



Opas moniaistillisiin elämyksiin Dark Tourism -matkakohteissa

Kiia Miettinen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2022

Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

Tiivistelmä

Tekijä(t)

Miettinen Kiia

Tutkinto

Restonomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi**Opas moniaistillisiin elämyksiin Dark Tourism -matkakohteissa**

Dark tourism eli synkkä matkailu on kasvava matkailuilmiö, jonka kehittivät John Lennon ja Malcom Foley jo vuonna 1996. Dark tourism -matkailumuodolla viitataan matkustamiseen sellaisiin kohteisiin, jotka voidaan yhdistää kuoleman kanssa. Dark tourism matkakohteet vaihtelevat viihdyttävistä kauhutaloista kuuluisiin hautapaikkoihin, kuolemanleireihin ja paikkoihin, joissa kärsimys ja kuolema ovat olleet läsnä. Dark tourism- matkailijat kohtaavat monia erilaisia tunteita kohteissa sekä tällöin motiivit dark tourism -kohteisiin matkailussa ovat monitasoisia. Motiivit vaihtelevat henkilökohtaisista syistä sosiaalisten tilanteiden muuttujiin, kuten uteliaisuuteen, sekä lapsuuden ajan unelmiin ja pelkoihin, kuten kuolemanpelkoon.

Tämän produktityyppisen opinnäytetyön tavoitteena on luoda kompakti ja käyttäjäystävällinen moniaistillisesti rikkaisiin dark tourism -kohteisiin keskittyvä digitaalinen matkaopas. Opas sisältää seitsemän Euroopan aistikkokemuksellisesti rikkasta matkakohdetta, joiden valinnassa hyödynnettiin luotuja asiakasprofileja. Matkaoppaan online-linkkiä tarjotaan julkaistavaksi matkailuaiheisille sivustoille sekä blogeihin. Produktin tulokset ovat hyödyllisiä omatoimimatkailijoiden lisäksi muille toimijoille, kuten matkapalveluiden tarjoajille.

Tämä opinnäytetyö koostuu sekä teoria- että produktiosuudesta, jonka tietoperustan viitekehysessä syvennytään dark tourismin lisäksi elämysmatkailuun, sekä erityisesti moniaistillisuuteen. Elämys voidaan määritellä positiivisena, henkilökohtaisena kokemuksena, tuottaen parhaimmillaan henkilökohtaisen muutoksen yksilössä. Moniaistisuus rakentuu viiden eri ihmisaistin kokonaisuudesta, jotka muodostavat aistirikkaan elämyksen.

Työssä tietoa johdetaan kirjallisuuskatsauksen eli desktop studyn sekä sisällönanalyysin avulla. Asiakasprofilien avulla havainnollistetaan potentiaalisen asiakkaan kiinnostusta ja motivaatiota vierailla moniaistillisesti rikkaissa dark tourism -kohteissa. Niiden avulla saadaan viitekehys sitä, kenelle kohteita etsitään.

Matkaopas esittelee Euroopan dark tourism -matkakohteita elämyksellisestä näkökulmasta luomalla uudenlaisen perspektiivin kohteille. Koska dark tourism kohteita ympäröi myös eettiset kysymykset vastuullisuudesta, aiheeseen liittyvät seikat otettiin huomioon produktin tavoitteita sekä opasta luodessa.

Sivu- ja liitesivumäärä

49 + 15

Asiasanat

Dark tourism, elämysmatkailu, moniaistillisuus, matkaopas

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Dark Tourism matkailumuotona.....	4
2.1	Historia	4
2.2	Kohteiden luokittelu.....	5
2.3	Matkailijoiden motiivit	7
2.4	Kysynnän nousu	8
3	Elämysmatkailu	11
3.1	Elämysmatkailun määritelmiä.....	11
3.2	Elämyskolmio.....	13
3.3	Elämyksen tasot.....	14
3.4	Elämyksen elementit.....	15
3.5	Moniaistisuus	16
4	Vastuullisuus	20
4.1	Vastuullisuuden tasot.....	20
4.2	Eettisyys Dark Tourism- matkailussa	21
4.3	Laatu ja turvallisuus	22
5	Segmentointi ja asiakasprofilointi lyhyesti.....	25
6	Produktin toteuttaminen	27
6.1	Taustatutkimuksesta lyhyesti	28
6.2	Asiakasprofiilien luominen.....	29
6.3	Kohteiden valikoituminen	32
6.4	Valmis opas	34
7	Johtopäätökset ja pohdinta.....	39
7.1	Tulokset ja palaute.....	40
7.2	Tulosten hyödynnettävyys.....	41
7.3	Kehitysehdotukset.....	42
7.4	Oma ammatillinen kehitys ja osaaminen	43
	Lähteet	45
	Liitteet.....	50
	Liite 1. Opas moniaistillisiin Dark Tourism elämyksiin.....	50

1 Johdanto

Monet tuntevat vetovoimaa synkempiin matkakohteisiin, jotka voidaan assosoida kuoleman tai traagisten tapahtumien kanssa - tämän kaltaista matkailua kutsutaan nimellä dark tourism eli synkkä matkailu. (Sharpley & Stone, 2009, 9) Dark tourism matkailumuoto on kerännyt akateemista kiinnostusta viime vuosien aikana, jonka ansiosta termi on noussut pinnalle myös mediassa. Teoreettisen pohjatiedon uupumisen vuoksi dark tourism matkakohteiden kategorisointi sekä luokittelu on aikaisemmin ollut hajanaista. Toisin sanoen, syitä ihmisten haluun matkustaa näihin matkakohteisiin on aikaisemmin tutkittu rajoitetusti. (Sharpley & Stone, 2009, 11)

Dark tourism edustaa niin sanottua niche-matkailua. Dark tourism matkakohteet vaihtelevat viihdyttävistä kauhutaloista kuuluisiin hautapaikkoihin, holokaustin kuolemanleireihin ja paikkoihin, jossa on tapahtunut suuren mittakaavan mukaisia katastrofeja. (Sharpley & Stone 2009, 7). Ottaen tämän huomioon, kokemuksia sekä elämyksiä on monia erilaisia, sekä kaksi ihmistä saattavat kokea täysin samat kokemukset aivan eri lailla.

Tässä opinnäytetyössä keskitytään dark tourism matkakohteiden elämyksellisyys -elementtiin sekä erityisesti moniaistillisesti rikkaisiin kohteisiin. Tavoitteena on tarkastella, kuinka moniaistillisuutta hyödynnetään dark tourism matkakohteissa. Ihmisen viisi aistia, haju, maku, kuulo, näkö sekä tunto, ovat mukana rakentamassa kokemuksesta elämystä. Nämä aistit yhdessä muodostavat "moniaistillisen elämyksen". (Broweus, Hultén & Dijk, 2009, 17)

Liittyen moniin dark tourism kohteisiin sekä nähtävyyksiin herää kysymys, kuinka eettisesti korrektia kohteiden kehittäminen, markkinoiminen sekä tarjoaminen on matkailijoiden kuluihin. Traagisten tapahtumien kaupallistaminen tarjoaa kiinnostavan eettisen kannan, jonka kanssa tulisi käyttää harkintaa. (Sharpley & Stone, 2009, 8). Opinnäytetyössä avataan vastuullisuuden roolia dark tourism matkailussa.

Työn produkti on luoda kompakti matkaopas, jossa esitellään aistirikkaita dark tourism matkakohteita Euroopassa. Päätin rajata maantieteellisesti alueen Eurooppaan, sillä Euroopan dark tourism kohteet ovat kehittyneitä sekä ovat asiakaskokemuksellisesti rikkaita. Euroopan rikas ja pitkä historia tarjoaa myös erinomaiset puitteet dark tourism matkakohteille. Mantereen pitkä historia, jota varjoaa useat veriset sodankäynnin aikakaudet, taudit sekä suurтуhot, tarjoavat mahdollisuuden tutustua groteskisuuden elementtiin. (World Travel Guide, 2021.) Vaikka kohteiden rajaaminen on lievästi laaja, Euroopassa sijaitsevat dark tourism kohteet ovat levittäytyneet maantieteellisesti laajalle alueelle, minkä vuoksi alueen liiallinen rajaaminen voisi poissulkea potentiaalisia dark tourism-kohteita.

Opinnäytetyön rakenne muodostuu seitsemästä pääluvusta, joista neljä muodostavat tietoperustan. Työn tietoperustassa määritellään tutkittavan aiheen eli dark tourismin, ja elämysmatkailun käsitteitä sekä niiden välisiä suhteita. Myös vastuullisuuden roolia tutkitaan ja tarkastellaan, sekä esitellään asiakassegmentointi- ja profiilit, jotta ilmiötä voidaan tutkia aineistopohjaisesti. Dark tourism kohteet luokitellaan sekä matkailijoiden motiivit esitellään visuaalisesti havainnollistamalla. Produktin toteuttaminen esitellään perinpohjaisesti, jossa tulevat esiin esimerkiksi produktin vaiheet.

Tämän jälkeen produktin menetelmät avataan, ja perustellaan, kuinka matkakohteita valitaan esimerkiksi valintakriteerien kautta. Työn lopussa esitellään johtopäätökset sekä tehdään oma pohdinta opinnäytetyön kirjoittamisesta sekä suoriutumisesta. Työssä tarkastellaan tulosten hyödynnettävyyttä ja käytännöllisyyttä, esitellään mahdollisia kehitysideoita sekä arvioidaan omaa ammatillista kehitystä ja osaamista.

Työvälineenä käytetään esimerkiksi verkkosivustoja sekä muita julkisia aineistoja, kuten lehtiartikkeleita. Google-hakukonetta hyödyntämällä etsitään materiaalia verkosta. Työn tuloksena syntyvä virtuaalinen matkaopas kokoaa Euroopan aistirikkaat dark tourism matkakohteet yksien kansien sisään. Matkaopas pakataan helppokäyttöiseksi muodoksi online-linkkinä, jota on helppo jakaa eri alustoille. Matkaopasta voidaan jakaa matkailualan verkkosivuilla tai blogeissa, jolloin se voi tavoittaa aiheesta kiinnostuneita henkilöitä helposti. Erilaiset alan yritykset sekä organisaatiot voivat esitellä opasta, jossa jo tutut matkakohteet esitellään elämyksellisestä näkökulmasta.

Matkaopas esittelee Euroopan matkakohteista uudenlaisen puolen, sekä tutustuttaa lukijansa niin tunnettuihin kuin uusiin matkakohteisiin ympäri manteretta. Tämä voi tavoittaa uusia kohderyhmiä ja lisätä kiinnostusta kohteisiin, mikä voi vaikuttaa kohteen kävijämääriin positiivisesti. Euroopan tutut nähtävyydet ja kohteet saattavat saada uudenlaiset kasvot oppaan myötä sekä herättää kiinnostuksen juuri historian kautta.

Valitsin opinnäytetyön aiheeksi dark tourismin sekä elämysmatkailun, sillä aihe on nousuvassa suosiossa: dark tourism on esimerkiksi saanut mediahuomiota ajankohtaisen Netflix-sarjan ”Dark Tourist” eli Makaaberit Matkakohteet, myötä. Sarjassa journalisti David Farrier vierailee makaabereissa matkakohteissa, jotka eivät edusta perinteistä matkailua. Farrier osallistuu esimerkiksi toisen maailmansodan uudelleenluontiin Englannissa sekä vierailee kummittelevassa metsässä Japanissa. (Netflix, 2018.)

Moniaistillisesti rikkaista dark tourism matkailunähtävyyksistä ei ole aiemmin tutkittua tietoa tai koostetta, eikä aiheesta olla rakennettu kompaktaa, käyttäjäystävällistä koostetta.

Dark tourism kohteita ympäröi myös eettiset kysymykset, jonka takia aihe on osittain kiistanalainen ja siitä keskustellaan paljon esimerkiksi median eri alustoilla.

Moniaistillisuuden merkitys, kuten myös muut elämyksen elementit, ovat elämyksen luomisen kannalta hyvin tärkeitä. Voidaan ajatella, että tämänkaltainen niche-matkailu toimii vastakohtana modernille massaturismille, sekä on täten suosiotaan nostattava matkailumuoto tulevaisuudessa. Niche-matkailu edustaa monimuotoisuutta sekä se tarjoaa merkityksellisempiä kokemuksia, jotka tiedostavat asiakkaiden tarpeita sekä täten vastaavat asiakkaiden odotuksia. (Tarlow 2005, 1).

2 Dark Tourism matkailumuotona

Jo vuosituhsien ajan, ihmiset ovat tunteneet vetovoimaa paikkoihin, jotka voidaan linkittää kuolemaan tai muihin katastrofaalisiin historian tapahtumiin. Termin dark tourism kehittivät John Lennon ja Malcom Foley vuonna 1996 (Foley & Lennon 2000, 3.) Dark tourism kohteita voidaan luokitella erilaisiin alalajeihin; kohteita voidaan luokitella myös niiden synkkyyden mukaan. Mitä kohteiden luonteeseen tulee, synkän turismin matkakohteet vaihtelevat viihdyttävistä kauhutaloista kuuluisiin hautapaikkoihin, kuolemanleireihin ja paikkoihin, jossa on tapahtunut suuren mittakaavan mukaisia katastrofeja. (Sharpley & Stone 2009, 7.)

Kiintoisaa on, kuinka useimmat dark tourism matkakohteet eivät ole tarkoituksenmukaisesti luotu tai kehitelty, vaan ne ovat syntyneet vahingossa. Ne ovat muodostuneet ja kehittyneet ajan myötä erilaisten syiden vuoksi synkän turismin kohteiksi esimerkiksi kuuluisien tapahtumien tai kenties kohteen esteettisyyden vuoksi. On todettu, että markkinoinnilla ja medialla on suuri rooli näiden synkkien matkakohteiden tunnettuuden sekä maineen kanssa nykypäivänä. (Sharpley & Stone 2009, 8.)

Osa matkakohteista on tarkoituksella rakennettu kunnioittamaan traagisen tapahtuman muistoa, esimerkiksi kuuluisa Titanic museo Missourin osavaltiossa Yhdysvalloissa, kun taas toiset toimivat oikeiden historiallisten tapahtumien tapahtumapaikkana – esimerkiksi Pariisin katakombit, jossa vierailee noin 550 000 ihmistä vuosittain. (Les Catacombes de Paris, 2018). Jossakin matkakohteissa matkailija voi osallistua traagisen tapahtuman rekonstruointiin niin, että tapahtuma luodaan uudelleen: Esimerkiksi Yhdysvaltojen entisen presidentin, John F. Kennedyn salamurhan tapahtumaketju on uudelleenluotu teon oikeassa tapahtumapaikassa Texasin osavaltiossa – kiertoajelu kulkee saman reitin, jonka Kennedy itse kulki kuolinpäivänään Dallasin kaupungissa. (ExperienceFirst, 2018.)

Tässä luvussa käsitellään Dark tourismia matkailumuotona alalukujen avulla: tarkastellaan aiheen historiaa Euroopaassa, esitellään dark tourism kohteiden luokittelua, selvitetään matkailijoiden motiiveja sekä tarkastellaan kysynnän nousua dark tourism matkailussa. Luvussa avataan myös aiheelle merkittäviä käsitteitä ja termejä.

2.1 Historia

Dark Tourism –matkailu ei ilmiönä ole uusi, sillä sitä on harrastettu jo vuosituhsien ajan, niin kauan kuin ihminen on ollut kykenevä matkustamaan, väitetään. (Sharpley & Stone, 2009, 7). Ilmiötä tutkineet Richard Sharpley ja Philip R. Stone kertovat The Dark Side of Travel- teoksessaan (2009, 7), kuinka ihmiset ovat kautta aikojen vierailleet paikoissa, joita voidaan assosoida kuoleman ja katastrofin kanssa.

Erään teorian mukaan ensimmäinen opastettu junamatka järjestettiin Cornwall-nimiseen kaupunkiin Englannissa 1830-luvulla, jossa verenhimoinen yleisö pääsi seuraamaan kahden murhaajan teloitusta. Jo tätäkin aikaisemmin vuonna 1815, ihmiset matkustivat Belgiaan seuraamaan kuuluisaa Waterloon Taistelua – onkin huhuttu, että siviilit olisivat päässeet seuraamaan taistelua itse taistelukentällä. (Craig & Thompson, 2012, 174.)

Jo muinaiset roomalaiset matkustivat Rooman Colosseumille seuraamaan raakoja gladi-aattoritaisteluita. Keskiajalla oli yleistä suuren väkijoukon seurata julkisia teloituksia, kidutuksia ja polttoja, joihin saatettiin matkustaa kaukaa. (Craig & Thompson 2012, 174.) Suuren suosion saavuttaneet ristiretket ja pyhiinvaellukset voidaan luokitella osaksi dark tourism –matkailua. Monet asiantuntijat väittävätkin, että juuri pyhiinvaellukset ja ristiretket nähdään yhtenä aikaisimpana matkailumuotona. (Foley & Lennon 2000, 3.)

1800-luvulla vierailut ruumishuoneille olivat suosittuja Pariisin kiertoajeluilla – tämän kaltaiset vierailut voidaan nähdä ”Body Worlds” -näyttelyn edelläkävijänä. (Sharpley & Stone 2009, 5). Body Worlds- näyttelyllä tarkoitetaan uniikkia näytteillepanoa, jossa tarjotaan kiehtovia oivalluksia sekä syvempää ymmärrystä ihmisen monimutkaisesta ruumiinrakenteesta. Näyttelyissä esitellään myös, kuinka ihmisen toiminnalliset systeemit sekä sisäelimet toimivat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. (BodyWorlds 2022.)

