa uloslaskuloituissa ja -taioissa. Karja säästy karhulta, kun karjaa ulos laskettaessa emäntä kiipesi navetan oven päälle ja laski lehmän yksitellen ulos jalkojensa välistä (niin kutsuttu pylytys perinne). Karjan suojaamiseksi metsälaidun voitiin lukita kiertämällä sen ympäri ja merkitsemällä se puihin veistetyillä pilkoilla. Kiertäjällä oli mukanaan karhunkallo, jota säilytettiin karhunkallopouussa. Myös karhunrasva tai -sappi, terva, ruumiin pesuvesi, hautausmaan multa, hylkeentraani tai sammakonkutu pitivät karhun loitolla. Karhun kynsi saatettiin ripustaa lehmänkellon kantaan tai voidella karjaa karhun kämmenellä. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 64–65.)

Kristinuskon saavuttua Suomeen turvauduttiin yleensä pyhimyksiin, kuten Birgitaan ja Yrjänään, jotka suojelivat karjaa karhuilta. Karjaa ulos laskettaessa emäntä vetosi Neitsyt Mariaan tai isäntä luki Herran siunauksen. Vastataikoja tarvittiin silloin, jos karhu oli tappanut karjaa. Pohjois-Karjalassa oli tätä tarkoitusta varten erityinen karhunpylyttäjä ammattikunta. Karhunpylyttäjä oli yleensä noitaverinen nainen. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 66–67.)

5 Luonto- ja kulttuurimatkailu

5.1 Luontomatkailu Suomessa

Kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat ovat yhä kiinnostuneempia Suomen lumovasta ja kauniista luonnosta. Matkanjärjestäjät ovat valinneet Suomen maailman parhaimmaksi luontokohteeksi vuonna 2019. Suomessa matkailun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ovat puhdas ja alkuperäinen luonto sekä hiljaisuus. Viime vuosina retkeilijöiden määrä varsinkin kansallispuistoihin on ollut kasvussa. (Kallioniemi & Mattila 2020.) Luontomatkailuun liittyy vahvasti myös luonnon virkistyskäyttäminen. Virkistyskäyttöä ovat esimerkiksi luonnossa liikkuminen ja rentoutuminen sekä erilaiset luontoon liittyvät harrastukset. Luontomatkailun perusta on puhtaan luonnon ja veden lisäksi mahdollisimman muokkamattomat ja alkuperäiset luontoalueet, joissa on kuitenkin helppo kulkea ja harrastaa erilaisia aktiviteetteja. (Porkkala 2015.)

Luontomatkailussa luontoaktiviteetit tuotteistetaan houkutteleviksi retkiksi tai paketeiksi. Kansainvälisillä markkinoilla suosituimpia teemoja ovat vaellus, pyöräily, melonta ja eläintenkatseilu (Wildlife Watching). Lähtökohtana luontomatkailussa ovat helposti toteutettavat, omatoimiset ja kevyet luontoaktiviteetit sekä paketoituiden aktiviteettituotteet, joissa yhdistyvät paikallinen kulttuuri ja vastuullisuus. Visit Finlandin mukaan on kolme pääkohderyhmää, joille luonto oli ensisijainen motiivi matkustaa Suomeen. Näitä kohderyhmiä ovat aktiiviset seikkailijat, luonnon ihmeiden metsästäjät ja luontonautiskelijat. (Business Finland 2021a.)

Luontomatkailussa havaittuja trendejä ovat tällä hetkellä erityisesti ekologisuus ja ilmastonmuutos. Muita kasvavia trendejä ovat digitaalisuuden merkitys ja mahdollisuudet luontomatkailussa ja hyvinvointimatkailun kasvaminen. Ympäristötietoisuuden, vastuullisuuden ja kestävyysmerkitykset luontomatkailussa ovat myös lisääntyneet. Näiden asioiden huomioiminen heijastuu matkailijoiden matkakohdevalintoihin. Ihmisten luontosuhteen vahvistaminen luonnon tuomilla

hyvinvointivaikutuksilla on myös tärkeää. (Konu, Tyrväinen, Pesonen, Tuulentie, Pasanen & Tuohino 2017, 11–24.)

5.2 Kulttuurimatkailu Suomessa

Suomen matkailussa vahvuutena on kulttuuri luonnossa (Culture in Nature). Kulttuurimatkailu on yksi nopeimmin kasvavista matkailun osa-alueista ja sen kasvu on noin 15 % vuosittain. Aineeton ja aineellinen kulttuuriperintö, museot, taide- ja kulttuuritapahtumat ja paikallinen elämäntapa toimivat kulttuurimatkailun voimavaroina. Kulttuurimatkailussa myös ympäristö, esitystapa ja lisäelementit ilmentävät suomalaisuutta tai saavat vaikutteita suomalaisuudesta. (Business Finland 2021b.)

Kulttuuriympäristöt ja kulttuuriperinne ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä myös luontomatkailussa. Kulttuuriympäristöt koostuvat rakennetusta ympäristöstä, kulttuurimaisemista, perinne luontotyypeistä ja muinaisjäännöksistä. Suomen matkailun kehittämissstrategiassa 2015–2025 suomalaiset tarinat ja kulttuurimatkailu nähdään yhtenä matkailun mahdollisuutena. Kulttuuri onkin yksi tuotteistamisen teemoista. Luontomatkailun keskeisiä kulttuuriympäristöjä ovat muun muassa maaseudun maisemat, metsä- ja vesistöalueet, luontoympäristöt sekä uskomusten paikat. (Konu ym. 2017, 54–55.)

Kulttuurimatkailun päätavoitteena on tarjota matkailijoille ainutlaatuisia elämyksiä ja mahdollisuuksia tutustua paikalliseen kulttuuriperintöön ja perinteisiin sekä osallistua niihin. Tällä tavalla vahvistetaan ihmisten kulttuurisen identiteetin rakentumista ja muiden kulttuurien arvostusta ja ymmärrystä. Kulttuurimatkailun kohderyhmät jakautuvat kahteen ryhmään: niihin, joiden matkustusmotiivina on kulttuuri- ja/tai taidesisältö ja niihin, jotka hakevat kulttuurimatkailusta uusia elämyksiä ja kokemuksia. (Business Finland 2021b.)

5.3 Kestävän matkailun periaatteet

Metsähallituksella ja Unescon maailmanperintökohteilla on Suomessa yhteiset kestävän matkailun periaatteet, joita noudatetaan kaikessa toiminnassa myös matkailuyrittäjien ja sidosryhmien kanssa. Nämä kuusi periaatetta määrittelevät sen, että luontomatkailun tulisi tukea kohteiden arvojen säilymistä ja edistää niiden suojelua, minimoida ympäristön kuormitusta, vahvistaa paikallisuutta, edistää kohteiden tuottamaa hyvinvointia ja terveyttä, edistää paikallistalouden kasvua sekä viestittää kohteiden arvoista ja palveluista. (Metsähallitus 2016.)

Myös Visit Finland on päivittänyt vuonna 2019 kansalliset kestävän kehityksen 10 periaatetta yhdessä sidosryhmiensä kesken. Uusimmassa päivityksessä on otettu huomioon kansainvälisessä keskustelussa esille nousseita linjauksia. Kestävän kehityksen kriteereitä ovat ekologinen, sosiokulttuurinen sekä taloudellinen kestävyys (kuvio 1). (Business Finland 2019.)



Kuvio 1. Kestävän matkailun 10 periaatetta. (Business Finland 2019.)