2.2 Kohteiden luokittelu

Dark Tourism- kohteita voidaan luokitella kategorioihin, joiden avulla voidaan ymmärtää ilmiötä kokonaisuudessaan, kysyntää ja tarjontaa, sekä matkailijoiden motiiveja. Aikaisemmat yritykset dark tourism- kohteiden kategorioinnissa olivat laajasti kuvailevia, sekä niistä puuttui teoreettinen pohja. (Sharpley & Stone 2009, 11.) Dannin mukaan dark tourism-kohteita voidaan luokitella seuraavalla tavalla (Sharpley & Stone 2009, 10):

Vaaralliset paikat

Vaaralliset kohteet niin menneisyydestä kuin nykyajastakin, joissa vierailu voi aiheuttaa hengenvaaran kävijälle. Kauhukaupungit sekä hylätyt asuinalueet, kuten Tšernobyl, voidaan luokitella vaarallisiksi paikoiksi. Etelä-Walesissa sijaitseva Aberfanin kaivoskylä toimii erinomaisena esimerkkinä vaarallisena paikkana: 21. lokakuuta vuonna 1966 Pantglasin ala-asteen oppilaat olivat juuri päättäneet päivittäiseksi rutiiniksi muodostuneen aamunavauksen, kun viereisestä hiilikaivoksesta kantautui epänormaali jyrähdys. Minuutteja myöhemmin massiivinen maanvyöry pyyhkäisi Aberfanin kylän yli, surmaten 144 ihmisenkeä, joista 116 oli lapsia. (BBC 2021.)

Kauhutalot

Kauhuntaloiksi voidaan luokitella rakennukset, joita yhdistetään kuoleman tai nimensä mukaisesti kauhun kanssa. Kauhutalot voivat olla todellisia tai teennäisesti rakennettuja. Kauhutyrmät sekä katalat hotellit voidaan luokitella kauhutaloiksi. Kauhutaloksi luokiteltu The Winchester Mystery House sijaitsee Kalifornian osavaltiossa Yhdysvalloissa sekä on toivottanut tervetulleeksi noin 12 miljoonaa vierailijaa Mysteeritalon ovien avaamisen jälkeen vuonna 1923. Talossa sanotaan kummittelevan sen entinen omistaja sekä rakennuttaja Sarah Winchester, kenen mielenkiintoinen, mutta kummallinen elämä talossa kiehtoo vierailijoita yhä tänä päivänä. (Winchester Mystery House 2022.)

Kuolemankentät

Alueet tai kentät, jotka voidaan assosoida kuolemaan tai pelkoon, ja jotka kunnioittavat uhrien muistoa. Kuolemankentillä on voinut tapahtua esimerkiksi massamurhia. Esimerkiksi Auschwitzin keskitysleirit ja holokausti luokitellaan kuolemankentiksi. Kuolemankentäksi kategorisoitu Pearl Harbor sijaitsee Honolulussa, Hawajin osavaltion Oahun saarella: kyseinen Pearl Harborin hyökkäys oli Japanin ilmavoimien täydellinen yllätysisku Yhdysvaltain Tyynenmeren laivastoa vastaan 7. joulukuuta 1941. Japanin ilmavoimien iskussa yli 2400 amerikkalaista saivat surmansa sekä noin 1000 ihmishenkeä loukkaantui. (History 2021.)

Kärsimyksen kiertoajelut

Kiertoajelut tai kierrokset, jotka voidaan yhdistää kuoleman, murhan tai sekasorron kanssa. Esimerkiksi Yhdysvaltojen entisen presidentin, John F. Kennedyn salamurhan tapahtumaketju on uudelleenluotu teon oikeassa tapahtumapaikassa Texasin osavaltiossa – kiertoajelu kulkee saman reitin, jonka Kennedy itse kulki kuolinpäivänään Dallasin kaupungissa. (ExperienceFirst 2018).

Museot ja monumentit

Museot, erilaiset kokoelmat ja monumentit, jotka voidaan assosoida kuoleman tai kärsimykset kanssa. Erilaiset makaaberit museot, kuten sotamuseot, voidaan luokitella tähän kategoriaan. Esimerkiksi The Torture Museum Amsterdamissa esittelee keskiaikaisia kidutusvälineitä- sekä menetelmiä, kuten kallonmurskaaja sekä kidutustuoli. (The Guardian 2018). Noin 400 neliömetrin alueelta löytyy yli 100 näyttelykokoelmaa. (Museum of Torture 2011).

On selvää, että tämänkaltainen luokittelu auttaa hahmottamaan sekä rajaamaan dark tourism kohteiden luonnetta, mutta kategorisointi ei kuitenkaan ole mustavalkoinen: monet

kohteet saattavat kuulua useaan eri kategoriaan. (Sharpley & Stone 2009, 10). Voidaan-kin pohtia, kuinka dark tourism kohteiden kategorisointi tulee muuttumaan ja kehittymään tulevaisuudessa, esimerkiksi digitalisoitumisen myötä?

2.3 Matkailijoiden motiivit

Jotta dark tourism- matkailua voitaisiin tutkia perin pohjin, on tärkeää tarkastella matkailijoiden käyttäytymistä sekä motiiveja. Näin aihetta voidaan ymmärtää paremmin ilmiönä. (Craig & Thompson 2012, 175.)

Vaikka matkailijoiden motiivit dark tourism- matkailussa ovat monitasoisia, voidaan yleisesti motivaatioiksi tunnistaa esimerkiksi uteliaisuus, kiitollisuudenvelka sekä opetus/koulutus. (Magar, Min & Yang 2021). Erilaisten tunteiden kohtaamiseen vaikuttaa esimerkiksi oma persoonallisuus, heidän menneisyytensä, yhteys kuolemaan tai tiettyyn tapahtumaan sekä palveluntarjoaja. Kiinnostavaa on, että myös ajan saatossa tapahtumien ymmärrys saattaa muokkautua sekä niihin saatetaan reagoida eri tavalla vuosikymmenten jälkeen. (Craig & Thompson 2012, 183.)

Tarlow esittelee neljä dark tourismiin kuuluvaa perustunnetta: tunne epävarmuudesta, tunne kiitollisuudesta, tunne nöyryydestä ja tunne paremmuudesta. Nämä neljä perustunnetta ovat vuorovaikutuksessa vierailijan psykologisen tunnetilan kanssa (Tarlow 2005, 55). Seatonin mukaan taas (Sharpley & Stone 2009, 15) dark tourism- matkailijoiden motiiveja voidaan luokitella seuraavasti:

1. Matkustaminen todistamaan kuolemaa tai tappamista. Historiassa tätä tapahtui esimerkiksi silloin, kun ihmiset kokoontuivat seuraamaan julkisia hirttämisiä ja teloituksia.
2. Matkustaminen paikkoihin, joissa kuolemaa, esimerkiksi massamurhaa, käsitellään myös tapahtuneen jälkeen. Tässä toimivat taistelukentät, kuoleman leirit ja kansanmurhien tapahtumapaikat hyvänä esimerkkinä.
3. Vierailu kuolemanmonumenteilla, muisto- tai hautapaikoilla.
4. Vierailu muistopaikkoihin, jossa itse traaginen tapahtuma ei fyysisesti tapahtunut. Esimerkkinä asemuseot tai paikat, jossa traagisia tapahtumia rekonstruoidaan.
5. Matkustaminen katsomaan kuolemaan liittyvään esitykseen tai imitaatioon, esimerkiksi kuuluisuuksien salamurhien uudelleenluominen. Näihin esityksiin osallistuminen interaktiivisesti kyseisissä paikoissa on myös suosittua.

Matkustaminen on kautta aikain osoittanut sosiaalista statusta: Dark tourism-kontekstissa puhuessa matkustaminen vaarallisiin paikkoihin sekä niistä selviäminen voi luoda tämänkaltaisen toivotun sosiaalisen statuksen. Sharpleyn mukaan El Salvadoria pidettiin vuosia sitten vaarallisena matkakohteena etenkin reppureissaajille ja siellä vierailleet reppureissaajat alkoivat käyttää t-paitoja painatuksella "I survived El Salvador", suomennettuna selvisin El Salvadorista. Motiivina toimii siis ensisijaisesti se, että matkailija on selvinnyt vaarallisesta paikasta itse, eikä välttämättä itse kuolemasta kiinnostuminen. (Sharpley & Stone 2009, 18.)

Dark tourism- ilmiötä on pyritty selittämään matkailijoiden motiivien kautta. Voidaan todeta, että synkän turismin kohteissa asiakas ei välttämättä nauti itse väkivallan ja kuoleman läsnäolosta, vaan traagisten tapahtumien uhrien sekä vihollisten tietoisuudesta. (Craig & Thompson 2012, 182.)

Toinen näkökulma dark tourism -matkakohteiden kiinnostukseen johtaa juurensa lapsuudestamme: Dickstein väittää, että ihmiselle on jo lapsuudessa opetettu peittelemään pelot sekä harhaluulot, ja että kuinka yhteiskuntamme suojelee jokaista yksilöä. Dickstein uskoo kuitenkin, että ihminen ei jollain tasolla usko tähän, minkä seurauksena niin sanottu teatraalinen pelko auttaa meitä selviämään yhteiskunnan synnyttämistä epävarmuuksista. (Craig & Thompson 2012, 182.)

Kolmannen näkökulman mukaan ihmisen täytyy olla yhteydessä asioihin, jotka voidaan assosoida väkivaltaan tai kuolemaan, jotta voimme kohdata omat pelkomme ja epävarmuutemme. Tämänkaltaiset kohtaamiset auttavat meitä kohtaamaan negatiivisia tunteita, jotta voimme vapautua todellisista peloista kontrolloidun elämyksen kautta. (Craig & Thompson 2012, 182.)

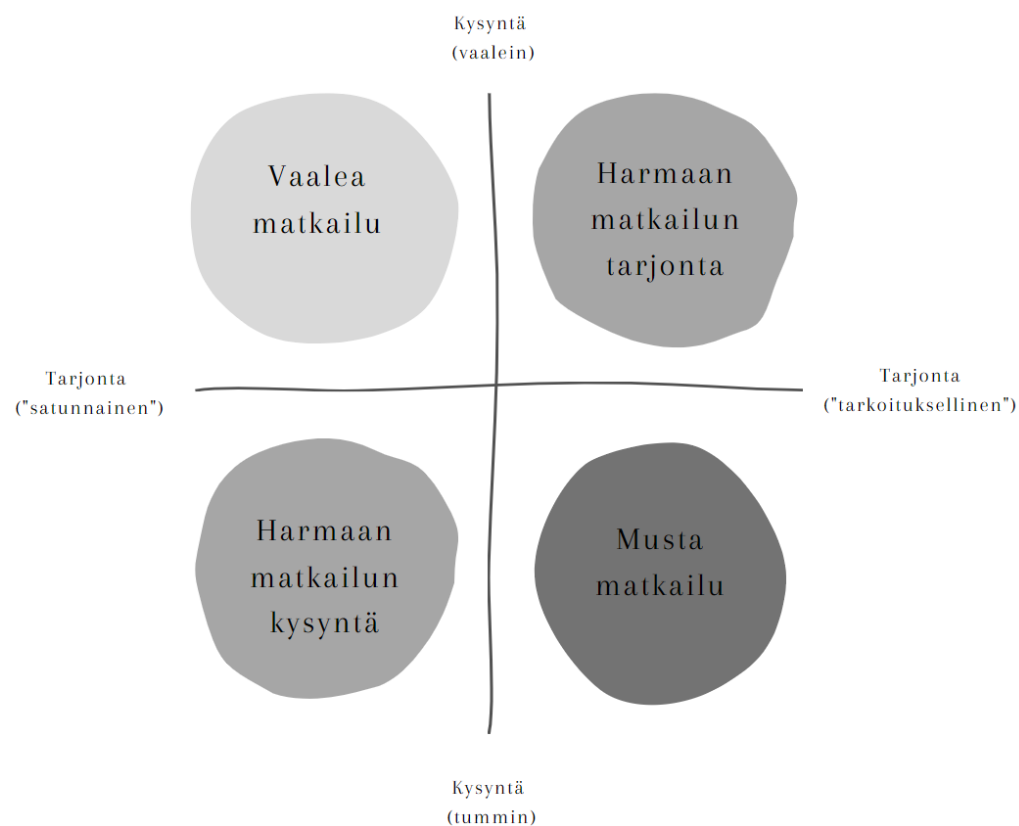
Huomioonotettavaa on, että dark tourism- matkailijoiden motiiveihin vaikuttavat niin kevyemmät kuin painavammat aspektit. Motiivit vaihtelevat henkilökohtaisista syistä sosiaalisten tilanteiden muuttujiin sekä lapsuuden ajan unelmiin ja pelkoihin. Jotta matkailijoiden motiiveja voidaan tutkia entistä syvemmin, on tärkeää ymmärtää dark tourism- ilmiötä kokonaisuudessaan.

2.4 Kysynnän nousu

Dark tourism- matkailussa voidaan tunnistaa eri asteisia synkkyuden sävyjä. Esimerkiksi sävyltään kevyemmät, "vaaleammat" kohteet ovat melko voimakkaasti kaupallistettuja, kun taas synkemmiksi luokiteltuja matkakohteita on kaupallistettu suhteellisen vähän. (Craig & Thompson 2012, 177.)

Dark tourism- kohteiden kysyntä voidaan esittää Sharpleyn matriisin avulla: matriisi kuvaa dark tourism- kohteiden kysyntää ja tarjontaa. Tässä matriisissa kohteet tai kokemukset on esitelty niin, että kiinnostus kuolemaan on hallitseva kulutustekijä sekä tarjonta on tarkoituksellisesti ohjattu tämän kiinnostuksen tyydyttämiseen. Tämän avulla on helpompi käsittää dark tourismin eri sävyt eli ”shades of grey”, jossa Stone (2006a) luokittelee kohteet taulukon avulla sen ”tummuusasteen” mukaan. (Sharpley 2009, 21.)

Sharpleyn malli ottaa huomioon tarkoituksellisesti matkailua varten rakennetut kohteet sekä vahingossa syntyneet synkät kohteet, joista myöhemmin tapahtuman jälkeen muodostui nähtävyyksiä. (Sharpley 2009, 19.)



Kuvio 1. Mukailen matriisia dark tourismin kysynnästä ja tarjonnasta (Sharpley & Stone 2009, 19)

Dark Tourismissa tunnistettavat neljä eri harmaan sävyä saadaan, kun tarjonnan ja kysynnän elementit (kuvio 1) laitetaan yhteen:

- Vaalea matkailu; matkailijalla on minimaalinen kiinnostus kuolemaan tai vierailuun paikkoihin, jotka ovat tahattomasti syntyneet dark tourism- nähtävyyksiksi.

- Harmaan matkailun kysyntä; matkailijalla on kiinnostus kuolemaan ja vierailuun paikoissa, jotka ovat tahattomasti syntyneet dark tourism- nähtävyyksiksi.
- Harmaan matkailun tarjonta; kohteet ovat tarkoituksellisesti luotu assosioitukseen kuoleman kanssa, mutta vetävät vierailijoita puoleensa pääasiallisesti muilla motiiveilla kuin kuolemalla.
- Musta matkailu; niin sanotusti dark tourismin ”puhdas” muoto, jossa matkailijaa kiinnostaa matkustaa paikkoihin, jotka on tarkoitettu dark tourism- kohteiksi.

Näiden sävyjen avulla on mahdollista paikantaa lajityypillisiä nähtävyyksiä tai kohteita: esimerkiksi vieraileminen kuuluisuuksien haudoilla, olettaen, että heidän elämäänsä kohden löytyy kiinnostusta, voidaan kategorisoida vaaleana matkailuna. (Sharpley 2009, 20.)

Matriisin avulla on helpompi käsittää dark tourismin eri sävyt sekä tiedostaa ne kokonaisuutena: on kuitenkin otettava huomioon eri sävyjen häilyvyyserot sekä ilmiön kehittymisen myötä syntyvät muutokset. Sharpleyn (2009) kehittämää matriisia voidaan siis soveltaa sekä kehittää tulevaisuudessa.

Monet dark tourism- kohteet sekä nähtävyydet tuntuvat olevan yhteydessä matkailijan niin sanottuun ”sosiaaliseen maailmaan”: toisin sanoen, dark tourism- elämyksiä voidaan kuluttaa, jotta matkailija voisi löytää ilmiömäistä merkitystä omalle sosiaaliselle olemassaololleen. (Sharpley & Stone 2009, 17.) Kuten aiemmin tekstissä mainittiin, dark tourism- matkailija kohtaa monenlaisia erilaisia tunteita vieraillessaan kohteissa, minkä takia on tärkeää pohtia dark tourism- kohteiden elämyksellisyyttä entistä syvemmin.

3 Elämysmatkailu

Tässä luvussa tarkastellaan elämysmatkailun määritelmiä ja esitellään elämyskolmio sekä sen elementit ja tasot. Luvussa keskitytään moniaistisuuden elementtiin sekä tarkastellaan sitä eri näkökulmista.