Sosiokulttuurinen kestävyys sisältää paikallisen kulttuurin ja sen perinnön kunnioittamisen ja suojelemisen. Paikallisia yhteisöjä kunnioitetaan käyttämällä lähialueiden palveluita ja tuotteita. Kulttuurin aitoutta pyritään hyödyntämään myös markkinoinnissa. Ekologisessa kestävydessä on tärkeää keskittyä energian kulutuksen vähentämiseen, fossiilisten polttoaineiden, vedenkulutuksen ja jätteiden vähentämiseen. Palveluita tuotetaan mahdollisimman ympäristöystävällisesti ja pyritään säilyttämään luonnon monimuotoisuus. Lisäksi ruokahävikkiä

tulisi vähentää ja lisätä paikallisten luomu- ja kasvisruokien käyttämistä. Taloudellinen kestävyys muodostuu yritystoiminnan läpinäkyvyydestä ja pitkäjänteisyydestä, avoimesta viestinnästä eri sidosryhmien välillä ja taloudellisesti kestävien investointien suosimisesta. Taloudellista kestävyyttä edistäviä toimenpiteitä ovat edellä mainittujen lisäksi paikallisten työllistäminen ja siten tulon jääminen alueelle paikallisten hyväksi. (Business Finland 2019.) Karhu liittyy vahvasti luonto- ja kulttuurimatkailuun, koska se on osa alkuperäistä luontoamme ja sillä on vahva kulttuurinen merkitys perinteessämme. Karhua on käytetty osana luontomatkailua ja karhuaiheesta on tuotteistettu myös kulttuuritapahtumia.

6 Karhun esiintyminen matkailutuotteissa

6.1 Karhu osana matkailua

Karhu ja muut suurpedot edustavat alkuperäistä ja koskematonta villiä luontoa, joka on hävinnyt useimmista teollisuusmaista. Suurpetojen kiinnostavuus perustuu alkuperäiseen erämaaluontoon ja villieläinten esiintyvyyteen näillä alueilla. Suurpedot tulisi myös nähdä osana kasvavaa luontomatkailua. Eläinten katselu matkailutuotteena edellyttää ennen kaikkea hyvää petojen ja paikallisen luonnon tuntemista. Hyvin toteutettuna se edistää suurpetojen suojelua, lisää ihmisten kiinnostusta ja tietoisuutta suurpedoista sekä vähentää petoihin kohdistuvia ennakkoluuloja ja pelkoja. (Lyytikäinen ym. 2004, 113–114.)

Suurpetoihin perustuvalla luontomatkailulla on kysyntää niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Retkeily ja vaeltaminen alueilla, joissa voidaan nähdä eläinten jälkiä ja suurpetoja alkuperäisessä luonnossa on ainutlaatuinen elämys, josta katsojat ja kuvaajat ovat valmiita maksamaan ja tulemaan kauempaakin. Suurpetojen esiintymisalueella tapahtuva retkeily, jossa eräoppaan johdolla perehdytään ympäröivään muuhun luontoon, voisi oikein markkinoituna tarjota kasvumahdollisuuksia myös Suomessa. (Lyytikäinen ym. 2004, 113–115.)

Eläinpuistojen ulkopuolella mahdollisuuksia karhujen kuvaamiseen ja katseluun on vähän. Tämä onkin suurpetoturismien ainoa muoto, jossa voidaan jonkinlaisella varmuudella päästä näkemään petoeläimiä. Haaskojen käyttö ei kuitenkaan ole täysin ongelmaton ja eläintautivaaran vuoksi haaskan pitoa on rajoitettu. Haaskan sijoituspaikan tulee olla tarpeeksi kaukana asutuksesta, sillä haaska voi houkutella alueelle lisää petoja. (Lyytikäinen ym. 2004, 114.) Samalla paikalla ja pitkään jatkuva ruokinta voi myös aiheuttaa ongelmia. Karhunkuvaussafareita on syytetty karhun luontaisen ihmispelon vähentämisestä, karhujen kesyttämisestä ja karhun totuttamisesta ihmisen tarjoamaan ruokaan. Tämän vuoksi ympäristökeskusten antamia ohjeita haaskojen käytöstä on tiukennettu vuosien saatossa. (Meriluoto-Jaakkola 2010, 123–125.)

Karhua on tuotteistettu Pohjois-Karjalan Ilomantsissa perinteisten Karhupeijaisien muodossa. Kyseessä ovat iltamat, joissa vietetään karhun hautajaisia eli karhun häitä. Tilaisuus on suunnattu matkailijoille ja yritysvieraille. Sen ovat toteuttaneet harrasteteatterilaiset yhteistyössä paikallisen ravintolan kanssa. Teatterilaiset ovat pukeutuneet metsästäjiksi ja valmistautuvat karhujahtiin. Peijaisten aikana metsästäjät kantavat sisälle karhunaljan ja kallon. Karhunpeijaisissa karhu on vahvasti läsnä musiikin ja perinnetekstien kautta. Ruokailu on myös tärkeä osa peijaisia. Illan menussa tarjoillaan esimerkiksi sienikeittoa, Karhupotti -pataruokaa ja puolukka-talkkunayllätystä. Peijaisten lopuksi metsästäjät kantavat karhun kallon kunniapaikalle ja kiinnittävät sen puuhun samalla laulaen. (Haapalainen 2012.) Ilomantsissa karhua on tuotteistettu myös Karhufestivaaleilla, jotka järjestetään vuosittain (Maaseudun Sivistysliitto 2021). Tätä aihetta tarkastellaan enemmän haastatteluiden tulosten osiossa.

6.2 Karhun katseleminen ja kuvaaminen matkailutuotteena

Karhun tarkkaileminen ja kuvaaminen on yksi osa-alue Wildlife-matkailua. Karhun katselu ja kuvaus on parhaimmillaan erityinen kokemus, joka koostuu kaikesta luonnon tarjoamista elämyksistä. Katselumatkailussa on tärkeää ottaa huomioon, että toiminta ja kehittäminen ovat ekologisesti ja sosiaalisesti kestäviä. Katselutuote tulisi toteuttaa ennen kaikkea luonnon ja eläinlajien ehdoilla,

kestävällä tavalla unohtamatta turvallisuutta. Yleensä suurpetojen katselu- ja kuvaustuotteet myydään täyden palvelun pakettina, joka koostuu kojulla/ kuvausmökissä vietetyn yön lisäksi opastuksesta, majoituksesta, ruokailusta, kuljetuksista ja vakuutuksista. (Metsähallitus 2015.)

Suomen tiheämetsäiset itärajan alueet ovat ihanteellinen kohde katsella ruskeita karhuja turvallisesti lähietäisyydeltä. Suurin osa Suomen suurpetokannoista (karhu ja susi) ovat Pohjois-Karjalassa ja itäisessä Suomessa. (Lyytikäinen ym. 2004, 125.) Karhunkatselijat viedään yleensä myöhään iltapäivällä mukavaan mökkiin tai kojurakennukseen metsälle. Yleensä katseluryhmä yöpyykin mökissä yön ylitse. Mökeissä valokuvaajilla ja katselijoilla on mahdollisuus saada laadukkaita lähikuvia esimerkiksi karhuista, ahmoista ja susista. Karhun katselumatkoilla valokuvaajat voivat nauttia läheisistä kohtaamisista näiden upeiden ja joskus uteliaiden eläinten kanssa. Karhut eivät ole tietoisia valokuvaajan läsnäolosta, koska tuoksu kulkee savupiippua ylöspäin ja kulkeutuu pois. (Visit Finland 2021.)

Pelkästään jo karhun jälkien näkeminen voi olla matkailijalle elämys. Jälkientunnistus antaa mahdollisuuden lisätä suurpetoihin liittyvää tietämystä. Monissa maissa on saatavilla luontoretkeä, joilla havainnoidaan eläinten jälkiä ammattitaitoisen oppaan perehdytyksellä. Suomessa on järjestetty esimerkiksi hiihtotapahtumia, jossa seurataan suden jälkiä hiihtämällä reittejä pitkin. Karhu liittyy myös metsästysmatkailuun, jonka ajankohta sijoittuu karhunmetsästyksen aikaan 20.8.–31.10. (Metsähallitus 2015.)

7 Menetelmälliset valinnat

Tämä opinnäytetyö on luonteeltaan tutkimuksellinen. Tutkimustyyppiltään opinnäytetyö on laadullinen eli kvalitatiivinen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aihetta tai kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman monipuolisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen tyypillisenä piirteenä on se, että tietoa kerätään suoraan ihmisiltä. Ominaista tutkimukselle on myös se, että tutkija luottaa omiin havaintoihinsa ja

keskusteluun tutkittavan kanssa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa lähtökohtana on aineiston yksityiskohtainen tarkastelu. Tutkimuksen kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti eikä niinkään satunnaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Saja-vaara 2009, 161–164.)

Tutkimusmenetelmäksi valitsin puolistrukturoidun teemahaastattelun, koska se on muodoltaan monipuolisempi ja avoimempi sekä saattaa herättää vapaamuotoista keskustelua aihepiireistä. Haastateltavien omat näkökulmat ja ääni pääsevät paremmin esille. Jos verrataan esimerkiksi kyselylomakkeeseen, jossa ei saa vapaasti vastata, vaan täytyy valita jo valmiista vastausvaihtoehdoista, tutkimustulokset voisivat tällöin jäädä paljon suppeammaksi ja tietoa saataisiin vähemmän. Valmiiksi laadittujen haastattelukysymysten lisäksi on mahdollisuus tehdä vielä tarkentavia lisäkysymyksiä.

Teemahaastatteluun valikoitui seitsemän erilaista matkailualan yritystä/ yhdistystä Pohjois-Karjalasta, joista lopulta viisi osallistui haastatteluun. Kahdelta yritykseltä ei saatu vastausta haastattelukutsuun. Toimeksiantajan toive oli saada haastatteluihin mukaan myös yrityksiä ja yhdistyksiä, joissa karhu ei tule suoraan esille toiminnassa tai tuotteissa, ja tämän perusteella yritykset valittiin haastatteluihin. Haastattelun pääteemoja ovat karhumytologia ja karhun näkyminen matkailussa. Muita teemoja ovat karhun hyödyntämisen mahdollisuudet ja ongelmakohdat matkailutuotteissa sekä miten karhua voisi tuoda enemmän esille matkailutuotteissa.

Teemahaastattelut toteutettiin syksyllä 2021 loka-marraskuun vaihteessa etäyhteyksin verkossa Microsoft Teams -ohjelman välityksellä. Haastatteluun kutsutuille henkilöille lähetettiin sähköpostitse lokakuun alussa saatekirje ja haastattelukysymykset (liitteet 1–2.) Sähköpostit lähetettiin ennen haastatteluita, jotta haastateltavat pystyivät tutustumaan kysymyksiin etukäteen. Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina ja kestoiltaan haastattelut olivat noin 15–20 minuuttia.

Laadullisen tutkimusprosessin ensimmäinen vaihe oli tutkimuksen hahmottaminen ja kirjallisen aineiston kerääminen. Seuraava vaihe oli varsinaisen tutkimustyön tekeminen eli teemahaastatteluiden tekeminen. Tämän jälkeen vuorossa

oli prosessin kolmas vaihe eli aineiston litterointi, jossa haastattelut purettiin nauhoituksista tekstimuotoon. Haastatteluiden nauhoitukset poistettiin heti litteroinnin jälkeen. Aineiston litterointi oli prosessin työläin ja eniten aikaa vievin osuus. Seuraava vaihe aineiston purkamisen jälkeen oli aineiston analysoiminen ja tuloksista kirjoittaminen.

8 Haastatteluiden tulokset

8.1 Murtovaaran Talomuseo

Yrittäjä Wilma Klippelin haastattelu tehtiin etäyhteyksin Microsoft Teamsin välityksellä lokakuun loppupuolella. Murtovaaran Talomuseo sijaitsee Pohjois-Karjalan Valtimolla ja on Suomen ainoa vaara-asutusmuseo. Klippelin mukaan Murtovaara ei ole aivan perinteinen työpaikka, vaan hän on perustanut sitä varten oman yrityksen. Yrityksellä on sopimus Talomuseon omistajan Karjalaisen Kulttuurin edistämisseuran (KKES) kanssa. Klippel on toiminut Talomuseolla yrittäjänä tammikuusta 2021 lähtien, ja viimeiset kolme vuotta hän on rakentanut museoita Valtimolla. Hänen toimenkuvaansa kuuluu kaikkien juoksevien asioiden hoitaminen, talojen korjaukset ja niiden suunnitteleminen, markkinointi, opastukset ja museokierrokset sekä kesäajan aukioloaikojen suunnittelu. Murtovaaran tärkeimpiä kohderyhmiä ovat lähiseudun asukkaat, kotimaiset sekä ulkomaiset matkailijat. Pandemiasta johtuen viime kesän aikana lähinnä suomalaiset matkailijat vierailivat museolla.

Klippel kertoo, että Talomuseon tärkeimpiä teemoja ovat asutustoiminta isojaon jälkeen, omavaraistalous, perinneympäristö, karsikkopetäjä, perinteiset rakennusmateriaalit ja rakennustavat, metsätyöt sekä uitto. Klippelin mukaan Talomuseon tarinallisuus liittyy enemmänkin 1900-luvulla eläneeseen Hilja Lipposeen, jonka elämänvaiheista liikkuu erilaisia tarinoita. Kukaan ei kuitenkaan enää pysty kertomaan, mitä Hilja itse on kokenut. Myyttisin osuus opastuskierroksella on vanhan karsikkopetäjän luona, jossa kerrotaan karsikkoperinteestä.

Karhu tuo Klippelille kotoisia ja lempeitä mielikuvia. Hän kertoo, että ehkä hänen lapsuutensa aikainen nallekulttuuri on vaikuttanut hänen ajatusmaailmaansa. Karhu symboloi hänelle myös vahvuutta ja kotikutoista kitsiä karhuveistosten muodossa. Karhuemo tuo hänelle mielikuvan hyvästä ja turvallisesta äidistä.

Klippelin mukaan karhu ei ole näkynyt museon toiminnassa tai markkinoinnissa, koska aiheena karhu ei oikein sovi Talomuseoon. Mutta hänen mukaansa se voisi näkyä kansanparannuksesta kertovina esineinä tai museo-opastukseen sisältyvänä tarinana, jossa kerrottaisiin, miten sairauksia hoidettiin 1800-luvulla. Talomuseolla on karhun kurkkutorvi, jota käytettiin aikoinaan lääkinnällisiin tarkoituksiin. Kurkkutorven läpi valutettiin vettä, jolloin veteen tuli parantavia ominaisuuksia, jolla ihmisiä sitten parannettiin. Klippel mainitsee myös vanhan pyllytysperinteen, jossa synnyttänyt nainen nousi kujosten (eli kahden pystypuu seiväsaidan muodostama kapeahko kuja, joka vie navetasta metsään) päälle ja lehmät laskettiin navetasta ulos sen läpi. Tämän perinteen uskottiin suojelevan lehmiä karhulta.

Klippel haluaisi lisätä mytologiaa esimerkiksi teemaopastuksen muodossa, mutta hänellä ei ole vielä tarpeeksi tietoa aiheesta. Ensi kesänä on Murtovaaran talomuseon 50-vuotisjuhla, johon hän kokoaa juhlanäyttelyn. Klippel miettii, että juhlavuoden mentyä hän voisi nostaa vuosittain uuden teeman esille museon näyttelyyn.

Klippel ei ole vielä varma, haluaako hyödyntää yksittäistä eläintä museon yhteydessä, sillä karhuja ei 1800-luvulla ollut kovin paljon, joten se ei ollut niin arkipäiväinen kuin nyt. Ei myöskään tiedetä, miten Murtovaarassa on käytännössä varauduttu karjan suojelemiseksi karhulta. Karhun siitinluu ja kurkkutorvi ovat kyllä olleet käytössä, mutta varsinainen toiminta on hänen mukaansa arvailua. Klippelin mukaan karhun pitäisi liittyä paikkaan ja sen historiaan, ja siten pyrkiä säilyttämään alkuperäisyys, ettei se tuntuisi väkinäiseltä. Karhusta kertominen pitäisi viedä yleisemmälle tasolle, sillä talomuseo kertoo juuri tietyistä alueella asuneista asukkaista ja heidän asumisestaan.