3.1 Elämysmatkailun määritelmiä

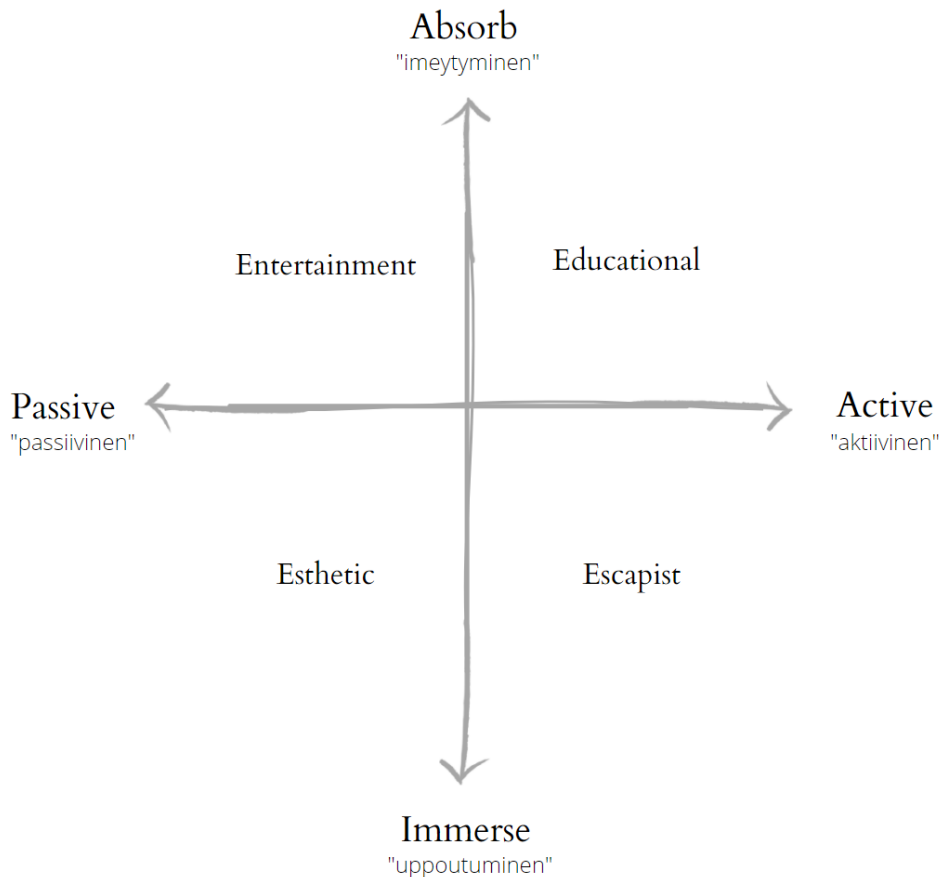
Elämyksellisyys sekä termi "elämys" on ollut osa matkailumarkkinointia jo vuosia. Elämyksellä tarkoitetaan merkittävää, positiivista ja ikimuistoista kokemusta, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen. Voidaan todeta, että elämys on viime kädessä subjektiivinen, henkilökohtainen kokemus, jonka vuoksi matkailuelämyksiä ei itseasiassa voi varmuudella taata. Vaikka itse kokija määrittää oman elämyskokemuksensa, vaikuttavat siihen myös vuorovaikutustilanne asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä, että asiakkaan omat taustatekijät - esimerkiksi arkielämän tottumukset sekä kulttuuritaustat. (Tarssanen & Kylänen 2009, 6-11.)

Matkailuelämystä on käsitelty monesta eri näkökulmasta sekä vuosien varrella määritelmän tyyliuunnat ja näkökulmat ovat muuttuneet sekä kehittyneet. Elämystermin juuret juontavat 1950-luvulle saakka, jolloin termiä aloitettiin tieteellisesti määrittämään. Gao, Ma ja Scott (2017, 4) määrittelevät elämyksen emotionaalisenä, henkisenä, psykologisenä ja opettavana lopputuloksena, joka syntyy dynaamisesta prosessista asiakkaan ollessa mukana tietyssä aktiviteetissä. Koetaan, että psykologinen teoriapohja on tärkeä aloituspiste matkaelämyksiä rakentaessa sekä niitä tutkiessa. (Gao, Ma & Scott 2017, 6.)

Elämyksen ollessa kokemuksen alakäsite, kaikki elämykset ovat kokemuksia, mutta kaikkia kokemuksia ei voida luokitella elämyksiksi. (Gilmore & Pine 2019, 10.) Joseph B. Pine ja James H. Gilmore (2019) mukaan elämyksen erottaa palvelusta esimerkiksi kokemuksen räätälöinti ja personointi, tarinallisuus sekä teemoittelu. Elämyksellä on Pinen ja Gilmoren mukaan ulottuvuuksia, joiden avulla käsitettä voidaan ymmärtää syvemmin.

Elämyksen ulottuvuudet

Pine & Gilmore (2019, xiv) esittelevät "Four Realms of Experience" mallin, jossa keskitytään erityisesti asiakkaan huomion kiinnittämiseen. Malli yhdistää kaksi elämyksen ulottuvuutta; *absorption* ja *immersion* (suomeksi "sulautuminen" ja "uppoaminen") sekä osallistumisen tasot: *passive* ja *active* (suomeksi "passiivinen" ja "aktiivinen"). Yhdessä nämä kaksi ulottuvuutta määrittelevät kokemuksen neljä arvoaluetta: *entertainment*, *educational*, *escapist* ja *esthetic*. (Gilmore & Pine 2019, xiv.)



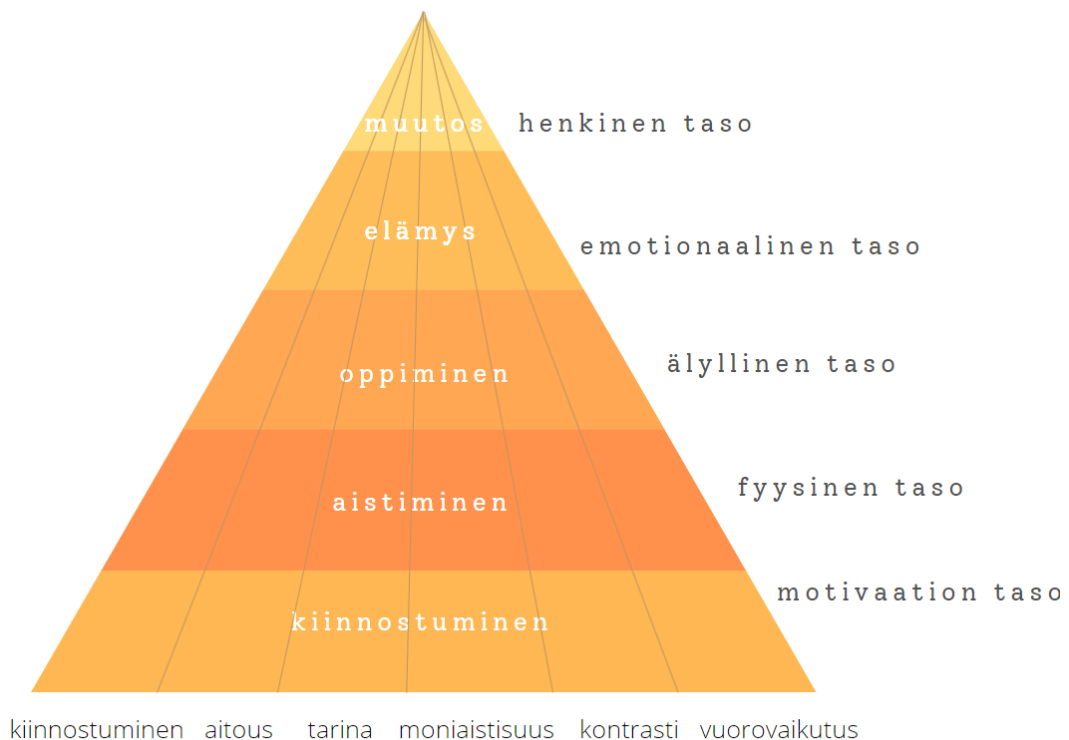
Kuvio 2. Mukailleen "Experience realms" mallia (Gilmore & Pine 2019, 39).

Pine & Gilmore (2019, xiv) mukaan kaikkein kokonaisvaltaisimmat elämykset syntyvät kuvion keskellä, ottaen vaikutteita jokaisesta neljästä osa-alueesta. Tätä kutsutaan "sweet spot" -nimiseksi alueeksi, joka sivuuttaa psykologi Mihaly Csikszentmihalyin konseptia niin sanotusta flow-tilasta, eli optimaalisesta elämyksestä. Optimaalisessa elämyksessä ajan-tunne katoaa sekä asiakas on täysin uppoutunut kokemukseen: samanaikaisesti aktiivinen tietoisuuden tunne omasta ympäristöstä on läsnä. (Gilmore & Pine 2019, xiv.)

Nopeasti kehittyvä matkailuala joutuu jatkuvasti kehittämään tuotteita sekä tarjottavia kokemuksia asiakkaiden odotusten mukaisesti. Yhä useammat matkailijat kaipaavat personalisoituja kokemuksia ja elämyksiä, sekä he haluavat erottua joukosta: niin sanottu mas-saturismi on menettämässä suosiotaan. Asiakas odottaa kokemuksen syntyvän elämykseksi ja toivoo saavuttavansa emotionaalisen tunnereaktion, johon vaikuttavan monet eri näkökulmat, tahot, elementit sekä tasot matkakokemuksen ympärillä. (Gilmore & Pine 2019, 3).

3.2 Elämyskolmio

Elämyskolmio on työkalu, jonka avulla elämystuotteen rakentaminen, tuotteistaminen ja kehittäminen helpottuu. Mallin avulla on mahdollista ymmärtää sekä analysoida matkailualan elämyksellisyyttä tarkastelemalla elämystä kahdella tasolla: 1. tuotteen elementtien tasolla ja 2. asiakkaan kokemuksen tasolla. Elämyskolmio edustaa niin sanottua täydellistä tuotetta, jossa kokonaisvaltainen elämyskokemus syntyy silloin, kun kaikki ulottuvuudet on otettu huomioon. Vaikka elämystä on mahdotonta takuuvarmasti kaikille luvata, voidaan tuotteeseen sisällyttää näitä elementtejä, jolloin elämyksen syntyä maksimoidaan. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11-12.)



Kuvio 3. Mukailleen Elämyskolmio-kuviota (Tarinakone, 2011)

Elämyskolmio sisältää kuusi elementtiä: **yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti** ja **vuorovaikutus**. Vaikka elämyskolmion jokainen elementti on tärkeä sekä huomioonotettava, tässä opinnäytetyössä keskitytään ensisijaisesti moniaistisuuteen sekä aistirikkauteen. (Tarssanen 2009, 12.)

Elämyskolmiota voidaan rinnastaa psykologi Abraham Maslow'n kehittämään tarvehierarkia -malliin, jossa kuvataan viisi Maslowin ehdottamaa ihmisen perustarvetta pyramidimallissa kuviossa (Masterclass 2020.):

1. Fysiologiset tarpeet (ruoka, juoma, uni lisääntyminen)
2. Turvallisuustarpeet (suojauduminen luonnonkatastrofeilta, sodalta, väkivallalta ja taloudelliselta turvattomuuselta)
3. Sosiaaliset tarpeet (rakkaus, ystävyys, perhe, yhteenkuuluvuus)
4. Arvostuksen tarpeet (itseluottamus, arvokkuuden kokemus)
5. Itsensä toteuttamisen tarpeet (oman tarkoituksen löytäminen ja täyttäminen)

Elämyskolmio sisältää huomattavia yhtäläisyyksiä Maslowin tarvehierarkian kanssa. Pyramidin pohjalla käsitellään yksinkertaisuudessaan perustarpeet, tarvehierarkiassa nälkä sekä uni, ja elämyskolmiossa puolestaan herätetään vasta asiakkaan kiinnostus. Molemmat pyramidit kuvaavat, kuinka tarpeet kasvavat mitä korkeammalle pyramidia nousee, saavuttaen ultimaattisen huipun pyramidin kärjessä. Elämyskolmiossa puhutaan henkisesti tasosta eli muutoksen tasosta, kun taas tarvehierarkiassa oman tarkoituksen löytäminen ja täyttäminen täyttyy.

Maslowin kehittämää tarvehierarkia mallia on kuitenkin kritisoitu sen pyramidimaisen muodon takia. Tarpeiden rakentuminen toistensa päälle perustuu väärinkäsitykseen, ja antaa näin ollen virheellisesti olettaa, että ylimmän tason tarpeita ei olisi mahdollista tyydyttää, jos alemman tason tarpeita ei ole täytetty ensin. (Evermind 2020). Voidaan siis pohtia myös elämyskolmion tarkkuutta ja varteenotettavuutta samankaltaisesti: kattaako elämyskolmio kaiken tarpeellisen sekä voidaanko sitä soveltaa jokaiseen elämykseen?

3.3 Elämyksen tasot

Palveluntarjoajan on rakennettava olosuhteet, jossa elämys voi syntyä - tämä on olennaista matkakokemuksessa. Elämyskolmion pystyakselilla esitellään kokemuksen tasot, jotka voidaan luokitella viiteen tasoon: motivoitumisen taso eli kiinnostuksen herääminen, fyysinen taso eli aistihavaitseminen, älyllinen taso eli oppiminen, emotionaalinen taso eli elämyksen kokeminen sekä henkinen taso eli muutos. Onnistuneessa elämystuotteessa kaikki edellä mainitut elämyksen elementit ovat mukana jokaisella kokemisen tasolla. (Tarssanen 2009, 15.)

Asiakkaan kiinnostus sekä asiakasodotukset tuotetta kohtaan herätetään **motivaation tasolla**. Tällä tasolla esimerkiksi yksilöllinen, moniaistinen ja vuorovaikutuksellinen markkinointi on tärkeää, jättämättä kontrastia ja tarinaa pois. (Tarssanen, 2009, 15.)

Fyysisellä tasolla asiakas tiedostaa missä olen, mitä tapahtuu ja mitä teen – fyysisten aistimusten avulla. Fyysisellä tasolla tuotteen niin sanottu tekninen laatu ja toimivuus mita-

taan, sekä miellyttävä, turvallinen kokemus taataan. Extreme-elämykset toimivat poikkeuksena, jossa kuoleman- tai loukkaantumisvaaran kokeminen ja siitä selviäminen ovat oleellisena osana kokemusta. (Tarssanen 2009, 15.)

Oppiminen, syvä ajattelu sekä mielipiteiden muodostaminen syntyy **älyllisellä tasolla**. Asiakas prosessoi ympäristön antamia aistiärsyksiä sekä toimii niiden mukaisesti. Tällä tasolla asiakas päättää, kuinka tyytyväinen hän on kokemaansa. (Tarssanen 2009, 16.)

Varsinainen elämys eli positiivinen tunnereaktio koetaan **emotionaalisella tasolla**. Tällä tasolla asiakas kokee jotain merkityksellistä, joka saattaa näkyä ilona, riemuna tai liikutuksena. (Tarssanen 2009, 16.)

Henkisellä tasolla asiakkaan kokema positiivinen tunnereaktio saattaa johtaa henkilökohtaiseen muutokseen. Pysyviä muutoksia saattaa näkyä esimerkiksi fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavassa. Asiakas kokee kehittyvänsä ihmisenä sekä omaksumansa uutta osaksi persoonaansa. (Tarssanen 2009, 16.)

3.4 Elämyksen elementit

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen ainutkertaisuutta niin, että samankaltaista kokemusta ei löydy muualta. Asiakaslähtöinen lähestymistapa, joustavuus sekä mahdollisuus räätälöidä kokemusta jokaisen asiakkaan tarpeisiin sekä mieltymyksiin näkyy yksilöllisyytenä. Suurimpana haasteena onkin tuottaa simppelellä personoitavia tuotteita, joiden peruskonseptia voidaan monistaa. (Tarssanen 2009, 12.)

Aitous eli autenttisuus tarkoittaa tuotteen uskottavuutta, olemassa olevaa ja todellista asiaa. Edward Burner (1994) esittää, että koska universaalia aitoa ja oikeaa ei voida määrittellä, aitouden määrittää asiakas itse. Tuote on siis aito, jos asiakas kokee sen uskottavana. (Tarssanen 2009, 12 & 13.)

Tarinallisuus kuvaa kokonaisuuden eri elementtien sitomista toisiinsa yhteisellä tarinalla. Tarina houkuttelee asiakkaan emotionaalisella tasolla osalliseksi kokemusta, jonka ansiosta vieras kokee tuotteen myös älyllisellä- ja tunnetasolla. Sanotaan, että hyvässä tarinassa on faktan ja fiktion elementtejä, esimerkiksi urbaaneja legendoja sekä vanhoja uskomuksia, joita on kerrottu sukupolvilta toisille. Tarinallisuus linkittyy läheisesti autenttisuuden elementtiin. (Tarssanen 2009, 13.)

Kontrasti kuvaa erilaisuutta juuri asiakkaan silmin. Asiakas haluaa kokea jotain arjesta poikkeavaa, uutta ja eksoottista - tämänlainen kokeminen mahdollistaa itsensä näkemisen

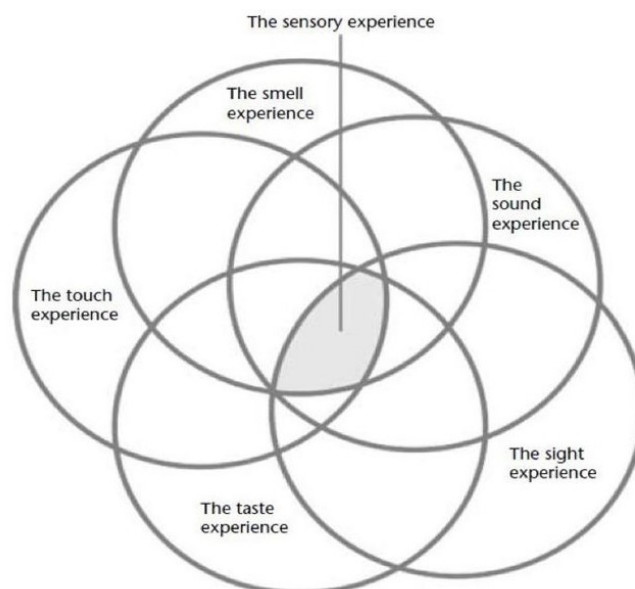
toisenlaisesta näkökulmasta vieraassa ympäristössä. (Tarssanen 2009, 14). Kontrastin tuottamisessa haasteena esiintyy se, kuinka asiakkaan kansallisuus ja kulttuuri tulee ottaa huomioon – eksoottinen yhdelle saattaa toiselle olla tavallista arkea.