Klippel uskoo, että tulevaisuudessa matkailu painottuu entistä enemmän valmiisiin elämyspaketteihin. ”Museoon tullaan niin, että käynnille on varattu tietty aika, johon halutaan sisällyttää kahvit, elämyksellinen opastus sekä autenttinen kokemus. Turisteille rakennetut paikat menettävät viehätystään, ja etsitään tilalle sellaisia elämyksiä, joiden eteen pitää nähdä hieman fyysistä vaivaa”, Klippel toteaa.

8.2 Laitalan Lomat

Yrittäjä Henna Nevalaisen haastattelu toteutettiin lokakuun lopulla Microsoft Teamsin kautta. Laitalan Lomat sijaitsevat Karhunpäässä, joka on pieni kirkonkylä Nurmeksen Valtimolla. Hän kertoo, että Laitalan Lomat on perustettu 30 vuotta sitten ja hän on toiminut siellä miehensä kanssa yrittäjänä noin 12 vuotta. Laitalan Lomat tarjoavat majoitusta ja juhlapalveluja, ja lisäksi yhteistyökumppaneiden kanssa järjestetään Majatalosta majataloon -retkiä sekä erilaisia aktiviteetteja. Matkailutilan yhteydessä toimii myös Laitalan Puoti, jossa myydään paikallisia tuotteita, kuten käsitöitä, koruja ja vaatteita. Nevalainen pitää myös tilauksesta pitopalvelua, josta voi tilata herkkuja toiveidensa mukaisesti. Puodista on saatavilla kahvia, leivonnaisia, karjalanpiirakoita ja vaikkapa keittolounasta tai karjalaista illallista.

Yrityksen tärkeimpiin teemoihin kuuluu karjalaisuus. Muita teemoja ovat evakot, jotka tulivat Valtimolle Suojärveltä sekä paikalliset kylän tarinat. Nevalainen mainitsee, että aikoinaan Karhunpäässä oli kiertänyt veronkerääjä Simon Affleck eli Simo Hurta, jonka kerrottiin olevan säälimätön ja pahamaineinen veronvuokraaja.

Tärkeimpiä kohderyhmiä Nevalaisen mukaan ovat lähikuntien (Nurmes, Valtimo) asukkaat, juhlavieraat sekä paikalliset, jotka tarvitsevat lisämajoitusta vierailleen. Majatalosta majataloon -retkien asiakkaina ovat pääasiassa saksalaiset ja englantilaiset matkailijat sekä kotimaiset matkailijat. Lähiaikoina kotimaisten ryhmien ja matkailijoiden määrä on lisääntynyt, johtuen pandemiasta ja kotimaanmatkailun suosion kasvamisesta. Muita asiakkaita ovat yritys- ja

kokousmatkailijat ja työmiehet. Laitalan Lomilla seurakunnat järjestävät lastenleirejä ja rippileirejä. Kesäisin asiakkaina ovat myös yksittäiset perheet, lomalaiset ja pariskunnat.

Nevalainen kertoo, että tällä hetkellä karhu näkyy melko vähän yrityksen toiminnassa, mutta se voisi näkyä enemmänkin. Karhu ilmenee kylän ja lähellä virtaavan joen (Karhujoki) nimissä. Nevalaisen mukaan he kertovat asiakkailleen, mistä paikan nimi tulee. Paikka on Nevalaisen kuuleman tarinan mukaan saanut nimensä siitä, että aikoinaan kyläläiset ovat tappaneet karhun ja laittaneet sen kallon seipään päähän. Kauppiaat ovat reitillä karhun kallon nähdessään sanooneet: "No nyt näkyy jo karhun pää".

Miten karhu sitten näkyy Laitalan Lomilla? Nevalainen kertoo, että pihalla koimelee puinen karhuveistos, jota monet ovatkin ihailleet. Puodissa heillä on myynnissä Sola-luonnonsaippuaa, jonka pakkauksessa on karhun kuva. Männy ja tervantuoksuinen saippua sisältää suomalaista karhun rasvaa. Lisäksi heillä on myynnissä Samas-koruja, joissa aiheena on muun muassa karhun pää.

Nevalaiselle karhu symboloi ennen kaikkea voimaeläintä, joka välittää tiettyä salaperäisyyttä ja myyttisyyttä. "Se on metsän valtias, jota tavallaan vähän kuitenkin pelätään", Nevalainen toteaa. Hän on tottunut liikkumaan metsässä, eikä ole itse osannut pelätä karhua. Hiekkatiellä oli yhtenä elokuun päivänä ollut karhunjaljet, joten karhuja liikkuu jonkun verran lähistöllä.

Nevalaisesta karhua voisi hyödyntää matkailussa vaikkapa kaikenlaisessa sisustuksessa, erilaisissa menuissa ja lapsille suunnitellussa Karhun kierroksessa metsässä tai karhun jälkientunnistuksessa. Aikuisille voisi olla järjestettynä metsäkodalla tunnelmallinen karhumenu metsän antimineen. Nevalainen miettii, että karhun hyödyntämisessä voisi olla hankalaa esimerkiksi lihan saatavuus. Hänen mielestään pitäisi perehtyä kunnolla aiheeseen, jotta saa tarpeeksi tietoa, jota voi sitten kertoa asiakkaille esimerkiksi kodalla karhutarinoiden muodossa.

Nevalainen kertoo, että tulevaisuudessa asiakkaat haluavat vielä enemmän yksilöidympiä ja personoidusti räätälöityjä matkailupalveluja. Matkailijat kaipaavat enemmän tilaa, rauhaa ja yksityisyyttä. ”Seuraavan talven varauksissa ulkomaiset matkailijaryhmät ovat halunneet entistä enemmän yksityisyyttä ja varaavat majatalon kokonaan vain omalle porukalleen”, Nevalainen kertoo.

8.3 Puukarin pysäkki – Karelian restaurant & Guesthouse

Anni Korhosen haastattelu tapahtui videopuheluna Microsoft Teamsin kautta lokakuun lopussa. Korhonen on toiminut Majatalo Puukarin pysäkin emäntänä kymmenen vuotta. Puukarin pysäkki on majatalo ja ravintola, joka tarjoaa pohjoiskarjalaista ruokaa ja herkkuja sekä lämpöistä vanhan ajan tunnelmaa. Korhonen kertoo, että Puukarin pysäkin teemoja ovat karjalaisuus, paikallisuus, vastuullinen toimiminen ja kestävä kehitys sekä tuotetarjonnan luominen omasta kulttuurista. Hän mainitsee, että yrityksen tuotteet ja palvelut perustuvat kulttuurin lisäksi tarinoihin ja mytologiaan. ”Mytologia liittyy kalevalaisuuteen ja karjalaisuuteen, sillä se on meidän talomme henki”, Korhonen mainitsee.

Tärkeimpiä kohderyhmiä ovat 28–68-vuotiaat pariskunnat ja ystäväporukat, jotka ovat tietoisia kuluttajia ja haluavat panostaa myös matkaillessaan vastuulliseen toimimiseen. He ovat ruokanautiskelijoita (foodie), luontoihmisiä ja fiilisteilijöitä.

Korhonen kertoo, että Puukarin Pysäkillä karhu näkyy melko paljon lautasella ja tulee jonkin verran esille myös tarinoissa. Pääsääntöisesti karhua käytetään makkarana ja käristyksenä tai esimerkiksi Karhun kämmen -keitossa. Paikallinen metsästysseura toimittaa riistan (esim. jänis, hirvi ja karhu). Karhu ei näy majatalon markkinoinnissa. Korhonen kokee, ettei hänen tarvitse tuoda yksittäisenä yrittäjänä karhua enemmän esille, sillä on jo yrityksiä, jotka ovat tuotteistaneet karhun hyvin ja joiden toiminta perustuu sen ympärille.