Vuorovaikutus on onnistunutta kommunikaatiota asiakkaan, muiden matkalaisten ja tuotteen tuottajien välillä. Kaikkien kokema yhteisöllisyyden tunne, tunne olla osana yhteisöä, ryhmää tai perhettä, on ensisijaisen tärkeää. (Tarssanen 2009, 14.)

Opinnäytetyöni kannalta tärkeimmäksi elementiksi muodostuu *moniaistisuus*. Tätä elämyksen elementtiä käsitellään tarkemmin ja syvemmin seuraavassa alaluvussa esitellen moniaistisuuden käsitteitä sekä merkitystä elämysmatkailussa. Myös aistien merkitystä käsitellään tarkemmin.

3.5 Moniaistisuus

Moniaistisuudella tarkoitetaan aistiärsykkeiden huolellista rakentamista vahvistaakseen kokemuksen teemaa. Aistiärsykkeillä luodaan mukaansatempaavuutta sekä tarinan eri elementtejä esitellään niiden avulla. Hultén, Broweus ja Van Dijk (2009, 17) määrittelevät moniaistisuuden olevan kokonaisuus kaikista viidestä ihmisen aistista kokemuksessa, jotka muodostavat "aistirikkaan elämyksen" (Katso kuvio 4).



Kuvio 4. Mukailen "The Sensory Experience" – mallia. (Broweus, Hultén & Van Dijk 2009, 18.)

Ympäristöä olisi miltei mahdotonta havaita ja kokea ilman aistejamme. Ihminen tunnistaa sekä vastaanottaa tärkeää tietoa ulkomaailmasta viiden aistimme avulla (näkö, kuulo,

tunto, maku ja haju), mutta yleisesti hyväksyttyä on se, että perusaistiemme lisäksi ihmisellä on tasapaino-, lämpötila-, sekä kipu-aistit. (Broweus, Hultén & Van Dijk 2009, 18.)

Joseph B. Pine ja James H. Gilmore (2019, 77) vertaavat moniaistista elämystä ihmislapsen ensimmäisiin elinvuosiin: taapero-ikäisen lapsen halu syödä lusikallinen ruokaa suoraan purkista on kadonnut, kunnes vanhemmat oivaltavat teatraalisia käsiliikkeitä käyttäen esittää lusikkaa lentokoneena, joka pitää pärisevää moottorin ääntä. Täten elämyksen tuottaja eliminoi niin sanotut negatiiviset aspektit ja keskittyy korostamaan positiivisia аспекteja, esimerkiksi visuaalisesti, aurallisesti, käsinkosketeltavasti, maullisesti tai aromaattisesti korostaen elämyksen teemaa. (Gilmore & Pine 2019, 78.)

On kuitenkin tärkeää, että aistiärsykkeiden luomisessa ollaan huolellisia. Liiallinen aistiärsykkeiden määrä saattaa aiheuttaa sekalaisen, hämmentyneen olotilan asiakkaassa, jolloin kokemuksesta saattaa muodostua sekalainen kokonaisuus. Haasteena onkin se, kuinka luoda tasapainoinen aistielämys, joka tukee matkakokemuksen autenttisuutta luonnollisella tavalla. (Tarssanen 2009, 14.) Toinen haaste, jota moniaistisuuden kanssa kohdataan, liittyy aistiärsykkeiden luonteeseen: vahvistavatko aistiärsykkeet kokemuksen tarinaa ja aitoutta? Ristiriitainen vuorovaikutus elämyskolmion eri elementtien välillä voi vaikuttaa negatiivisesti siihen, kuinka merkityksellisenä asiakas kokee matkakokemuksen kokonaisuutena.

Laurikaisen, Rätyn, Saarelan & Sivosen (2015, 14) mukaan moniaistisuus tarkoittaa, että tilassa on nähtävää (kuvia, videokuvaa, esineitä), kuultavaa (musiikkia, ääniä), tunnusteltavaa (erilaisia materiaaleja, pienesineitä), haisteltavaa (mausteet, yrtit, ruoka) ja maisteltavaa (ruoka, juoma) (Laurikainen, Rätty, Saarela & Sivonen 2015, 14).

Joseph B. Pine ja James H. Gilmore (2019, 78) esittelevät esimerkin, jossa elämyksen teemaa tehostetaan ja edistetään hyödyntämällä ja vetoamalla kaikkiin viiteen ihmisaistiin: Astuessasi Rainforest Cafen ovista sisään kohtaat ensimmäisenä sademetsätemaisen äänimaailman. Seuraavaksi voit nähdä sekä tuntea kostean ja pehmeän usvan ihollasi. Lopulta trooppisen raikas haju- ja makumaailma löytävät tiensä luoksesi. Väitetään, että kyseisen moniaistillisen kokemuksen on miltei mahdotonta olla tekemättä vaikutusta asiakkaaseen. (Gilmore & Pine 2019, 78.)

Aistien merkitys

Näköaistia voidaan hyödyntää tuhansilla eri tavoilla. Kuvien tai videon heijastaminen seinille, esineiden tai asioiden näyttely tai jopa interaktiivinen, teatraalinen esitys vetoavat näköaistiin. Moderneihin elämyksiin liitetään usein uusimpaa teknologiaa hyödynnettävä VR/AR-teknologia, jonka avulla asiakkaalle luodaan immerstiivinen, visuaalinen elämys

muuttuvassa ympäristössä. (Digi2Market s.a). Matkailualalla kyseistä teknologiaa on hyödynnetty vain vähän aikaa, mutta alan ammattilaisten erilaiset tuotekehitysprojektit ovat erittäin kiinnostuneita hyödyntämään lisättyä todellisuutta. VR/AR-teknologia on kuitenkin herättänyt keskustelua siitä, kuinka se vaikuttaa kokemuksen autenttisuuteen ja aitouteen luomalla digitaalisen todellisuuden.

Ihminen on tottunut arkielämän äänimaailmaan taustäänien kautta; arkiaskareiden äänet, esimerkiksi mobiililaitteiden, esimerkiksi matkapuhelimen soittoääneen, astianpesukoneen hurinaan ja lintujen lauluun. Matkakokemusta luodessa äänimaailmassa voidaan hyödyntää esimerkiksi nauhoitettuja ihmisten muistoja, tarinoita tai esimerkiksi uutisia – erityisesti dark tourism matkakohteissa kyseiset äänielementit ovat tunteita herättäviä. (Laurikainen ym. 2015, 21.)

Tuntoaistiin vedotessa on tärkeää muistaa tarkoituksenmukaisuus: relevantit ja validit esineet ja elementit tulee ottaa huomioon. Mahdollisuus koskea erilaisia esineitä ja tunnustella erilaisia pintoja tai aineita on tärkeää, sillä kosketus herättää monessa yksilössä tunteita ja muistoja. Mielenkiintoiset esineet toimivat erinomaisesti myös keskustelun virittäjänä. Kiintoisaa on, että esineisiin liittyy myös liikemuistia: erilaiset työhön tai harrastukseen liittyvät välineet, esimerkiksi kirjoituskone. (Laurikainen ym. 2015, 19.)

Kuuluisassa Titanic-museossa Missourin osavaltiossa Yhdysvalloissa vierailijat oppivat traagisesta tapahtumasta ainutlaatuisella tavalla: museosta löytyy uima-allas, jossa veden lämpötilaa on säädelty yhtä kylmäksi, kun meriveden lämpötila oli Titanicin upotessaan Atlantin valtameren. Sen sijaan, että vierailijat lukisivat tiedon opastaulusta, pääsevät he mukaan tarinaan kosketuksen avulla. Samaisessa kohteessa vierailijat pääsevät myös kokemaan tärisevän sekä heiluvan laivan kannen, jossa Titanicin matkustajat viettivät viimeisiä minuuttejaan. (Titanic s.a.)

Tuoksut sekä maut tuottavat usein voimakkaita tunnereaktioita: ne herättävät muistoja ja tunteita, niin negatiivisia kuin positiivisia. (Laurikainen ym. 2015, 20). Tällä elementillä voidaan vedota monenlaisiin tunteisiin sekä asettaa sen avulla tunnelmaa matkakokemukseen. Monissa dark tourism nähtävyyksissä aistiärsykeitä luodaan vetoamalla hajuaistiin esimerkiksi käyttämällä tuoksuja, joita voidaan assosoida traagisiin tapahtumiin: ruudin, savun tai tiettyyn historialliseen aikakauteen liitettyä tuoksua.

Kokemukset muuttavat vierailijat ”kohtaamisen osallistujiksi”, olivatpa pitkän aikavälin vaikutukset haitallisia tai terapeuttisia. Muutokset muodostavat kokijan ”uuden minän” kaikine eettisin, filosofisin ja uskonnollisin vaikutuksineen. (Gilmore & Pine 2019, 239).

Vaikka elämyksen kokemiseen voidaan vaikuttaa monin eri tavoin, joita mainittiin aiemmin

tässä luvussa, itse vierailija määrittää oman elämyskokemuksensa loppujen lopuksi. Tästä syystä elämyksien tuottaminen on haasteista ja epävarmuudesta huolimatta opettavaista sekä antoisaa.

4 Vastuullisuus

Tässä luvussa tarkastellaan vastuullisuuden roolia dark tourism -matkailussa sekä avataan vastuullisuuden määritelmiä. Luvussa esitellään vastuullisuuden tasoja, eettisyyden merkitystä dark tourism -matkailussa sekä käsitellään laadun ja turvallisuuden roolia vastuullisessa dark tourism -matkailussa.

4.1 Vastuullisuuden tasot

Vastuullisella matkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa huomioidaan nykyiset ja tulevat *taloudelliset, sosio-kulttuuriset sekä ympäristölliset vaikutukset* niin, että matkailijoiden, matkailuyritysten, kohteiden sekä paikallisväestön tarpeet on otettu huomioon nyt ja tulevaisuudessa. Ekologisen, sosio-kulttuurisen sekä vastuun tulee näkyä yrityksen teoissa sekä sanoissa, jonka vuoksi kestävä kehityksen periaatteiden noudattamista suositellaan matkailuyrityksille sen kaikissa ulottuvuuksissa. (Business Finland 2022.)

Vastuullinen yritystoiminta matkailualalla on kestävää sekä kannattavaa liiketoimintaa, jossa yrityksen suorat ja epäsuorat vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan huomioidaan. (Business Finland 2022). Kestävän ja vastuullisen matkailun linjauksia tulisi noudattaa yrityksen kaikilla tasoilla, esimerkiksi matkailutuotteen- tai palvelun jokaisessa vaiheessa: ennen palvelun toteuttamista, itse palvelun aikana sekä sen jälkeen.

“Matkailijoille tärkeimpiä kestävyden osoituksia matkailupalveluissa ovat mm. vesi- ja energiatehokkuus, jätehuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallinen työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen ja paikallisen väestön huomioiminen.” (Business Finland 2022). Kestävien valintojen näkyminen asiakkaan näkökulmasta on edellytys kilpailukykyiseen sekä pitkävaikutteiseen yritystoimintaan. (Business Finland 2022).

Kaikkien vastuullisuuden ulottuvuuksien tärkeydestä huolimatta dark tourism- kohteissa sosio-kulttuuriset vaikutukset ovat kiistattomasti tärkeässä roolissa. Esimerkiksi paikallisten työvoimasta hyötyminen osoittaa autenttisuutta sekä kuvaa tarinallisuutta.

On kuitenkin tärkeää, että matkailussa ei esimerkiksi hyväksikäytetä paikallisväestöä tai vahingoiteta kohdealueen paikalliskulttuuria. Vaarana saattaa olla niin sanottu kulttuurin kaupallistaminen, jossa paikalliskulttuuria vääristetään vastaamaan matkailijoiden tarpeita: tämä saattaa olla riskinä juuri dark tourism- kohteissa. (Reilun Matkailun Yhdistys 2019).

Sosio-kulttuurisia aspekteja määriteltäessä tulee pohtia esimerkiksi henkilöstön hyvinvointia sekä kausivaihtelua, paikallistuotteiden- sekä palveluiden hyödyntämistä ja suosittelua, sekä paikalliskulttuuriin suhtautumista: Minkälaisia tapoja sekä perinteitä paikalliskulttuuri

omistaa? Kuinka paikalliskulttuurin kunnioitus ja ymmärrys näkyy yritystoiminnassa? Koska tässä opinnäytetyössä keskitytään elämyksellisiin, erityisesti moniaistillisesti rikkaihin dark tourism- kohteisiin, ovat sosio-kulttuuriset aspektit osaksi aiheen keskiössä.

4.2 Eettisyys Dark Tourism- matkailussa

Itä-Euroopan sekä Aasian traumaattisten tapahtumien esilletuonti on ajanut alan ammattilaisten halua ymmärtää dark tourism- matkailumuodon sisältöä tarkemmin. On selvää, että toimialan tulee vastata eettisiin ongelmiin, joita syntyy kohteiden hallinnosta sekä markkinoinnista. Osallistuminen keskusteluun siitä, kuinka dark tourism kohteet toimivat samanaikaisesti taloudellisesti elinkelpoisina, eivätkä hyväksikäytä kohteen traumaattista luonnetta, on tärkeää. (Hooper & J. Lennon 2016, 3.)

Sharpley & Stone tunnistivat, että ymmärrys eettisistä ongelmista dark tourism- kohteissa on kasvava ilmiö. Sharpleyn ja Stonen kuvaama näkymä ihmisistä jonottamassa kärsivällisesti Anne Frankin taloon tai Juutalaimuseoon Berliinissä kuvaa soveliaisuutta, on kuitenkin tärkeää ymmärtää, että jokainen vierailija ei saavu kohteeseen yhtä hyvin aikomuksin. Harkitsevasta markkinoinnista sekä vahvasta oppimistarkoituksellisesta elementistä huolimatta on selvää, että osa kävijöistä osallistuvat dark tourism- elämykseen henkilökohtaisista, jopa perversseistä syistä. Täten on miltei mahdotonta taata täydellinen, kunnioittava kävijäkokemus. (Hooper & J. Lennon 2016, 5.)

Kohteet ja nähtävyydet ovat kehittyneet suuntaan, jossa huomioon otetaan niitä kävijöitä, jotka kaipaavat jännityselementtiä: tarkoituksenmukaisesti rakennettuja kohteita, jotka kuvaavat dark tourismia ympäröiviä teemoja. Esimerkiksi matkanjärjestäjät Tšernobylin ydinvoimalassa ovat tuotekehittäneet erilaisia elämyksiä päivän kestävästä yksityisretkistä viikon pituisiin matkoihin, joita markkinoidaan ja kuvaillaan provosoivilla nimillä, kuten "kommunistisena propagandana" sekä "armeijan tukikohtana". Tämä herättää kysymyksiä siitä, kuinka vastuullisesti nämä matkanjärjestäjät toimivat sekä kuinka täsmällistä esimerkiksi historian faktat ovat. Osallistuvatko vierailijat retkille halusta ymmärtää ydinvoiman vaaroista sekä mahdollisuuksista, sekä kunnioituksesta tragediasta kärsiville? Mikä tärkeintä, ovatko vierailijat tai järjestäjät itse vastuussa korkeiden standardien ylläpitämisestä? Tämä on yksi pääarvoituksista, jota dark tourism on nostanut esille. (Hooper & J. Lennon 2016, 5.)

Yhteiskunta pitää sisällään monenlaisia normeja, kuten yhteisön tuki, tasa-arvo, sananvapaus sekä yksilön oikeudet. Monissa dark tourism- kohteissa kuvataan tapahtumia, joissa näitä normeja on väärinkäytetty, rikottu sekä häpäisty. Tämän seurauksena monia ihmisenkiä on riistetty väkivaltaisella tavalla. (Craig & Thompson 2012, 183.)

Liittyen moniin dark tourism kohteisiin sekä nähtävyyksiin herää kysymys, kuinka eettisesti korrektia kohteiden kehittäminen, markkinoiminen sekä tarjoaminen on matkailijoiden kullutukseen. Traagisten tapahtumien kaupallistaminen tarjoaa kiinnostavan eettisen kannan, jonka kanssa tulisi käyttää harkintaa. (Sharpley & Stone, 2009, 8).

Tulevaisuudessa kyseenalaisia tilanteita tai ongelmia syntyy, kun dark tourism- elämyksiä tarjotaan paikoissa, johon itse synkällä tapahtumalla ei ole suoraa yhteyttä. Sen sijaan historian traagista tapahtumaa käytetään hyväksi tavoitellen poliittisia, sosiaalisia tai taloudellisia hyötyjä. (Foley & Lennon 2000, 10.) Esimerkiksi Yhdysvaltojen Holokausti Museo, joka sijaitsee valtion pääkaupungissa Washington DC:ssä, toivottaa tervetulleeksi noin 2,5 miljoonaa kävijää vuosittain. Museolla ei kuitenkaan ole minkäänlaista maantieteellistä linkkiä juutalaisten holokaustiin Euroopassa. (Foley & Lennon 2000, 10.)

4.3 Laatu ja turvallisuus

Matkakohteiden sekä palveluiden yhtenä tärkeimpänä pohjarakenteena on laatu ja turvallisuus. On selvää, että nämä kulkevat käsi kädessä sekä täten niitä voidaan käsitellä samassa kappaleessa.

Dark tourism- kohteet vaihtelevat kummitustaloista taistelukenttiin sekä luonnonkatastrofeista kärsineisiin kohteisiin. Vaikka laatua ja turvallisuutta hallinnoidaan 2020-luvulla enemmän kuin koskaan aiemmin, on selvää, että turvallisuutta kaikissa dark tourism- kohteissa ei voida taata.

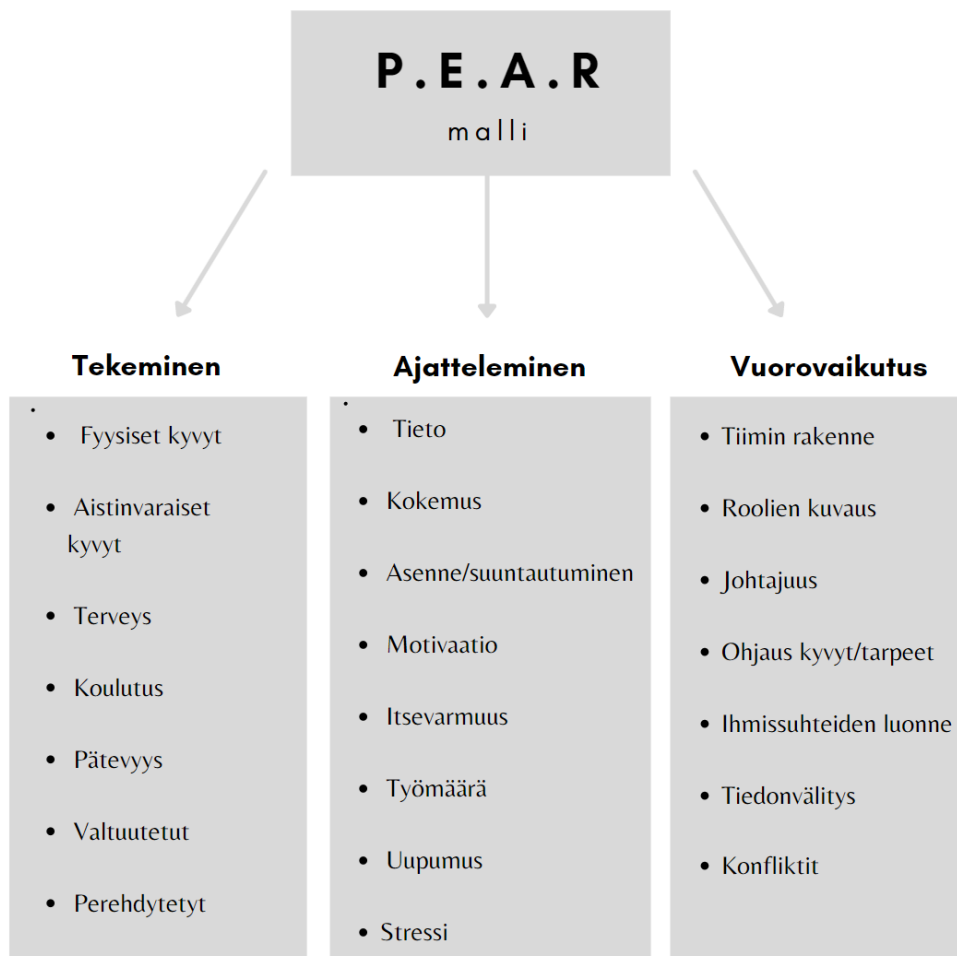
Janeen Christoff kirjoittaa artikkelissaan "Is Dark Tourism Safe?" niin sanotusta ydinvoimamatkailusta, jossa vierailijat matkustavat aiemmin radioaktiivisiin kohteisiin. Kohteiden aavemainen, hylätty kaupunkimaisema, esimerkiksi Fukushima tai Tšernobyl, kiehtoo uhkarohkeita seikkailijoita. Tämän uskotaankin olevan kasvava ilmiö matkailualalla. (Christoff 2016.) Dark tourism saatetaan joskus sekoittaa yhteen yhteen matkailun alakategoriaan, extreme matkailuun. Toisella nimellä tunnettu "shock tourism" tarkoittaa matkustamista paikkoihin, jossa kävijät vierailevat maailman vaarallisissa paikoissa suorittaen riskialttiita stunteja. Extreme matkailussa päämotiivina toimii adrenaliinihiipikin haku. (The Travel 2019.)

Ukrainan kaupunki Pripjat, toimii kiehtovana esimerkkinä post-apokalyptisestä kaupungista. Tšernobylin räjäyttäessään radioaktiivisia partikkeleja ilmaan, kaupunki saatiin evakuoitua päivää myöhemmin. Asukkaita ohjattiin ottamaan vain välttämättömät tavarat mukaan luvaten, että muu omaisuus voitaisiin tulla myöhemmin hakemaan. Liian suuren radioaktiivisen aineksen määrän takia omaisuuksia ei koskaan saatu hakea tarkoittaen, että

asukkaiden tavarat ovat edelleen tänäkin päivänä siellä, mihin ne jätettiin vuosia sitten. Vierailijoilla on nyt mahdollisuus tutustua katastrofialueeseen sekä nähdä hylätyt kodit ja asunnot omin silmin. Tutustumiskäynnin jälkeen osallistujat skannataan radioaktiivisuus tason varalta: jos lukemat ovat epänormaalit, täytyy vierailijan osallistua niin sanottuun ”kemialliseen kylpyyn”. (Christoff 2016.)

Matkailuyritykset, jotka järjestävät retkiä kyseisille alueille, tarjoavat suojarahusteita osallistujille, sekä seuraavat säteilytasoja vierailun ajan: on kuitenkin selvää, että vierailijan täytyy itse tiedostaa vierailuun liittyvät riskit. Tulisikin pohtia, milloin katastrofialue on turvallista avata vierailijoille, jotta voitaisiin taata kohteen olevan opettavainen, vierailijaystävällinen sekä eettisesti sopiva. (Christoff 2016.)

Turvallisuutta määritellessä on tärkeää nostaa esiin niin sanottu PEAR- malli: **P**eople, **E**nvironment, **A**ctions ja **R**esources. (Katso kuvio 5.) PEAR- mallin avulla voidaan kiinnittää huomiota esimerkiksi seuraaviin aspekteihin:



Kuvio 5. PEAR-mallin havainnollistaminen (SKYbrary 2022).

Tämän mallin avulla voidaan tunnistaa sekä lievittää niin sanottuja “human factors”, eli ihmillisiä tekijöitä riskitilanteita varten. Vaikka PEAR- mallia käytetään usein ilmailualalla, voidaan sitä toteuttaa myös muilla matkailualan osa-alueilla. (SKYbrary 2022.)

5 Segmentointi ja asiakasprofilointi lyhyesti

Segmentoinnin avulla voidaan tunnistaa potentiaalisia asiakasryhmiä heidän tarpeidensa ja käyttäytymisensä perusteella; tämän avulla voidaan luoda asiakasprofilleja. Nämä auttavat ymmärtämään, kenelle palveluita kannattaa kohdentaa, tarjota ja kehittää. Henkilökohtaisilla tekijöillä, kuten elämäntyyllillä, ammatilla, tulotasolla ja persoonallisuudella, on keskeinen rooli matkakohteen valinnassa. Myös demograafiset tekijät, kuten ikä, sukupuoli ja sosiaalinen status vaikuttavat asiakkaan päätöksentekoon sekä kuluttajakäyttäytymiseen. (Heitmann 2011, 33.)

Jotta asiakkaiden palvelutarpeisiin voidaan vastata paremmin, kullekin segmentille kohdistetaan ominais- ja erityispiirteet. Segmentoinnilla tarkoitetaan kokonaismarkkinoinnin pilkkomista asiakkaiden tarpeiden ja kulutuskäyttäytymisen perusteella toisistaan erottuviin osiin, eli segmentteihin. Näin ollen, samaan segmenttiin kuuluvilla asiakkailla on suhteellisen samanlaiset palvelutarpeet. Segmentointi mahdollistaa siis yksilöllisen kohdentamisen ja priorisoinnin asiakkaille. (Aarnikoivu 2005, 41-42.)

Erilaisia segmentointistrategioita voidaan tunnistaa ainakin kolme: keskittyminen, differointi ja differoimaton strategia. Kun markkinoinnissa keskitytään yhteen tai korkeintaan muutamaan segmenttiin, jotka käyttävät yrityksen palveluita eniten, puhutaan keskittymisestä. Differoinnissa puolestaan keskitytään useampaan segmenttiin ja erilaistetaan palvelu/tuote kutakin segmenttiä varten. Näillä strategioilla asiakkaiden segmentointi helpottaa yrityksen pyrkimyksiä hallita asiakkaitaan. (Aarnikoivu 2005, 41-42.)

Dark Tourism- matkailijoita voidaan segmentoida heidän kiinnostuksen kohteidensa mukaan sekä tarkastelemalla heidän henkilökohtaisia kokemuksiaan. Tämä mahdollistaa dark tourism- kohteiden syvemmän ymmärryksen sekä sen, että kohteita voidaan kehittää matkailijoiden vaihtelevien tarpeiden sekä kokemusten valossa. Monet tutkimukset antavat vahvaa näyttöä turistien motivaatioista heidän kokemustensa, kokemiensa hyötyjen ja käynnin jälkeisten asenteiden edeltäjänä, on tärkeää segmentoida matkailijat heidän motivaatioidensa perusteella. (Min, Thapa-Magar & Yang 2021.) Tässä työssä on hyödynnetty differointi-strategiaa asiakasprofiilien luomisessa.

Asiakasprofilleja rakennetaan, jotta voitaisiin ymmärtää paremmin, kenelle palveluita kohdennetaan ja tarjotaan. Asiakasprofiilissa kuvataan kuvitteellista henkilöä, joka edustaa yrityksen potentiaalista asiakasta; henkilö edustaa siis koko kohderyhmää. (Kanava 2022.) Sen tarkoituksena on luoda havainnollistava palvelunkäyttäjä eli stereotyyppinen asiakaspersoona asiakassegmenttejä apuna käyttäen; asiakasprofiili antaa ”kasvot” kohderyhmälle.

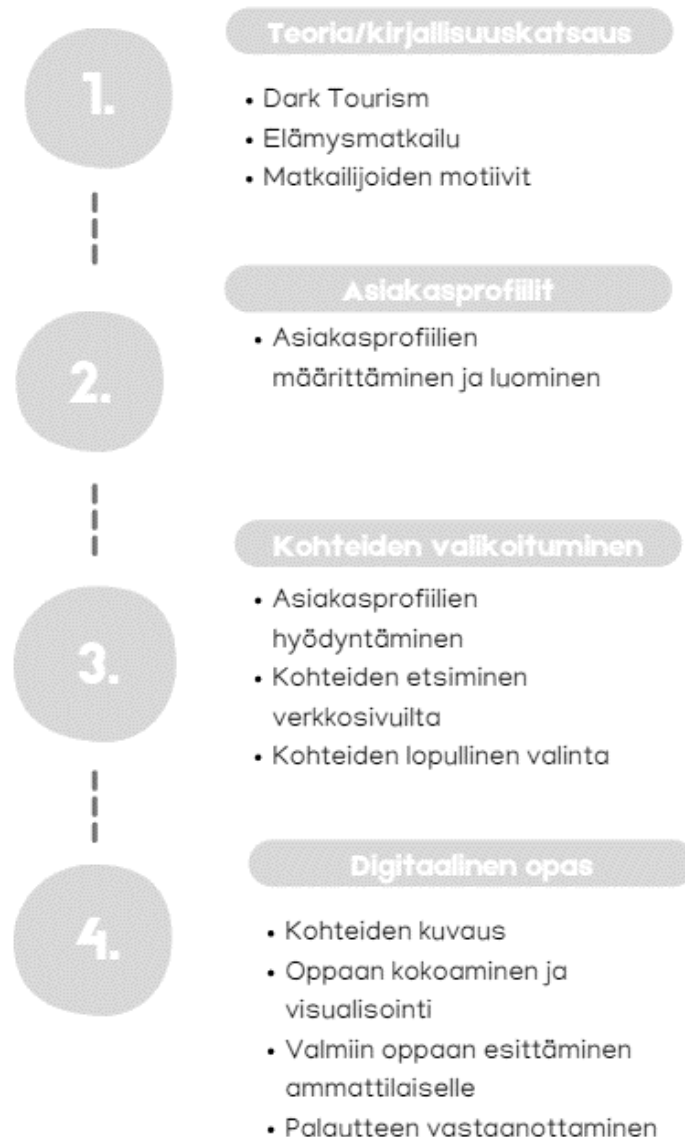
Asiakasprofiilin sisältö koostuu kuvitteellisista tiedoista, joiden avulla luodaan potentiaalinen asiakas käyttäen demograafisia tietoja, kuten ikä, sukupuoli ja koulutus. Asiakasprofiilissa voidaan huomioida myös kiinnostuksen kohteet, asenteet ja mielipiteet sekä elämäntyyli. Hyvin rakennetulla asiakasprofiililla voidaan kehittää liiketoimintasuunnitelmia sekä tehostaa markkinointia. (Kanava 2022.) Tämän työn produktia varten luodut asiakasprofiilit esitellään produktin toteuttaminen- luvussa.

Opinnäytetyöni perustuu dark tourism- matkailun sekä elämysmatkailun ammatilliseen teoriaan ja akateemisiin teksteihin sekä tutkimuksiin. Tietoperustan ansioista opinnäytetyön produktin kannalta olennaiset käsitteet sekä termit voidaan hahmottaa paremmin kokonaisuutena. Tietoperustassa käsitellyt käsitteet sekä termit tukevat produktin tavoitteita sekä rakentavat vankan lähtökohdan sen toteuttamiselle.

6 Produktin toteuttaminen

Tavoitteena on luoda digitaalinen, kompakti matkaopas, jossa esitellään aistiriikkaita dark tourism matkakohteita Euroopassa. Kohteiden valinta perustuu rakentamiin asiakasprofiileihin, jotka on luotu hyödyntämällä Canva-työkalua. Tietoa on työssäni kerätty käyttäen sisällönanalyysejä, joka pohjautuu laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimusotteeseen, sekä kirjallisuuskatsausta. Työvälineenä hyödynsin julkisia verkkosivustoja sekä artikkeleja.

Projekti toteutettiin loppusyksyn 2021 sekä kevään 2022 aikana. Teoreettinen osa valmistui ajalla 1.12.2021-1.2.2022. Asiakasprofiilit sekä aineiston kerääminen tapahtui ajalla 1.2-1.3.2022. Aineiston analysointi ja oppaan konkreettinen luominen tehtiin 1.3-1.4.2022 välisenä aikana.



Kuvio 6. Projektin vaiheet.

Tutkittavan aiheen eli dark tourismin sekä elämysmatkailun keskeiset käsitteet ja niiden väliset suhteet määritellään työn tietoperustassa. Prosessissa käytettiin tietoperustassa esiteltyä ”The Sensory Experience”- mallia: Hultén, Broweus ja Van Dijk (2009, 17) määrittelevät moniaistisuuden olevan kokonaisuus kaikista viidestä ihmisen aistista kokemuksesta, jotka muodostavat ”aistirikkaan elämyksen” (Broweus, Hultén & Van Dijk, 2009, 17.) Dark tourism -sekä elämysmatkailun elementtejä, sekä luomiani asiakasprofileja yhdistäen saadaan työkalut, joita hyödyntäen voidaan valita dark tourism -kohteita osaksi luomaani matkaopasta.

Rajauksen kriteerinä toimi kohteen vastuullisuus ja kestävän matkailun kriteerit. Kohteiden tulee olla sellaisia, jotka tukevat kestävän matkailun tavoitteita. Kestävällä tai ”reilulla” matkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa positiiviset vaikutukset maksimoidaan ja negatiiviset minimoidaan: se on joukko periaatteita, tavoitteita ja käytäntöjä, joita voidaan soveltaa kaikenlaiseen matkustamiseen. Kestävä matkailu koostuu perinteisesti kolmesta eri aspektista: *taloudellinen, sosio-kulttuurinen sekä ympäristöllinen*. (Reilun matkailun yhdistys 2019.)

Digitaalinen matkaopas on luotu hyödyntämällä Flipsnack työkalua, jonka avulla käyttäjä kykenee luomaan digitaalisen kirjaseen hyödyntämällä valmiita mallipohjia sekä muokkamalla siitä haluamansa näköisen. Kyseisen työkalun avulla voi luoda esimerkiksi katalogejia, aikakauslehdien artikkeleja, esittelylehtisiä tai erilaisia digitaalisia oppaita: sivustolle rekisteröityminen on myös ilmaista. (Flipsnack 2022.)

Matkaopas on kirjoitettu tällä hetkellä vain suomeksi, eli se on lähtökohtaisesti suunnattu suomalaisille matkailijoille ja matkailualan ammattilaisille. Matkaopas pakataan helppokäyttöiseksi muodoksi, josta luodaan online-linkki digitaalisen kirjaseen muodossa, jota on helppo jakaa eri alustoille: sitä voidaan jakaa matkailualan verkkosivuilla tai blogeissa, jolloin se voi tavoittaa aiheesta kiinnostuneita henkilöitä helposti. Erilaiset alan yritykset sekä organisaatiot voivat esitellä opasta, jossa jo mahdollisesti tutut matkakohteet esitellään elämyksellisestä näkökulmasta. Opas tarjoaa kehittämismahdollisuuksia ja sitä voidaan tulevaisuudessa kääntää monille eri kielille.

6.1 Taustatutkimuksesta lyhyesti

Tietoperusta on koottu hyödyntämällä alan kirjallisuutta, artikkeleja, erilaisia verkkosivustoja sekä tutkimuksia. Jotta opinnäytetyön aihepiirin kokonaisuutta voitiin hahmottaa, tehtiin niin sanottu desktop study eli kirjallisuuskatsaus. Kirjallisuuskatsauksessa käydään läpi mitä tarkasteltavasta ilmiöstä, eli dark tourismista, tiedetään ja kuinka paljon tutkimustietoa on valmiiksi olemassa. (JAMK s.a).

Opinnäytetyössäni käytetään myös sisällönanalyysia: sisällönanalyysissa keskitytään siihen, mistä asioista, aiheista ja teemoista aineisto kertoo. (Tietoarkisto s.a) Sisällönanalyysin avulla pyritään siis muodostamaan tutkittavasta ilmiöstä tiivistetty ja kompakti kuvaus, joka kytkee tulokset ilmiön laajempaan kokonaisuuteen tai kontekstiin. Toisin sanoen, sisällönanalyysi on sanallista tekstin sisällön kuvailua (Motv 2022).