Korhosen mielestä karhu on tärkeä mytologiamme eläin. ”Tämmöisenä runonlaulajana, runoissa, jossa karhun nimeä ei edes saa mainita, se aiheuttaa

suuren kunnioituksen karhua kohtaan”, Korhonen sanoo. Hänelle karhu on metsän kuningas ja erittäin suuri kunnioituksen kohde. Korhonen ei näe, että karhun tuotteistaminen tai markkinoiminen olisi hankalaa. Hän ei osaa sanoa, onko karhun metsästäminen eläinsuojelullinen asia, koska kaikki eivät halua, että karhuja metsästetään. Hän miettii myös, onko villieläinkatselu kaikkien mielestä eettistä, sillä eläimiä syötetään haaskoilla.

Korhonen arvelee, että tulevaisuudessa ihmiset alkavat enemmän ajattelemaan, kannattaako lentää tai tukea massaturismikohdetta, vaan halutaan läpinäkyvämpää toimintaa ja tietää erilaisista kytköksistä. ”Yhä enemmän ihmiset haluavat löytää yksilöllisempää ja persoonallisempaa palvelua ja paikkoja, joissa on tilaa olla ja hengittää”, Korhonen toteaa.

8.4 Karhufestivaali

Karhufestivaalin tuottajan, Maarit Hämäläinen-Koljosen haastattelu toteutettiin videoyhteyksin Microsoft Teamsin välityksellä marraskuun alussa. Hän on ollut töissä Maaseudun Sivistysliiton (MSL) Vaara-Karjalan kulttuuriyhdistys ry:llä noin viisi vuotta. Tänä syksynä hän aloitti työskentelyn Maaseudun Sivistysliiton Pohjois-Karjalan aluejärjestöllä. Karhufestivaalin tuottajana hän on toiminut myös viisi vuotta.

Karhufestivaali on Suomen itäisin kulttuurifestivaali, joka järjestetään vuosittain Ilomantsissa. Karhufestivaalin järjestäjinä ovat Maaseudun Sivistysliitto ja Ilomantsin kunta. Festivaalia ovat järjestämässä myös erilaiset yritykset ja yhteisöt sekä talkooväki. (Maaseudun Sivistysliitto 2021.)

Hämäläinen-Koljonen kertoo, että Karhufestivaalin ydin ja tärkein teema on karhuaiheisen puunveistokilpailun järjestäminen, joka koostuu kahden päivän mittaisesta pidemmästä veistokilpailusta sekä pikakisasta. Yhdistyksen muita teemoja ovat kulttuuri- ja koulutustilaisuuksien järjestäminen ja Katri Vala Kulttuuri-keskuksen ylläpitäminen.

Tänä kesänä Karhufestivaali järjestettiin kahdeksannen kerran, ja joka vuosi veistokilpailussa on eri teema. Tänä vuonna teemana oli karhu ja pentu. Hämäläinen-Koljonen kertoo, että ensi kesän 2022 veistokisojen teemana on karhun syli. Muita teemoja ovat olleet vuodesta 2014 lähtien: karhu mielessä, Kalevan karhu, mie ja karhu, metsän kansaa, villi luonto, GoBearGo (KouKarhuKou) sekä vapaa tyyli.

Hämäläinen-Koljonen mainitsee, että vuosittain Karhufestivaalilla on monimuotoista ohjelmaa. Festivaali koostuu veistokilpailujen lisäksi karhuun liittyvästä kulttuuriperinteestä, ITE-taiteesta ja paikallisesta kulttuuriohjelmasta. Pääasiallisesti paikalliset toimijat järjestävät oheisohjelmaa, kuten esimerkiksi maalaistorin, elokuva- ja teatteriesityksiä, konsertteja, käsitöitä, taidenäyttelyitä ja koko perheen tapahtumia. Tänä kesänä festivaaleilla oli myös vanhojen harrasteajoneuvojen kokoontuminen. Festivaaleilla oli Karhupuoti, jossa oli myynnissä moottorisahataiteilijoiden tekemiä veistoksia ja maakunnan taiteilijoiden teoksia ja koruja.

Karhufestivaalin veistokilpailun ydinkohderyhmänä ovat Hämäläinen-Koljosen mukaan erityisesti itseoppineet puunveistäjät sekä heidän läheisensä ja kannustusjoukot. Veistokilpailut ovat kaikille avoimia tapahtumia eikä niihin ole pääsymaksuja. ”Se on myöskin mielletty koko perheen tapahtumaksi, jossa yleisöä on pienistä lapsista seniori-ikäisiin saakka”, Hämäläinen-Koljonen kiteyttää.

Hämäläinen-Koljosen mukaan karhu on olennainen osa myös markkinoinnissa, aina Karhufestivaalin logosta lähtien. Karhu toistuu kaikissa painotuotteissa (julisteeissa, käsiohjelmissa, flyereissa ja lehti-ilmoituksissa), festivaalin kotisivuilla sekä sosiaalisen median kanavilla. Vuosittain Karhufestivaalille tehdään t-paita, jossa karhu logo on hyvin olennainen asia.

”Karhu symboloi meidän tapauksessamme erityisesti Ilomantsia, sillä Ilomantsissa on laskettu olevan eniten karhuja Suomessa”, Hämäläinen-Koljonen kertoo. Hänelle karhu symboloi myös voimaa, vahvuutta sekä suomalaista, pohjoiskarjalaista ja ilomantsilaista luontoa. Karhulla on vahva symbolinen merkitys, ja se on myös tärkeä kunnioituksen kohde.

Hämäläinen-Koljosen mielestä karhua voitaisiin ehdottomasti hyödyntää matkailussa enemmän ja siinä on varmasti vielä paljon mahdollisuuksia. Ensimmäisenä hänelle tulevat mieleen esimerkiksi käsityöläiset, joiden tuotteissa (neuleissa, villasukissa ja pienissä matkamuuistoissa, kuten avaimenperissä) on jo nyt käytetty aiheena karhua. Tuotteisiin voisi kuitenkin tehdä vielä enemmän tuotekehittelyä ja ideointia, sillä karhu on suuri mahdollisuus.

Ilomantsissa esimerkiksi ohjelmapalveluissa on hyödynnetty karhua. On olemassa ohjelmakokonaisuus nimeltään Karhunpeijaiset. Se koostuu ruokailusta, jossa syödään myös karhua ja samalla kerrotaan tarinaa peijaisista ja tästä perinteestä. ”Olen saanut olla mukana kaksi kertaa Karhunpeijaiset-tilaisuudessa. Se on todella vaikuttava kokemus ja hieno kokonaisuudeltaan”, Hämäläinen-Koljonen kertoo. Paikalliset teatterinharrastajat ovat toteuttaneet tämän iltakokonaisuuden yhteistyössä paikallisen ravintolan kanssa, ja joskus se on ollut myös Karhufestivaalin ohjelmistossa.

Hämäläinen-Koljosen mielestä karhusta voisi ammentaa vielä enemmänkin. Paikalliset ravintolat ja ateriapalvelut voisivat menuissaan hyödyntää karhua, jos ei suoraan käyttämällä karhun lihaa, niin vaikka antamalla herkkumannoksille ja juomille karhuun liittyviä nimiä. Hän mainitsee, että ilomantsilainen leipomo on tehnyt karhuaiheisia ruisleipiä, jotka ovat karhun naaman muotoisia. Paikallinen konditorialiike on tehnyt Karhun läjä -nimisiä leivoksia. Jotkut ovat toteuttaneet tuotteita myös huumorin avulla, pilke silmäkulmassa.

Hämäläinen-Koljonen arvelee, että karhun hyödyntäminen matkailutuotteissa ja palveluissa ei ole hankalaa, jos yrityksillä on riittävästi aikaa perehtyä aiheeseen. Tahtoa varmasti löytyy, mutta aikaa ei välttämättä niin paljon.