Dark tourism- ilmiö on kerännyt akateemista kiinnostusta viime vuosien ajan, mutta aihetta ei olla tutkittu kovinkaan pitkään. Suurin osa aineistosta on englanninkielistä, eikä Suomessa aihetta olla tähän asti tutkittu lähes ollenkaan: muutamissa aihetta sivuavissa artikkeleissa ilmiö on saanut suomenkielisen nimen ”makaaberimatkailu” tai ”kauhumatkailu”. (Hovi 2011, 181.)

Moniaistillisesti rikkaista dark tourism matkailunähtävyyksistä ei ole aiemmin tutkittua tietoa tai koostetta, eikä aiheesta olla rakennettu kompaktia, käyttäjäystävällistä koostetta tai opasta. Eurooppalaisia dark tourism- kohteita on listattu ja koottu aihetta käsittelevillä verkkosivustoilla, kuten Interrail-sivuston artikkeli ”6 Scary Destinations for Dark Tourists” (Interrail Eurail s.a) sekä World Travel Guide-sivuston lista ”The 9 Best Dark Tourism Spots in Europe” (World Travel Guide, 2021.) Vaikka koosteet ovat melko kattavia, elämysmatkailun- elementtejä, erityisesti moniaistisuuden elementtejä, ei kuitenkaan olla otettu huomioon.

6.2 Asiakasprofiilien luominen

Asiakasprofiilit auttavat ymmärtämään, kenelle palveluita kannattaa kohdentaa ja tarjota, sekä ne toimivat erinomaisena työkaluna ja menetelmänä kohderyhmän segmentointiin. Asiakasprofiilin avulla tietylle kohderyhmälle luodaan ”kasvot” sekä määritellään tämän kiinnostuksen kohteet. Olen luonut työtäni varten kolme asiakasprofiilia, jotka kaikki edustavat matkailijoita, jotka vierailevat dark tourism- kohteissa. Näiden avulla etsitään ja määritellään, mitä dark tourism- kohteita matkaoppaaseen valitaan.

Työssä asiakasprofiilit perustuvat dark tourism- matkailijoiden motiiveihin, ja ne rakennettiin niihin perustuen. Asiakasprofiileissa huomioidaan matkailijan tavoitteet sekä mahdolliset ongelmat tai pulmat, jotka saattavat vaikuttaa matkakohteen valintaan. Asiakasprofiili esittelee myös persoonallisuuden ominaisuuksia sekä motivaatiotekijöitä, jotka kaikki tukevat asiakasymmärryksen syventämistä.

Asiakasprofileissa painotetaan matkailijoiden motiiveja sekä muita psykografisia tekijöitä, joten perinteiset demografiset tekijät on luotu käyttämällä päättelykykyä. Esimerkiksi asiakasprofiili 2. etsii immersivisyys-elementtiä dark tourism- kohteissa, josta voidaan mahdollisesti päätellä hänen arkensa olevan kiireistä hänen tasapainotellessa perhe -ja työelämää. Samaa kaavaa käyttäen voidaan päätellä asiakasprofiili 1. olevan iältään kenties nuorempi, sillä hänellä on tarve käsitellä kuolemaa dark tourism- kohteiden kautta. Omien kokemusten jakaminen sosiaalisessa mediassa voidaan myös linkittää nuoreen ikään.

Asiakasprofiilit on tehty hyödyntämällä Canva työkalua, jonka avulla voidaan luoda infograafinen asiakasprofiili. Työkalusta ei kuitenkaan löytynyt valmista mallipohjaa, vaan asiakasprofiili on luotu alusta alkaen itse, kuitenkin mukaillen Xtensio- nimisen työkalun "user persona" mallipohjaa. (Xtensio 2022) Asiakasprofiilien profiilikuvat on löydetty Pexels- nimiseltä sivustolta, josta käyttäjät voivat hyödyntää erilaisia profiilikuvia. (Pexels 2022).



Kuva 1. Asiakasprofiili 1 Julia.

Julia on 24-vuotias matkailun liikkeenjohdon opiskelija, joka haluaa lisää matkailukokemusta. Hän on ikäisekseen sivistynyt sekä hyvin kouluttautunut, ja hänen tavoitteenaan on vaikuttaa sosiaalisessa mediassa mahdollisimman paljon. Opiskelijana hän suosii myös budjettiystävällisiä kohteita. Julia tuntee itsensä vaikutusvaltaiseksi yksilöksi, sillä hän on kasvanut sosiaalisen median kanssa. Hän on intohimoinen sekä suosii vastuullista matkailua, jota hän valistaa myös sosiaalisessa mediassa. Julia usein pohtii, kuinka hän pystyy jakamaan dark tourism- kokemuksiansa eettisesti ketään epäkunnioittamatta tai loukkaamatta, sosiaalisessa mediassa?

Julialla on ammatillinen kiinnostus moniaistillisesti rikkaisiin dark tourism -kohteisiin, joka heräsi ammattikorkeakoulun kurssien kautta. Nuoren ikänsä vuoksi hänellä on tarve käsitellä kuolemaan liittyviä kysymyksiä tutustumalla dark tourism- kohteisiin. Vaikka Julia vieraillee tunnetuissa ja trendikkäissä kohteissa, haluaa hän tutustua myös vähemmän tunnettuihin dark tourism- kohteisiin erottuakseen joukosta ja jakaakseen näistä tietoa sosiaalisessa mediassa.



Kuva 2. Asiakasprofiili 2 Teemu.

Teemu on 38-vuotias kahden lapsen isä sekä hän työskentelee myyntiedustajana. Teemu on erityisen kiinnostunut historiasta sekä katsoo mielellään dokumentteja Euroopan värikästä historiasta. Hän on matkustellut paljon, mutta haluaa tutustua dark tourism- kohteisiin syvemmin. Teemu haluaa paeta kiireistä arkeaan, joten immersiiivisyys on hänelle tärkeää – hän etsii elämyksellisiä kokemuksia matkoiltaan. Teemulla on kuitenkin haastavaa löytää aikaa matkustamiselle kiireisen perhe- ja työelämän vuoksi.

Teemulle dark tourism- ilmiö on tuttu sekä hän tuntee suurta kunnioitusta traagisten tapahtumien uhreja kohtaan. Hän tahtoo ikuistaa kokemuksiaan valokuvaamalla sekä harastaakin ammattivalokuvausta vapaa-ajallaan. Teemu nauttii vaarallisissa kohteissa vierailemisestä sekä suosii kohteita, jotka eivät ole kovin tunnettuja.



Kuva 4. Asiakasprofiili 3 Tanja.

Tanja on 65-vuotias eläköitynyt, varakas ja elämää nähnyt isoäiti, joka matkustelee aviomiehensä kanssa. Vaikka Tanja on matkustanut paljon, haluaa hän uudenlaisia matkailuelämyksiä sekä jahtaa wow-efektia matkoillaan. Hän suosii mielellään tuttuja matkakohteita, mutta haluaa nähdä niistä uudenlaisia, moniaistillisesti rikkaita puolia.

Tanja ja tämän aviomies omistavat talviasunnon Espanjassa, mutta asuvat kuitenkin suurimman osan vuodesta Suomessa. Hän haluaa matkustamisen olevan mahdollisimman vaivatonta ikänsä vuoksi, mutta on valmis uhraamaan tämän seikan elämyksellisyyden vuoksi. Tanja on kiinnostunut historiasta sekä haluaa nähdä omin silmin paikkoja, joista traagisia uutisia on katsottu televisiosta vuosien saatossa. Vaikka kohteiden synkkyys kiinnostaa Tanjaa, on hänelle kuitenkin elämyksellisyys-elementti hieman tärkeämpi.

6.3 Kohteiden valikoituminen

Kohteiden valikoituminen tapahtui tiedon keräämisen avulla: analysoin hakemaani ja löytämäni tietoa sekä erottelin tiedon, joka tukee opinnäytetyöni tavoitteita. Keräsin tietoa, joka on työni kannalta olennaista. Tiedon kerääminen tapahtui hyödyntämällä verkkosivustoja, artikkeleita ja blogeja, joista eniten käytetyimmäksi muodostui Google-hakukone. Käytetyissä hakusanoissa otettiin ensisijaisesti huomioon dark tourismiin liittyvät termit, mutta elämyksellisyyden ympärillä pyörivät termit huomioitiin myös. Seuraavia käsitteitä ja termejä käyttäen sain hakutuloksia, joista kohteita matkaoppaaseen valittiin:

- Dark Tourism

- Dark Tourism spots in Europe
- Dark Tourism experience
- Dark experience Europe
- Dark Destinations
- Top destinations in Europe
- Historic places in Europe

Haussa käytin hakusanoja, joiden avulla etsin elämyksellisiä dark tourism kohteita. Käytin myös hakusanoja, joiden avulla etsin yleisesti historiallisia Euroopan matkailunähtävyyksiä, sillä monilla historiallisilla kohteilla on pimeä puoli. Lisätietoa kohteista, jotka hyödynsivät ihmisen viittä aistia aistirikkaan kokemuksen luomisessa, etsittiin artikkeleista ja blogeista, sekä niitä vertailtiin keskenään. Kun keräsin ja analysoin etsimääni tietoa, vertailin sitä asettamiini kriteereihin aistirikkaista dark tourism elämyksistä: tutkin, täyttävätkö valitsemani kohteet aistirikkaan elämyksen kriteerejä.

Tämän jälkeen karsin kaikki epäolennaiset sekä työni kannalta merkityksemättömät kohteet pois. Jäljelle jääneet kohteet otin suurennuslasin alle sekä aloin etsimään lisätietoa verkkosivustojen, sosiaalisten medioiden kanavien ja artikkeleiden avulla. Tietoa kohteen historiasta sekä järjestetyistä ja opastetuista kierroksista etsin monista eri lähteistä varmistuen, että tiedot täsmäävät. Luin myös asiakkaiden omakohtaisia kokemuksia kohteista, joista oli paljon apua.

Valitut kohteet

Kerätyn materiaalin läpikäymisen jälkeen päätin sisällyttää oppaaseen yhteensä 10 matkakohdetta. Pyrin löytämään kohteita, jotka edustavat eri dark tourism- kategorioita, kuten museot ja monumentit, kiertoajelut ja taistelukentät. Koska dark tourism- kohteita löytyy eri sävyisiä sekä niitä markkinoidaan ja kaupallistetaan eri tavoin, oppaaseen valikoitui kohteita, jotka edustavat dark tourism- skaalan jokaista sävyä. Kategorioihin tai harmaan eri sävyihin ei kuitenkaan ensisijaisesti kiinnitetä huomiota, vaan antavat enemmänkin suuntaviivaa lukijalle kohteen luonteesta.

Matkaoppaassa esitellään valitun kohteen nimi ja sijainti. Perustietojen jälkeen tulee kohteen lyhyt esittely, jossa esitellään kohteen historiaa sekä nykypäivän toimintaa. Tämän jälkeen esitellään moniaistillisuuden elementit, jota kohteesta löytyy: tavoitteena kohteella on ottaa huomioon kaikki viisi ihmisen perusaistia, joiden avulla luodaan aistirikas elämys.

6.4 Valmis opas

Matkaoppaassa esitellään valitun kohteen nimi, sijainti sekä kohteen luonne. Perustietojen jälkeen tulee kohteen lyhyt esittely, jossa esitellään kohteen historiaa sekä nykypäivän toimintaa. Tämän jälkeen esitellään moniaistillisuuden elementit, jota kohteesta löytyy: tavoitteena kohteella on ottaa huomioon kaikki viisi ihmisen perusaistia, joiden avulla luodaan aistirikas elämys.

Valitut kohteet

1. *The Amsterdam Dungeon*

The Amsterdam Dungeon on Alankomaiden pääkaupungissa sijaitseva ”walk-through” (suom. käveltävä) elämys, joka esittelee historiaa erikoisella, interaktiivisella tavalla: näyttelijät, esitykset, immersiiiviset kohtaukset ja erikoistehosteet simuloivat historiallisia pimeitä ja synkkiä aikoja seikkailuhenkisesti. Amsterdam Dungeon avasi ovensa vuonna 2005 sekä kyseinen Dungeon- konsepti on levinnyt muuallekin Eurooppaan, joista kuuluisin lienee The London Dungeon.

Amsterdam Dungeonissa vierailija pääsee kokemaan muun muassa kidutuskammion kauhuja, jossa mädäntyvän lihan haju valtaa hajuaistin kokonaan: visuaalisen kauhun sekä fyysisen, mutta turvallisen elämyksen lisäksi äänimaailman täyttää kylmäverisen kiduttajan lähenevät askeleet. Vierailijat pääsevät myös Doctor Deymanin leikkaussaliin, jossa pahamaineisen rikollisen Black Johnin ruumis lepää: mädäntyvien sisäelinten haju sekä leikkaussalin tunnelma pitävät kovanaamaisemmankin vierailijan varpailaan. (The Amsterdam Dungeon 2022.)

2. *The Bran Castle (Draculan Linna)*

Tämä historiallinen kansallismuistomerkki sijaitsee lähellä Branin kaupunkia, Romaniassa. Linnoitus sijaitsee Transilvanian ja Valakian rajalla, noin 762 metrin korkeudessa. Keskiaikaista arkkitehtuuria edustava linna valmistui vuonna 1382. 1400-luvulla erilaisia kertomuksia kerrottiin hallitsija Vlad Impalerin julmuudesta, jotka kulkivat kauhutarinoina aina 1800-luvulle saakka, jolloin Bram Stoker loi niiden pohjalta kuuluisan Draculan hahmon. (Bran Castle 2013.)

Linnassa sijaitseva näyttely selittää tarinan prinssi Vlad Impalerin demonisoinnista vastauksena muun muassa kysymykseen, miksi Branin linnaa pidetään kreivi Draculan turvapaikkana. A History of Dreads -näyttely on osa linnan kokoaikaista näyttelyä, jossa Branin linnan johto pyrki rikastuttamaan Braniin saapuneiden matkailijoiden kokemuksia ja täydentämään fantastisen legendaarisen tarinan Transilvanian vanhasta

keskiaikaisesta linnoituksesta dokumentoimalla sen tarkasti ja yhdistämällä sen paikallisiin tapoihin. Tarina, joka herää henkiin kiertueen lopussa Aikatunnelissa, paikassa, jossa yön hahmot tekevät yhteistyötä historiallisten henkilöiden ja tapahtumien kanssa Euroopan museoalueen upeimmassa multimediaesityksessä (Bran Castle 2013.)

Alkuperäisen linnoituksen tunnelma, historian aiheuttamat kaiut linnoituksen seinissä sekä tuhansien tarinoiden luoma jännitys saavat vierailijan aistit valppaiksi. Autenttinen, melkein raaka ja koskematon linnoitus tarjoaa yllättävän aistirikkaan kokemuksen, joka huipentuu virtuaalikokemukseen linnan neljännessä kerroksessa.

3. *Near Death Experience -festivaali*

Near Death Experience- festivaali tunnetaan paikallisesti nimellä Fiestas de Santa Marta de Ribarteme – kyseinen juhla kääntyy suomeksi ”rajakokemus”- festivaaliksi. Juhlita järjestetään vuosittain 29. heinäkuuta Las Nievesin kylässä Espanjan ja Portugalin rajalla. Festivaali on suunnattu yksilöille, jotka ovat käyneet lähellä kuolemaa ja selvinneet siitä – juhlan ideana on juhlistaa elämää. (BBC Travel 2019.)

Kaikki alkaa kovaäänisellä kirkonkellojen soitolla sekä pyhimyksen saattue soittaa festivaaliin sointuvaa musiikkia, joka merkitsee ”hautajaisten” alkamista: viininmaistelun kera. Vuosittain noin 3000 ihmistä kerääntyvät katselemaan, kun osallistujat kiipeävät hauta-arkkuihin, joita heidän lähimmäisensä kantavat. Kulkue päättyy Santa Marta de Ribarteme- kirkon hautausmaalle, jossa osallistujat rukoilevat ja kiittävät pelastuksestaan. Kuten useat espanjalaiset juhlinnat, kyseinen festivaali sisältää ruokailua ja juomaa, musiikkia, tanssimista sekä ilotulitteita. (CultureTrip 2018.)

Kyseinen festivaali järjestettiin ensimmäisen kerran 1100-luvulla, ja on ehdottomasti vierailun arvoinen, jos haluaa nähdä rajakokemus- kulttuuria läheltä sekä kuulla erilaisia rajakokemuksia eripuolilta maailmaa. Alueelta löytyy myös laaja valikoima hotelleja sekä AirBnb-asuntoja, joissa voi majoittua festivaalin ajan. (Rove 2021.) Maku- ja hajuelämykset, täyteläinen äänimaailma musiikin ja kirkonkellojen soidessa sekä aito elävältä hautaamisen tunne kuumen hauta-arkun sisällä eivät jätä osallistujaa kylmäksi aistittomuuden kannalta.

4. *In Flanders Fields – museo*

Kyseinen museo, joka on omistettu ensimmäisen maailmansodan tutkimukselle, sijaitsee Ypresin kaupungissa Belgiassa. Noin 100 vuotta sitten Ypresin alue toimi tapahtumapaikkana yhdelle historian verisimmistä taisteluista – nyt viimeisetkin todistajat ovat kuolleet, museo toimii eräänlaisena porttina ensimmäiseen maailman sotaan Flandereissa enemmän kuin koskaan ennen. (FlanderFields s.a.)

In Flanders Fields – museo kohtaa vierailijat sodan seurauksien myötä: museon tarkoituksena ei ole ylistää tai kaunistaa sotaa, vaan esittää sen turhuutta ja vääryyttä, erityisesti sellaisena kuin se nähtiin Länsi-Flanderin rintamalla ensimmäisessä maailmansodassa. Näyttely koskettavilla videoprojisoineilla, ainutlaatuisilla äänitavilla ja huippuluokan multimediasovelluksilla upottaa vierailijan sodan rintamaelämään. Henkilökohtaisia tarinoita siitä, kuinka ensimmäinen maailmansota vaikutti monien kansallisuuksien elämään, kerrotaan esillä olevien monien esineiden, interaktiivisten installaatioiden ja näyttelyiden, sekä todenmukaisten hahmojen kautta sodan laajemmassa kuvassa. (FlanderFields s.a.)

Jokainen vierailija saa myös unikkorannekkeen, jonka avulla hän voi löytää neljä henkilökohtaista tarinaa tavallisista yksilöistä suuressa sodassa. Aktivoimalla rannekkeen vierailija kykenee valitsemaan asetuskielen sekä luoda yhteyden sata vuotta sitten eläneisiin yksilöihin. (FlanderFields s.a.) Museon sanotaan sisältävän monia raikastavia elementtejä, jotka luovat vahvan lähtökohdan aistirikkaalle elämykselle.

5. *Berlin Spy Museum*

Saksan, sekä keski-Euroopan ainoa vakoojamuseo, sijaitsee keskeisellä paikalla Potsdamer Platzin alueella Berliinissä. Museon sijainti on merkittävä, sillä se sijaitsee Itä- ja Länsi-Berliinin aikoinaan jakaneen muurin reunoilla. Museon loi entinen toimittaja Franz-Michael Günther ja hänen pyrkimyksensä oli perustaa vakoilun historialle omistettu museo Saksan entiseen ”vakoojapääkaupunkiin”. Museo toimii oppilaitoksena, jonka pysyvät näyttelyt yhdistävät vuosisatojen vakoilutarinoita ja -taktiikoita sekä upottavat kävijät multimediatekniikaksi. (Deutsches Spionage Museum s.a.)

Museo keskittyy erityisesti maailmansotiin sekä kylmään sotaan 1000 erilaisen näyttelyn ja esineen kautta. Näyttelyt on sijoitettu kronologiseen järjestykseen, luoden fyysisen aikajanan, jonka läpi vierailijat voivat kävellä, alkaen antiikin salaisista kirjoituksista ja päättyen viimeaikaiseen NSA-keskusteluun. Vierailijan elämys alkaa jo museon sisäänkäynnillä, jossa asetetut turvakamerat luovat pohjaa valvonnan, tiedonkeruun ja turvallisuuden ongelmakohdille. (Wikipedia 2022.) Kaikilla aisteilla koettava, pysyvä näyttely paljastaa näyttäviä salaisia operaatioita ja salaperäisiä vakoilutapauksia historiasta. (Deutsches Spionage Museum s.a.)

Alkuperäisiä esineitä on kerätty vuosien varrella näyttelyitä varten, sekä realistisia jäljennöksiä on luotu paljastamaan vierailijat vakoojien ja salaisten palveluiden kautta historian käyttämille menetelmille: hajujen talteenotto (eng. The Odour Capture) oli tekniikka yksilöiden vangitsemiseen ja jäljittämiseen heidän tuoksujensa avulla. Stasi,

salainen poliisijärjestö, joka syntyi Saksan demokraattisen tasavallan perustamisen yhteydessä, käytti tätä tekniikkaa kylmän sodan aikana tutkimusvälineenä vastustajan identiteetin selvittämiseksi. Yksi näistä hajupurkkiartefakteista on esillä Berliinin vakoojamuseossa. (Wikipedia 2022.)

6. *Jack the Ripper – museo*

Varhain aamulla 31. elokuuta vuonna 1888 Charles Cross-niminen mies oli matkalla töihin, kun hän kompastui naisen ruumiiseen Durward Streetillä Lontoon East Endissä. Naisesta ei aluksi tiedetty paljon mitään, mutta nykyään hänet tunnetaan kaikkialla maailmassa Viiltäjä-Jackin ensimmäisenä uhrina. Vierailija astuu ajassa taaksepäin vuoden 1888 Lontooseen, maailman suurkaupunkiin, jossa tapahtuivat kaikkien aikojen suurimmat, ratkaisemattomat rikokset. (Strawberry Tours 2020.)

Jack the Ripper- museo sijaitsee historiallisessa viktoriaanisessa rakennuksessa Whitechapelin sydämessä, Englannin pääkaupungissa Lontoossa. Sen ovien avautuessa vuonna 2015, vierailijat pääsevät nyt oppimaan raaosta Whitechapelin murhasta Viiltäjä Jackin uhrien näkökulmasta. Museo kattaa kuusi eri kerrosta ja on täynnä lukemattomia esineitä, tavaroita ja näyttelyitä, joita ei ole koskaan aiemmin esitelty yleisölle. Museosta löytyy esimerkiksi alkuperäisiä sanomalehtileikkeitä, jotka käsittelevät Whitechapelin murhia, sekä poliisin alkuperäinen hätäpilli, jolla komisario Watkins hälytti apua löydettyään Viiltäjä-Jackin toisen uhrin. (Strawberry Tours 2020.)

Kun vierailija kävelee huoneesta huoneeseen, häntä vallataan kaikenlaisilla äänillä, tuoksuilla ja näkymillä siitä, miltä olisi tuntunut olla todistamassa Viiltäjä-Jackin rikoksia. Murhat synnyttivät satoja teorioita, kirjoja ja elokuvia, joista jokainen yritti ratkaista edelleen mysteerinä pysyneitä rikoksia – pystyvätkö vierailijat ratkaisemaan Viiltäjä-Jackin henkilöllisyyden? (Jack The Ripper Museum 2020.)

7. *War and Peace Revival*

War and Peace Revival on Englannin maaseudulla tapahtuva erikoislaatuinen festivaali, joka sisältää sotilasajoneuvoja panssarivaunuista lentokoneisiin sekä elävän historian uudelleenesitystä ensimmäisestä maailmansodasta uudempiin konflikteihin. (Kent Online 2017.) Tämä suurenluokan tapahtuma järjestetään vuosittain Paddock Wood -nimisessä pikkukylässä heinäkuun loppupuolella – vuosittain noin 80 000 dark tourism- matkailijaa saapuu paikalle tekeytymään sotilaksi eri sodista, eri puolilta ja eri aikoina. (Netflix 2018).

Festivaalissa osallistujat pääsevät kokemaan hyvin autenttisen sodanaikaisen maailman, jossa mutainen maasto sekä vaativatkin sääolosuhteet eivät estä menoa. Tapah- tumassa ruokaa ja juomaa tarjoillaan autenttisesti ulkoilma-ruokalassa, sekä esimer- kiksi peseytymismahdollisuudet ovat minimaaliset. Illan hämärtyessä festivaaliin osal- listujat kokoontuvat yhteen nauttimaan illallisesta, live-musiikista ja viihteestä. (Kent Online 2017.) Sodassa käytettyjen aseiden paukkupanosten meteli, ruudin tuoksu, vaativa, usein mutainen maasto sekä autenttinen sodanaikainen ruokailu muodostavat elämyksen, joka koetaan jokaisella aistilla.

Linkki julkiseen Flipsnack oppaaseen nimeltään: Elämyksistä Pimeimmät – Matkaopas moniaistillisiin Dark Tourism -elämyksiin: <https://www.flipsnack.com/67AB9BDD75E/el- myksist-synkimm-t-matkaopas.html>

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyön produktina syntyi kompakti, digitaalinen matkaopas, joka käsitteli seitsemää moniaistillisesti rikasta dark tourism matkakohdetta Euroopassa. Oppaassa esitellään kohteen historiaa sekä tarinaa, jonka jälkeen tuodaan esiin sen moniaistisuuden elementit. Näiden valittujen kohteiden valitsemisessa hyödynsin teoriaosuudessa esiteltyjä dark tourism-kategorioita sekä elämyksellisyyden elementtejä. Päätin rajata kohteet Eurooppaan, sillä mantereen pitkä sekä värikäs historia tarjoaa moninaisia dark tourism-kohteita synkimmän sävyisistä vaaleisiin. Valitut kohteet sijoittuvat lähinnä keski- ja etelä-Eurooppaan, jotka ovat hyvin saavutettavissa Suomesta monin eri tavoin, kuten juna- ja bussiliikennettä hyödyntäen. Myös roadtrippailu omalla henkilöautolla on nykypäivänä suosittu matkailumuoto, mikä sopii Euroopassa matkusteluun erittäin hyvin.

Digitaalisen matkaoppaan avulla matkailija, tai jopa matkanjärjestäjä, kykenee löytämään elämykselliset synkät matkakohteet yksien kansien sisältä. Jokainen matkaoppaassa esitelty kohde sisältää lyhyen esittelyn dark tourismin sekä elämysmatkailun näkökulmasta. Kohteiden esitleminen moniaistillisena kohteena tuo niihin uudenlaisen lähestymistavan sekä voi lisätä uutuudenviehätystä matkailijoissa. Digitaalista opasta tarjotaan matkailuvustoille, kuten Rantapallolle, sekä erityisesti synkkään matkailuun keskittyviin blogeihin.

Euroopasta löytyy monia dark tourism kohteita, joista osa on sävyltään vaaleampia kuin toiset. Skaalan synkemmästä päädyistä löytyy kohteita, joiden kaupallistaminen sekä markkinoiminen on vähäistä: tarkoittaen, että tarkoituksenmukaisesti moniaistisuuden kehittäminen on myös vähäistä. Tämän perusteella voidaan ajatella, että suurin osa oppaaseen valituista kohteista edustavat vaaleampaa sävyä. Oppaaseen valitsin myös sellaisia nähtävyyksiä, jotka edustavat kapean markkinan kohteita, eivätkä massaturismia – kohteet edustavat siis kestävä matkailua.

Tämänkaltaisia havaintoja oli kiinnostava tehdä kartoittaessani eri dark tourism-kohteita: niiden avulla pystyin kehittämään kartoitustani sekä etsiä produktin tavoitteiden kannalta olennaisia kohteita. Tiedon keräämisessä vaikeuksia aiheutti kohteen suppea esittely esimerkiksi verkkosivuilla, joissa moniaistisuuden elementtejä ei välttämättä esitelty lainkaan. Kuitenkin kohdetta käsittelevistä blogiartikkeleista sekä arvosteluista oli apua, jonka seurauksena opin etsimään lisätietoa näistä lähteistä.

Asiakasprofiilien luominen sekä niiden hyödyntäminen matkakohteiden kartoituksessa auttoi ymmärtämään, kuinka asiakaspersoonien erilaisuudesta huolimatta, esimerkiksi erilaiset tarpeet ja motiivit, yhteisenä mielenkiintona toimii dark tourismin elämykselliset koh-

teet. Tästä syystä produktin toteuttamisessa keskityttiin pääosin elämyksellisyyden elementtiin näissä dark tourism kohteissa. Ihmisillä on erilaiset motiivit vieraillla näissä synkissä kohteissa sekä aiheesta tehtyjen tutkimuksien myötä matkailijoiden motiiveista merkittävin on kuolema sekä sen pelko. Dark tourism -kohteissa kuolemaan voidaan tutustua turvallisesti, sillä vierailija hallitsee tilannetta sekä pysyy turvassa tarkkaillessaan tapahtumia etäältä. Nykypäivänä medially on suuri rooli dark tourism -kohteiden suosiossa, ja voidaankin päätellä, että dark tourism on kasvava ilmiö.

Kasvavan ilmiön myötä on tärkeää pohtia sen eettisyyttä – kuinka dark tourismia voidaan kehittää ja kasvattaa niin, että säilytetään kunnioitus kestäväällä tavalla uhreja, luontoa sekä paikalliskulttuuria kohtaan. Siksi onkin tärkeää, että historiaa havainnollistetaan oikealla tavalla oppimismielessä.

7.1 Tulokset ja palaute

Valmis opas pakattiin kätevään muotoon, johon pääsee käsiksi online-linkin kautta. Opas käytettiin kahdella aiheesta kiinnostuneella testihenkilöllä, jotka tarkastelivat opasta kriittisesti. Testihenkilöiksi valikoituivat yksilöt omasta lähipiiristäni, joiden motiivit sekä kiinnostuksen kohteet sivuavat luomiani asiakaspersoonia: Toinen testihenkilöistä on kiinnostunut historiantutkimusta sekä on täten kiinnostunut synkemmistä matkakohteissa erityisesti Euroopassa. Nuoren ikänsä vuoksi hän on matkustellut varsin vähän ja tahtoo nähdä elämysmatkailun synkempää puolta matkoillaan. Testihenkilö on myös aktiivinen sosiaalisessa mediassa sekä jakaa aktiivisesti matkailukokemuksiaan sosiaalisen median tileillään. Hän sivuaa motiiveillaan ja mielenkiinnon kohteillaan asiakaspersoonaa 1.

Toinen testihenkilöistä edustaa asiakaspersoonaa 2. Hän on kokenut matkailija sekä hän on vierailut monissa kuuluisissa Euroopan matkakohteissa, mutta hän kaipaa elämyksellisyyttä matkoilleen. Motiiveina dark tourism -matkakohteisiin vierailulla hänellä on uteliaisuuden lisäksi kuoleman käsittely näiden kohteiden kautta. Testihenkilön arki on hektistä, joten aikaa matkustamiselle on minimaalisesti.

Mielipiteet sekä palaute oppaasta oli melko yhtenäistä, ja suurimmalta osin positiivista. Oppaassa erityisen hyvänä puolena pidettiin sen visuaalista ulkomuotoa sekä käyttäjäystävällistä luonnetta. Kätevän online-linkin kautta avautuva digitaalinen lehtinen saadaan luettavaksi niin mobiilina kuin pöytäkone-versiona. Oppaan avaamiseen ei tarvita Flipsnack -applikaatiota, vaan siihen on julkinen pääsy millä tahansa selaimella. Sitä pysyy myös tarkastelemaan kokonäyttötilassa, mikä helpottaa lukijan lukuystävällisyyttä.

Testihenkilöiden mukaan oppaan kansi sekä alkusanat -sivut luovat hyvän pohjan tulevalle oppaalle sekä sisällysluettelo valmisteleo lukijan oppaan sisältöön. Alkusanoina pidettiin erityisesti siitä, että oppaan luojan, eli itseni lyhyt esittely löytyi heti oppaan alusta. Kun lehtisen sivuja vaihtaa, näyttää se visuaalisesti kuin oikealta, fyysiseltä lehtiseltä, luoden aidon tunnelman. Kohteiden määrä oli riittävä, mutta niitä voisi olla myös enemmän: kohteisiin oltiin selvästi syvennetty sekä tutkittu perin pohjin.

Tekstiä jokaisen kohteen esittelyssä oli sopivasti, jopa runsaasti: kuitenkin olennaiset ja merkitykselliset seikat tulivat esille. Teksti koettiin myös selkeäksi sekä kiinnostavaksi, ja sai lukijan harkitsemaan mahdollista vierailua. Erityisesti arvostettiin sitä, että esittelyn lisäksi jokaiseen kohteeseen oli lisätty vinkki tai mielenkiintoinen fakta, joka on tuo hieman lisäarvoa niille, jotka mahdollisesti kiinnostuisivat kohteesta ja siellä vierailemisesta.

Kehityksen kohteiksi muodostui oppaan puute pakatumasta versiosta esimerkiksi PDF-muodossa, jolloin internet-yhteys ei olisi välttämätöntä. Tämä helpottaisi osaa käyttäjistä sekä saavuttaisi suuremman yleisön. Myös valittujen kohteiden määrä olisi voinut olla suurempi, mutta nykyinen kompakti ja tiivis opas herättää lukijan kiinnostuksen synkkiä matkakohteita kohtaan.

7.2 Tulosten hyödynnettävyys

Testihenkilöiden antama palaute, hyvät puolet sekä kehityksenkohteet, ovat erityisen tärkeitä oppaan kehityksen kannalta. Varmistin, että saamani palaute oli rakentavaa sekä hyödynnettävää, jonka pohjalta lähdin tekemään muutoksia oppaaseen. Otin palautteen vastaan avoimin mielin sekä pohdin tarkkaan, mitkä muutokset ovat olennaisia opinnäytetyöni produktin tavoitteiden kannalta. Hyödynsin saamaani palautetta mielestäni toimivalla tavalla ja lopputuloksena syntyi hiottu matkaopas, jonka hienosäätöön osallistui muutama silmäpari lisää, auttaen esimerkiksi mahdollisissa lauseenrakenteissa sekä kirjoitusvirheissä.

Digitaalinen matkaopas on nykyaikainen sekä miellyttävä esitystapa dark tourism -kohteille muun muassa painettujen esitteiden sijasta. Esitysmuoto on syvälinen sekä tekstimuodossa kohteet esitellään elävällä ja värikkäällä tavalla. Linkin kautta toimiva sekä helposti avautuva opas on käyttäjilleen hyödyllinen, sillä siihen on julkinen pääsy, eikä sen lukeminen vaadi erillistä applikaatiota tai tietynlaista selainta. Oppaan linkkiä on helppo jakaa internetissä matkailuun keskittyvillä sivustoilla sekä eri yhteisöjen ja blogien kanssa – näin ollen tämä auttaa tavoittamaan oikeanlaisia kohderyhmiä ja yleisöjä, jotka ovat aiheesta sekä yleisesti matkailusta kiinnostuneita.

Oppaaseen sisällytetyjä kohteita voidaan hyödyntää myös silloin, vaikka lomamatkan tavoitteena ei lähtökohtaisesti olisi kyseisessä kohteessa vierailu, vaan samalle alueelle sijoittuva matkanteko. Suurin osa oppaasta löytyvistä kohteista on helposti saavutettavissa, joten niiden ei tarvitse olla matkan pääkohteena – tällöin opasta voidaan tarjota matkatoimistoille kuten Matkantekijät Oy. Matkailun erikoissivusto Rantapallo olisi myös potentiaalinen yritys, jonne opasta voidaan tarjota: sivustolla julkaistaan matkaoppaita sekä matkailualan uutisia ja artikkeleja. Työtäni voidaan tarjota myös elämysmatkailua tarjoaville toimijoille, kuten Elämysmatkat, jotka keskittyvät tuomaan asiakkailleen kaikenlaisia elämyksiä ympäri maailmaa turvallisesti. Koska produktini ei ole keskittynyt vain dark tourismiin, voidaan sitä hyödyntää monilla eri toimijoilla.