Hämäläinen-Koljonen uskoo, että tulevaisuudessa matkailijamäärät tulevat kasvamaan maaseuduilla ja pienten paikkakuntien omaleimaisuus ja luontokohteet kiinnostavat ihmisiä entistä enemmän. Luontokohteita on kehitetty ja kehitetään jatkossa myös matkailijan näkökulma huomioiden.

8.5 Kolin Matkailu Oy

Biologi Veli Lyytikäisen haastattelu toteutettiin Microsoft Teamsin välityksellä marraskuun alussa. Lyytikäinen kertoo, että Kolin matkailuyhdistys omistaa täysin Kolin Matkailu Oy:n. Suurin osa toiminnasta on jo siirtynyt Kolin Matkailu Oy:n puolelle. Hän on yhdistyksen toiminnanjohtaja ja ollut yhdistyksessä mukana kymmenen vuotta. Kolin Matkailu Oy, jossa hän toimii toimitusjohtajana, perustettiin vuonna 2018. Lyytikäinen on ollut mukana tekemässä kirjaa Pohjois-Karjalan Suurpedot – Erämaisen luonnon ja ihmisen rinnakkaiseloa itäisimmässä Suomessa. Lyytikäinen kertoo kirjaprojektin olleen todella mieluisa ja se sai hyvin julkisuutta. Kaikissa Pohjois-Karjalan kunnissa pidettiin silloin suurpetonäyttely, jonka avulla pyrittiin lieventämään turhia pelkoja suurpetoihin liittyen.

Lyytikäinen kertoo, että Kolin Matkailu Oy vastaa Kolin alueen yhteismarkkinoinnista, koli.fi -sivustosta, matkailumyynnistä ja -neuvonnasta. Lisäksi toimintaan kuuluu paljon erilaisia kehittämistehtäviä ja edunvalvontaa. Heillä on sisäisiä asiakkaita, joita ovat jäsenet ja alueen yritykset, ja ulkoisia asiakkaita. Tällä hetkellä Kolin tärkein kohderyhmä on nuoret pariskunnat ja ulkomaalaisista saksankielinen Eurooppa ja Venäjä. Myös kotimaiset ryhmät ovat kasvussa.

Karhu näkyy yrityksen toiminnassa esimerkiksi siten, että Kolin Matkailu Oy myy ja markkinoi toisen yrityksen karhutuotetta kauttaan. He käyttävät markkinoinnissa myös erämaista luontoa mielikuvien luomisessa. Lyytikäinen mainitsee suomalaisten asiakkaiden harvoin kysyvän mitään suurpedoista. ”Ehkä silloin he saattavat kysyä, kun ovat lähdössä patikointireiteille, että onko siellä turvallista tai onko siellä karhuja”, Lyytikäinen kertoo. Ulkomaalaiset asiakkaat taas haluaisivat nähdä suurpetoja. Lyytikäisen mukaan tässä hämärtyy se tosiasia, että suomessa karhuja harvoin näkee muualla kuin katselupaikoilla.

Kolin Matkailu Oy:ssä karhu ei niin paljon näy, sillä Kolilla ei kauheasti ole karhuja. Hänen mielestään karhua voisi kuitenkin hyödyntää esimerkiksi mielikuva-markkinoinnissa. Lyytikäinen kertoo, että Kolin alkuperäinen nimi on mustarintainen eli karhu. Tätä mytologiaa ja tarinaa voisi kertoa enemmän ja myös siitä, miten karhu on ollut tärkeä eläin tällä alueella.

Karhu symboloi Lyytikäiselle suomalaisuutta ja metsän kuningasta. ”Se on edelleen erämaiden eläin, joka mielletään suomalaiseen ja puhtaaseen luontoon”, hän kiteyttää. Hänen mielestään karhu tuo enimmäkseen positiivisia mielikuvia. Lyytikäinen kertoo, että matkailumarkkinointi on myös tarinoin perustuvaa ja Kolilla on älyttömästi tarinoita, joita kannattaa hyödyntää. Kolilla on karhuun ja peikkoihin liittyvää mytologiaa, joka on luonut ajatuksia, että siellä olisi jopa jotakin pahuutta. Mystisyyttä käytetään myös hyödyksi markkinoinnissa.

Lyytikäisen mielestä karhua kannattaisi ehdottomasti hyödyntää luontoretkillä. Karhutarinoita voisi kertoa enemmän, samoin karhumytologiasta, tai käydä etsimässä sen jälkiä. Katselupaikkojen lisääminen on Lyytikäisen mielestä vähän hankalaa ja se saattaa herättää ristiriitoja tai vastakkainasetteluja. Karhua voisi myös tuotteistaa enemmän erilaisiin tuotteisiin, koska Itä-Suomessa on kuitenkin karhuja kaikkein eniten. Hänen mielestään karhun tuotteistaminen ja hyödyntäminen ei sinänsä ole hankalaa. Hän kertoo, että riistan käyttäminen matkailutuotteena on ekologista. Karhun lihan käyttäminen kuuluu osittain karjalaiseen ruokakulttuuriin. Lyytikäinen kokee, että tällä hetkellä suhtautuminen suurpetoihin on taas vähän kärjistyneempää. Ihmiset eivät yritä ymmärtää suurpetoja, kun taas kirjakampanjan aikana ihmiset yrittivät ymmärtää enemmän.

Lyytikäisen mielestä matkailussa on tapahtunut paljon muutosta, etenkin korona-aikana. Kestävä matkailu on tullut jäädäkseen. Ihmiset arvostavat paikkoja, jotka ovat monella tapaa kestäviä. Matkailun pitää olla myös sosiaalisesti kestävä ja alueen näköistä. Kolilla se tarkoittaa sitä, että pitää olla kyläläisten hyväksyntä sille, mitä matkailussa tehdään. Lyytikäinen toivoo, että tulevaisuudessa matkailu olisi vieläkin luonto- ja ilmastoystävällisempää.

8.6 Haastatteluiden tulosten ja aineiston analysointi

Haastatteluiden vastauksia tarkasteltaessa on kiinnostavaa huomata, kuinka vastaukset ovat melko erilaisia, mutta ne antavat kuitenkin monipuolisesti tietoa. Suurin osa vastanneista kokee karhun symboloivan vahvuutta, voimaa sekä suomalaista luontoa. Vastanneista kolme mieltää karhun myös metsän

kuninkaaksi tai valtiaaksi, ja kahdelle vastaajista karhu on tärkeä kunnioituksen kohde.

Selkein yhteneväisyys vastauksien välillä liittyy karhun näkymiseen markkinoinnissa. Markkinoinnissa karhu ei näy millään tavalla kolmessa yrityksessä. Yhdessä yrityksessä se ilmenee toisen yrityksen tuotteen markkinoimisessa. Haastateltavista yhden matkailutuotteessa karhu on selkeästi esillä markkinoinnissa ja suurin osa tapahtuman toiminnasta on rakennettu nimenomaan karhuteeman ympärille.

Osalla yhdistäviä teemoja toiminnassa ovat erityisesti paikallisuus ja karjalaisuus. Muutamassa yrityksessä karhu liittyy vahvasti paikannimeen ja täten paikan historiaan. Haastateltavista yhdellä karhu näkyy menussa ja toisella myytävissä oheistuotteissa, kuten t-paidoissa ja tapahtuman logossa.

Karhun tuotteistamisen ongelmakohtana nähdään se, ettei aiheesta ole vielä tarpeeksi tietoa hankittuna, ja sen vuoksi karhusta kertominen pitäisi olla yleisemmällä tasolla. Osan mielestä tuotteistaminen ei sinänsä ole vaikeaa, vaan se vaatii riittävästi aikaa perehtymiseen. Joidenkin mielestä tuotteistaminen koetaan jonkin verran teennäisenä, jos karhu ei liittyisi jollakin tapaa paikan nimeen ja historiaan tai sillä ei olisi mitään autenttista kosketuspintaa yritykseen. Osa ei koe tarvetta tai kiinnostusta karhun hyödyntämiseen yrityksessään, sillä on jo olemassa yrityksiä, jotka ovat tuotteistaneet karhun hyvin ja rakentaneet toimintansa sen ympärille. Karhun katselupaikkojen lisäämiseen ei välttämättä koeta tarvetta, koska se on hankalaa ja saattaa herättää ihmisissä vastakkainasetteluja ja ristiriitoja.

Vastauksien perusteella karhu voisi näkyä tulevaisuudessa enemmän teemaopastuksissa tai museoissa pienimuotoisen näyttelyn muodossa. Karhua kannattaisi tuotteistaa myös luonto- ja patikointiretkille sekä sisällyttää niihin mukaan karhutarinoita ja -mytologiaa tai karhun jälkien etsintää. Eräoppaat voisivat kertoa näitä mytologisia tarinoita kuvaussafarin tai vaellusretken yhteydessä. Karhua voisi käyttää myös osana mielikuvamarkkinointia. Karhua voi hyödyntää missä vain tuotteissa, aina sisustuksesta ja käsitöistä karhuillalliseen kodalla.

Verrattaessa haastatteluiden tuloksia opinnäytetyön tietoperustaan, on mielenkiintoista huomata, että jotkin yksittäiset asiat toistuvat. Aikaisemmin kerrotuista pylytyks -perinteestä ja peijaiset iltamista saatiin lisää tietoa teemahaastattelusta. Lisäksi karhun kurkkutorvesta on kerrottu aikaisemmin tekstissä ja myös haastattelusta saatiin enemmän tietoa tästä parantamiseen tarkoitettusta esi- neestä.

Opinnäytetyön teemahaastattelut eivät anna kokonaiskuvaa karhun esiintymisestä matkailuyrityksissä ja -tuotteissa Pohjois-Karjalan alueella. Haastateltavia oli viisi, eikä tuloksia voi siten yleistää. Aihe saattaa joiltakin osin olla herkkä ja jakaa edelleen mielipiteitä siitä, tulisiko karhua hyödyntää matkailutuotteissa enemmän kuin nykyisin. Uskoisin tämän asian joiltakin osin vaikuttaneen siihen, että osalta ei tullut ollenkaan vastausta haastattelupyyntöön. Haastatteluun olisikin ollut hyvä saada vielä enemmän yrityksiä, joissa karhu on vahvasti esillä ja toiminnan lähtökohtana.

9 Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys

Opinnäytetyön eri vaiheissa noudatettiin ohjetta hyvästä tieteellisestä käytännöstä (HTK), jonka on laatinut Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK). Tämän ohjeen tärkeimpänä tavoitteena on edistää hyvää tieteellistä käytäntöä ja tutkimuseettisyyttä (Responsible Conduct of Research), ja täten ennaltaehkäistä tutkimusvilppiä. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.)

Opinnäytetyössä noudatettiin myös Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjetta ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettisistä periaatteista. Sen keskeinen eettinen periaate on tietoon perustuva suostumus osallistua tutkimukseen. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019.) Tutkimustyössä noudatettiin huolellisuutta ja tarkkuutta tulosten tallentamisessa ja tutkimustulosten analysoinnissa. Opinnäytetyön tutkimuksessa sovellettiin eettisesti kestäviä ja tieteellisen tutkimuksen mukaisia tiedonhankinta- ja arviointimenetelmiä. Tutkimuksen kaikissa vaiheissa käytettiin avointa toimintaa ja viestintää. Haastatteluihin osallistuneilta

henkilöiltä pyydettiin suostumus haastattelun nauhoittamiseen litterointia varten ja kirjallinen lupa vastausten ja henkilötietojen näkymiseen opinnäytetyössä. Haastatteluista tehtiin litteroinnit, joiden pohjalta kirjoitettiin tulosten analysoinnit. Haastatteluiden nauhoitukset poistettiin heti litterointien jälkeen.

Opinnäytetyössä käytettyihin lähteisiin on suhtauduttu tarpeen vaatimalla kriittisyydellä. Lähteet ovat luotettavia, ja samat tiedot toistuvat eri lähteissä. Osassa lähteitä on ollut pieniä tulkinnallisia eroja, jotka selittyvät esimerkiksi karhuun liittyvien uskomusten ja perinteiden alueellisilla eroavaisuuksilla ja myös sillä ketkä ovat asiaa tulkinneet. Osa lähteistä on vanhoja teoksia, kuten Kalevala (julkaistiin 1849) ja ovat siksi jonkin verran vaikealukuisempia. Tietolähteissä käytettiin myös uudempaa kirjallisuutta, jota verrattiin vanhempiin tietolähteisiin. Uusimmissa painoksissa ei ollut mitään oleellisia muutoksia tiedon alkuperäisyyteen verrattaessa. Näiden lähteiden perusteella pyrittiin kirjoittamaan aiheesta yhtenäinen kokonaisuus. Tekstissä viitataan ohjeiden mukaisesti käytettyihin aineistoihin ja kirjoittajien tekijänoikeuksia kunnioitettiin kirjoitusprosessin aikana.

10 Pohdinta

Karhu on aina ollut osa suomalaista kulttuuria, luontoa ja mielenmaisemaa. Se symboloi suomalaisille suurta voimaa ja sitkeyttä. Ihmisillä on ainutlaatuinen suhde karhuun, ja siksi se onkin arvostettu kansalliseläimemme. Sen symbolinen merkitys ja myyttinen olemus ovat edelleen vahvasti läsnä kulttuurissamme, eikä sen vaikutus ole kadonnut mihinkään. Metsän kuningas on myös tärkeä osa kulttuurihistoriaamme, ja sillä on ollut keskeinen asema perinteisessä eränkäynnissä ja metsästyskulttuurissa.

Kansalliseepoksessamme Kalevalassa se on vahvasti esillä runoissa ja tarinoissa. Karhu herättää silti ristiriitaisia tunteita ihmisissä; karhua on aina kunnioitettu, mutta toisaalta myös pelätty. Toisille karhu voi taas tuoda mieleen

hellyttäviä tai positiivisia mielikuvia. Karhu nostattaa varmasti meissä jokaisessa jonkinlaisia ajatuksia ja luo mielikuvia suomalaisesta metsästä ja luonnosta. Karhu ilmenee kulttuurissamme monin tavoin esimerkiksi taiteessa, kirjallisuudessa, sisustustuotteissa tai koruissa. Monen suomalaisen kodista löytyy varmasti jotakin karhuaiheista. Karhut kiehtovat myös nykypäivän ihmistä ja monien luontokuvaamista harrastavien halutuin kuva on karhusta tai sen suloisesta pennusta. Karhu on esillä myös erilaisissa luonto- ja kulttuurimatkakohdeissa. Karhutarinoita ja -mytologiaa olisi kuitenkin mahdollista hyödyntää nykyistä enemmän matkailupalveluiden tuotteistamisessa ja tarinallistamisessa.

Toimeksiantaja ja yhteistyökumppanit voivat käyttää tämän opinnäytetyön tietoperustaa ja haastatteluiden tuloksia hyödyksi hankkeessaan. Opinnäytetyötä voi käyttää sellaisenaan tai halutessaan jatkokehittää ja tuotteistaa eteenpäin.

Lähteet

- Bieder, R. 2005. Bear. Lontoo: Reaktion Books.
- Branch, M., Honko, L. & Timonen, S. 1993. The Great Bear. Pieksämäki: kirjapaino Raamattutalo Press.
- Business Finland. 2021a. Luontomatkoilu. Luontoaktiviteetit osana luontomatkoilua. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkoilun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/luontomatkoilu>. 22.3.2021.
- Business Finland. 2021b. Kulttuurimatkoilu. Suomen vahvuus kulttuurimatkoilussa: Culture in nature. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkoilun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkoilu>. 22.3.2021.
- Business Finland. 2019. Kestävän matkoilun periaatteet. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkoilun-edistaminen/vastuullisuus/kestavan-matkoilun-periaatteet>. 29.3.2021.
- Eskola, J. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin osa 2. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Haapalainen, H. 2012. Karhun hautajaisista uusi matkoiluvaltti?. <https://yle.fi/uutiset/3-6398499>. 10.5.2021.
- Hirsjärvi, S., Remes P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Kalevala. 1866. Kolmas painos. Helsinki: SKS. Google-kirjat. https://books.google.fi/books?id=Aa0WAAAAYAAJ&printsec=frontcover&hl=fi&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false. 11.11.2021.
- Kallioniemi, K. & Mattila, M. 2020. Luontomatkoilun vetovoima on puhtaassa luonnossa ja hiljaisuudessa. <https://www.labopen.fi/lab-pro/luontomatkoilun-vetovoima-on-puhtaassa-luonnossa-ja-hiljaisuudessa/>. 6.5.2021.
- Kaski, L. 2015. Kalevala ja opas sen lukemiseen. E-kirja. Helsinki: SKS. BookBeat.
- Kesäläinen, T. 2018. Ennen muinoin karhu oli pelätty metsän kuningas – Tiedätkö, miksi sen nimeä ei saanut lausua ääneen?. Aarre 4/2018. <https://www.aarrelehti.fi/jutut/artikkeli-1.281531>. 12.11.2020
- Konu, H., Tyrväinen, L., Pesonen, J., Tuulentie, S., Pasanen, K. & Tuohino, A. 2017. Uutta liiketoimintaa kestävän luontomatkoilun ja virkistyskäytön ympärille. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79836/45_VIRKEIN_.pdf. 15.6.2021.
- Kuusi, M. 1963. Suomen kirjallisuus 1. Kirjoittamaton kirjallisuus. Helsinki: Otava.
- Lehikoinen, H. 2009. Ole siviä sikanen. Suomalaiset eläinuskomukset. Helsinki: Teos.
- Lyytikäinen, V., Luotonen, H., Uotila, I., Kotanen, J. & Hokkanen, T. 2004. Pohjois-Karjalan suurpedot: Erämaisen luonnon ja ihmisen rinnakkaiseloa itäisimmässä Suomessa. Joensuu: Pohjois-Karjalan ympäristökeskus.
- Maaseudun Sivistysliitto. 2021. Karhufestivaali Iloimantsissa 13.–15.8.2021 teemalla Karhu ja pentu. <https://msl.fi/karhufestivaali/>. 26.3.2021.
- Meriluoto-Jaakkola, M. 2010. Karhun vuosi. Tampere: Vapriikki.

- Metsähallitus. 2015. Suurpetomatkailu Suomessa ja maailmalla. <http://www.suurpedot.fi/suurpedot-ja-me/yhteiskunta/matkailu.html>. 6.5.2021.
- Metsähallitus. 2016. Kestävän matkailun periaatteet. <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Esitteet/kestavan-matkailun-periaatteet.pdf>. 29.3.2021.
- Pentikäinen, J. 2005. Karhun kannoilla – Metsänpitäjä ja mies. Helsinki: Etnika.
- Porkkala, M. 2015. Luontomatkailun tulevaisuus Suomessa. https://smy.fi/wp-content/uploads/2015/05/PM38_Miia-Porkkala_teksti.pdf. 1.6.2021.
- Pulkkinen, R. 2016. Suomalaisen kansanuskon sanakirja. E-kirja. Helsinki: Gaudemus. BookBeat.
- Pulliainen, E. 1984. Petoja ja ihmisiä. Helsinki: Tammi.
- Rui, T., Kupiainen, T., Turkia, M., Simonen, R. 2020. Kalevala – mytologiasta arvoa liiketoimintaan. <https://vasu.karelia.fi/2020/04/03/kalevala-mytologiasta-arvoa-liiketoimintaan/>. 27.1.2021
- Sarmela, M. 2006a. Karhu ihmisen ympäristössä. https://sarmela.net/_files/200000216-4cd2d4dd2b/karhukultti.pdf. 12.10.2020.
- Sarmela, M. 2006b. Myyttinen karhu Suomen historiassa kivikaudelta nykypäivään. <https://kalmistopiiri.fi/2020/03/07/myyttinen-karhu-suomen-historiassa-kivikaudelta-nykypaivaan/>. 30.11.2020
- Tukiainen, M. 2018. Pohjolan voimaeläimet. Keuruu: Otava.
- Tutkimuseettinen tiedekunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö (HTK). <https://tenk.fi/fi/tiedevilppi/hyva-tieteellinen-kaytanta-htk>. 10.3.2021
- Tutkimuseettinen tiedekunta. 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakkoarviointin_ohje_2020.pdf. 30.10.2021
- Visit Finland. 2021. Encounter with a bear – how to go bearwatching in Lakeland. <https://www.visitfinland.com/article/encounter-with-a-bear/#e949680d>. 26.3.2021

Saatekirje

Joensuu 5.10.2021

Hei,

Opiskelen Karelia-ammattikorkeakoulussa matkailu- ja palveluliiketoimintaa res-
tonomin tutkintoon johtavassa koulutuksessa. Opinnäytetyöni aiheena on Karhu
suomalais-karjalaisessa perinteessä ja matkailutuotteissa. Tutkimustehtävänäni
on selvittää tietolähteiden ja haastatteluiden pohjalta miten eri tavoin karhu il-
menee erilaisissa matkailutuotteissa Pohjois-Karjalan alueella.

Opinnäytetyö toteutetaan teemahaastatteluiden muodossa, johon kutsun teidät
osallistumaan. Olen erittäin kiinnostunut kuulemaan juuri teidän näkemyksis-
tänne ja kokemuksistanne aihepiireihin liittyen ja saamaan arvokasta tietoa
opinnäytetyöhöni.

Teemahaastattelu toteutetaan loka-marraskuun vaihteessa 2021 etäyhteyksin
verkossa (esimerkiksi Microsoft Teams -sovelluksessa), riippuen mikä olisi teille
sopivin vaihtoehto. Teemahaastattelun kesto on noin 15–20 minuuttia. Haastat-
telun teemoja ovat: karhumytologia, karhu osana matkailua, karhumytologian ja
tarinallisuuden hyödyntämisen mahdollisuudet ja miten karhua voisi tuoda
enemmän esille matkailutuotteissa.

Haastatteluun osallistuminen on vapaaehtoista ja luottamuksellista. Haastattelut
nauhoitetaan, mutta nauhoitukset tullaan poistamaan heti litterointien jälkeen.
Haastattelukysymykset ovat saatekirjeen liitteenä ja voitte tutustua niihin ennen
haastattelua. Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Kalevala – Mytologiasta ar-
voa liiketoimintaan -hanke. Opinnäytetyöni tullaan julkaisemaan osoitteessa
www.theseus.fi.

Toivottavasti kuulen teistä mahdollisimman pian!

Ystävällisin terveisin

Annika Mustanoja

Haastattelukysymykset

Millaisia teemoja yrityksenne/ yhdistyksenne toimintaan liittyy?

Tärkeimmät kohderyhmänne?

Millainen asiakas käyttää palvelujanne?

Karhun esiintyminen matkailutuotteissa

Näkyykö karhu yrityksessänne ja matkailutuotteissa, ja jos niin miten?

Näkyykö karhu markkinoinnissa?

Jos karhu ei suoraan näy toiminnassanne ja tuotteissa, miten se voisi näkyä tai voisiko sitä jotenkin hyödyntää?

Mitä karhu mielestänne symboloi? Millaisia mielikuvia se tuo?

Liittyykö tuotteisiinne tai palveluihin tarinallisuutta tai mytologiaa?

Kehittämistehtävät ja tulevaisuuden näkymät

Miten karhua voitaisiin hyödyntää matkailutuotteissa nykyistä enemmän?

Mitkä asiat tekevät mielestänne sen hyödyntämisestä matkailussa hankalaa?

Millaisena näette matkailun tulevaisuudessa? Miten se muuttuu?