Produktista on hyötyä, kun matkapalveluiden tuottajat suunnittelevat uusia kohteita tai haluavat kehittää uudenlaisia tapoja kohteiden markkinointiin korostaen elämyksellisyyden elementtiä näissä dark tourism -kohteissa. Hyödyntäen moniaistisuuden elementtiä kohteiden tarjonnassa voivat toimijat erottua joukosta sekä täten luoda lisäarvoa kohteelle. Myös luomiani asiakasprofieileja voidaan hyödyntää laajemman yleisön saavuttamiseksi.

Oppaani tuottaa tiivistä sekä koottua informaatiota matkailijoille sekä alan toimijoille elämyksellisistä, erityisesti moniaistillisesti rikkaista dark tourism -kohteista Euroopassa. Ihanteellisessa tapauksessa se edistää kestäväää dark tourism -matkailua Suomessa, sekä myöhemmin kenties muualla maailmassa. Koska matkailijat etsivät lomamatkoilleen erilaista, elämyksellistä sisältöä, voidaan oppaan nähdä olevan hyödyllinen monille eri tavoille matkailijoista itsestään matkapalvelutuottajille- sekä toimijoille.

7.3 Kehitysehdotukset

Opinnäytetyön produktin valmistuttua osasin tarkastella, missä onnistuin ja mitä olisin voinut tehdä toisin. Saamani palaute auttoi myös hahmottamaan testihenkilöiden ajatuksenkulkua oppaaseen liittyen, sekä sain uusia näkökulmia sen toteuttamiseen. Kehitysideoita syntyi testihenkilöiden kanssa, liittyen muun muassa oppaan fyysisen lehtisen painattamiseen. Perinteinen painettu lehtinen voisi saavuttaa iäkkäämpää sukupolvea sekä esimerkiksi vuosittaisilla Matkamessuilla painettujen lehtisten jakaminen olisi käytännöllisempää.

Matkaoppaassa on tällä hetkellä seitsemän eri moniaistillisesti rikasta Euroopan dark tourism -kohdetta. Opas on luotu Flipsnack -nimisellä ohjelmalla, jossa julkaistua lehtistä pystyy muokkaamaan ja kehittämään milloin vain. Tehdyt muutokset tallentuvat muokkaamisen jälkeen sekä uusin versio oppaasta julkaistaan ohjelmaan, jonka jälkeen uusi linkki luodaan automaattisesti. Päivitettyä linkkiä voidaan sitten jakaa eri alustoille, kuten blogei-

hin ja sosiaaliseen mediaan. Opasta voidaan siis kehittää esimerkiksi laajentamalla kohdevalikoimaa ja jakamalla ne kategorioihin lukijaa helpottaakseen: Euroopan dark tourism -kohteiden lisäksi aluetta voidaan laajentaa, tai vaihtoehtoisesti rajata esimerkiksi tiettyyn Euroopan osaan, kuten Keski- tai Pohjois-Eurooppaan. Myös kohteiden kuvauksia voidaan jatkossa kehittää ja niistä voidaan tarjota eri kielivaihtoehtoja, jotta opas tavoittaa myöhemmin myös kansainvälisiä matkustajia. Käännettyä opasta voidaan tulevaisuudessa tarjota myös kansainvälisille dark tourismiin ja elämysmatkailuun keskittyville sivustoille ja blogeihin.

Matkaoppaaseen voidaan lisätä esimerkiksi kartta, jonka avulla kohteiden sijainnin hahmottaminen helpottuisi. Yhtenä vaihtoehtoisena ideana minulla oli lisätä oppaaseen niin sanottu reittikartta, josta valitsemani kohteet löytyisivät: moniaistillinen dark tourism -matka olisi alkanut kohteesta A, kiertänyt kohteen B kautta päättyen kohteeseen C. Tämä olisi lisännyt tarinallisuutta oppaaseen, sekä kenties herättänyt kiinnostusta kohteisiin enemmän. Tätä menetelmää voitaisiin kuitenkin hyödyntää jatkossa opasta kehittäessä.

Tulevaisuudessa matkaoppaan laadukkuuden kannalta olisi hienoa sisällyttää oppaaseen enemmän kohteita sekä yksityiskohtaisempia vinkkejä sinne vierailemiseen liittyen, mutta opinnäytetyön laajuuden kannalta se oli pidettävä nykyisessä koossaan. Jatkotutkimusehdotuksena oppaan voisi luoda selkokielellä, tuoden maanläheisemmän lähestymistavan aiheeseen. Myös elämyskolmion muita elementtejä, kuten autenttisuus sekä tarinallisuus, voitaisiin hyödyntää jatkossa: nämä kulkevat nimittäin käsi kädessä moniaistisuuden kanssa ja muodostavat yhdessä elämyksen.

7.4 Oma ammatillinen kehitys ja osaaminen

Koen, että opinnäytetyöaiheeni vastaa opiskelemaani alaa hyvin, sekä elämysmatkailu yhdistettynä niche-matkailua edustavaan dark tourismiin on mielestäni ajankohtainen kombinaatio. Tietoperusta on pyritty esittämään ymmärrettävästi, erotellen dark tourismin ja elämysmatkailun sekä vastuullisuuden matkailussa. Jotta pystyin luomaan selkeän kokonaiskuvan näistä aiheista, kävin läpi paljon aiheita käsitteleviä, suurimmaksi osaksi englanninkielisiä aineistoja. Suomenkielistä tutkimusmateriaalia dark tourismista on hyvin vähän saatavilla, sillä se on suhteellisen tuore käsite – tämä vaikutti tiedon etsimiseen ja löytämiseen, sekä aiheutti välillä haasteita.

Matkaoppaan luomiseen hyödynsin Flipsnack- nimistä ohjelmaa, jonka avulla näköiseni opas voitiin luoda helposti ja selkeästi. En ollut ennen opinnäytetyötä käyttänyt kyseistä ohjelmaa, mutta olin kuullut sen mainittavan ennen. Flipbook tarjosi selkeitä ohjeita ja vinkkejä oppaan luomiseen, joten se sujui mutkitta. Olen tyytyväinen ohjelman valintaa,

sillä se täytti asettamani tavoitteet mitä tulee oppaan käyttäjäystävällisyyteen, ulkomuotoon ja yleiseen visuaaliseen näköön. Sen avulla tekstien ja kuvien sommittelu jokaiselle sivulle onnistui hyvin eikä tuottanut ongelmia. Lopputuloksena syntyi digitaalinen matkaopas, jonka linkkiä voidaan jakaa eri verkkosivustoille mutkitta.

Taitoni tiedon hakemiseen sekä keräämiseen kehittyivät valtavasti opinnäytetyötä tehdessäni, sekä onnistuin tunnistamaan omia vahvuuksiani ja kehityksen kohteita matkan aikana. Hyödynsin opinnäytetyön teossa ammatillista osaamistani, jota olen kerryttänyt opintojeni aikana: monet käymäni kurssit tukivat opinnäytetyöni aihetta sekä sisälsivät esimerkiksi itsensä johtamisen- ja projektihallinnan taitoja. Pystyin soveltamaan aiemmin oppimaani laajasti tässä työssä. Koen, että organisointi- sekä päätöksentekokykyni kehittyivät opinnäytetyöni aikana, sillä työn aikataulut ja aiheen rajaaminen velvoittivat siihen. Opin paljon uutta tutkimalla ja analysoimalla aineistoja, joita hyödynsin teoriaosuudessa sekä kiinnostukseni aihetta kohti vain kasvoi oppimani myötä. Oli hienoa seurata omaa kehittymistäni opinnäytetyötä tehdessä sekä nähdä, kuinka pääsin aikataulun mukaiseen tavoitteeseen, luoden matkaoppaan moniaistillisiin elämyksiin Dark Tourism- matkailussa.

Lähteet

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Alma Talent Oy.

BBC News. 2021. Aberfan Disaster: Surviving Schoolchildren's trauma 55 years on. Luettavissa: <https://www.bbc.com/news/uk-wales-58874233>. Luettu: 25.1.2022.

BBC Travel. 2019. In Spain, a celebration of victory over death. Luettavissa: <https://www.bbc.com/travel/article/20190815-in-spain-a-celebration-of-victory-over-death>. Luettu: 27.3.2022.

Body Worlds. 2022. A Journey Under the Skin. Luettavissa: <https://bodyworlds.com/exhibitions/human/>. Luettu: 14.1.2022.

Business Finland. Vastuullisuus. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/kestava-matkailu-lyhyesti>. Luettu 6.1.2022.

Bran Castle. 2013. A History of Dreads in Transylvania. Luettavissa: <http://www.bran-castle.com/history-of-dreads.html>. Luettu: 21.3.2022.

Broweus, N., Hultén, B. & Van Dijk, M. 2009. Sensory Marketing. Palgrave Macmillan. UK.

Culture Trip. 2018. How to Celebrate Life at Spain's Near Death Festival. Luettavissa: <https://theculturetrip.com/europe/spain/articles/resurrected-what-to-know-about-spains-annual-coffin-festival/>. Luettu: 27.3.2022.

Craig, D. & Thompson, C. 2012. Surrealist Pilgrims, Melting Clocks in Marble Halls: Dark Tourism for a Postmodern World. Teoksessa Moufakkir, O. & Burns, P. Controversies in Tourism, s. 174-185. CABI International. UK.

Dale, C. & Robinson, N. Dark Tourism. Teoksessa Robinson, P. Heitmann, S. & Dieke, P. Research Themes for Tourism, s. 205-217. CAB International. UK.

Deutsches Spionage Museum. 2022. Museum. Luettavissa: <https://www.deutsches-spionagemuseum.de/en/museum>. Luettu: 27.3.2022.

Digi2Market s.a. Innovatiivisia työkaluja yritysten markkinointiin. AR/VR/360. Luettavissa: <https://digi2market.karelia.fi/ar-vr-360/>. Luettu: 26.11.2021.

Evermind – Tietoa Mielestä. Maslow'n tarvehierarkia 2.0 – Ajattele tikkaita, unohda pyramidi ja muista kuudes taso. 2020. Luettavissa: <https://www.evermind.fi/maslown-tarvehierarkia-2-0/>. Luettu: 28.2.2022.

Experience First. 2021. JFK Assassination Tour. Luettavissa: <https://www.exp1.com/dallas-tours/jfk-assassination-tour/>. Luettu: 10.11.2021.

Foley, M. & Lennon, J. 2000. Dark Tourism. The Attraction of Death and Disaster. British Library Cataloguing-in-Publication Data. NY.

FlanderFields s.a. In Flanders Fields Museum. Luettavissa: <https://www.flanders-fields.be/en/do/flanders-fields-museum>. Luettu: 27.3.2022.

Flipsnack. 2022. Luettavissa: <https://www.flipsnack.com/>. Luettu: 17.2.2022.

Gao, J., Ma, J. & Scott, N. 2017. Visitor Experience Design. GABI Series in Tourism Management Research. DataSet Ltd. UK.

History. Alk 2009, päiv. 2021. Pearl Harbor. Luettavissa: <https://www.history.com/topics/world-war-ii/pearl-harbor>. Luettu: 25.1.2022.

Hooper, G., & Lennon, J. J. (Toim.). 2016. *Dark tourism: Practice and interpretation*. Routledge.

Hovi, Tuomas. 2011. Synkkä Turismi. Sanajalka 53. Turun Yliopisto.

Interrail Eurail. 6 Scary Destinations for Dark Tourists. Luettavissa: <https://www.interrail.eu/en/plan-your-trip/trip-ideas/recommended-routes/classic-routes/dark-tourism-places-europe>. Luettu: 17.2.2022.

Jack the Ripper Museum. 2020. Explore our Museum. Luettavissa: <https://www.jacktherippermuseum.com/>. Luettu: 28.3.2022.

JAMK s.a. Opinnäytetyön ohjaajan käsikirja. Luettavissa: <https://oppimateriaalit.jamk.fi/yamk-kasikirja/kirjallisuuskatsaukset/>. Luettu: 17.3.2022.

Kanava. 2022. Asiakasprofiili tehostaa viestintää ja markkinointia. Luettavissa: <https://kanava.to/asiakasprofiili/>. Luettu: 27.1.2022.

Kent Online. 2017. The War and Peace Revival show will be held at the Hop Farm Family Park, Paddock Wood, after being at Folkestone Racecourse. Luettavissa: <https://www.kentononline.co.uk/whats-on/news/war-and-peace-revival-revives-its-hop-farm-base-119590/>. Luettu: 29.3.2022.

Laurikainen, H., Rätty, M., Saarela, J. & Sivonen, S. 2015. Aistien-menetelmä. Laurea-ammattikorkeakoulu. Grano Oy. Kuopio.

Les Catacombes De Paris. 2018. Site History. Luettavissa: <https://www.catacombes.paris.fr/en/history/site-history>. Luettu 10.11.2021.

Masterclass. A Guide to the 5 Levels of Maslow's Hierarchy of Needs. 2020. Luettavissa: <https://www.masterclass.com/articles/a-guide-to-the-5-levels-of-maslows-hierarchy-of-needs#what-is-maslows-hierarchy-of-needs>. Luettu: 28.2.2022.

Min, J., Thapa-Magar, A. & Yan, K. 2021. Dark tourism segmentation by tourists' motivations for visiting earthquake sites in Nepal: implications for dark tourism. Asia Pacific Journal of Tourism Research. University of North Texas, Denton, TX, USA

Motv 2022. KvaliMotv. Luettavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html. Luettu: 17.3.2022.

Netflix. 2018. Dark Tourist.

Pexels 2022. Persona Photos. Luettavissa: <https://www.pexels.com/search/persona/>. Luettu: 7.3.2022.

Reilun Matkailun Yhdistys. 2019. Mitä on Reilu Matkailu? Luettavissa: <https://www.reilumatkailu.fi/mita-on-reilu-matkailu/>. Luettu: 17.2.2022.

Rove. 2021. Festival of Near-Death Experiences 2022. Luettavissa: <https://rove.me/to/spain/festival-of-near-death-experiences>. Luettu: 27.3.2022.

Sharpley, R. & Stone, P. 2009. The Darker Side of Travel. Channel View Publications. UK.

Strawberry Tours. 2020. The Ultimate Guide to visiting the Jack the Ripper Museum. Luettavissa: <https://strawberrytours.com/london/museums/jack-the-ripper-museum>. Luettu: 28.3.2022.

Taloustutkimus. 2020. Mitä segmentointi tarkoittaa ja mitä sillä tekee. Luettavissa: <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/mita-segmentointi-tarkoittaa-ja-mita-silla-tekee.html>. Luettu: 27.1.2022.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. House of Finland. Sevenprint Ltd. Rovaniemi.

The Amsterdam Dungeon. 2022. Shows at the Amsterdam Dungeon. Luettavissa: <https://www.thedungeons.com/amsterdam/en/what-is-the-dungeon/the-dungeon/all-shows/>. Luettu: 21.3.2022.

The Guardian. 2018. 20 of the Worlds Creepiest Museums. Luettavissa: <https://www.theguardian.com/travel/2018/oct/31/20-of-the-worlds-creepiest-museums>. Luettu: 14.1.2022.

The Torture Museum. 2011. Museum of Torture Instruments. Luettavissa: <http://museumtortury.cz/en/index.html>. Luettu: 14.1.2022.

The Travel. 2019. Extreme Tourism: 10 Of The Most Dangerous Places In The World Only The Brave Dare Visit. Luettavissa: <https://www.thetravel.com/extreme-tourism-dangerous-places-world/>. Luettu 6.1.2022.

Tietoarkisto s.a. Laadullinen sisällönanalyysi. Luettavissa: Laadullinen sisällönanalyysi - Tietoarkisto (tuni.fi). Luettu: 17.3.2022.

Titanic s.a. World's Largest Museum Attraction. About Titanic. Luettavissa: <https://titanicbranson.com/about-titanic>. Luettu 26.11.2021.

Travel Pulse. 2016. Janeen Christoff. Is Dark Tourism Safe? Luettavissa: <https://www.travelpulse.com/news/destinations/is-dark-tourism-safe.html>. Luettu: 6.1.2022.

Winchester Mystery House. 2022. History. Luettavissa: <https://www.winchestermysteryhouse.com/sarahs-story/>. Luettu: 14.1.2022.

Wikipedia. 2022. Berlin Spy Museum. Luettavissa: https://en.wikipedia.org/wiki/Berlin_Spy_Museum. Luettu: 27.3.2022.

World Travel Guide. 2021. The 9 Best Dark Tourism Spots in Europe. Luettavissa: <https://www.worldtravelguide.net/features/feature/the-9-best-dark-tourism-spots-in-europe/>. Luettu: 17.2.2022.

Liitteet

Liite 1. Opas moniaistillisiin Dark Tourism elämyksiin



ELÄMYKSISTÄ PIMEIMMÄT

Matkaopas moniaistillisiin Dark Tourism
elämyksiin

ALKUSANAT

Tervetuloa matkaoppaan uumeniin, jossa matkustamme Euroopan synkimpiin moniaistillisiin kohteisiin

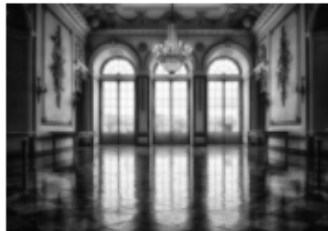
Maailman historiaan on mahtunut traagisia, ikäviä tapahtumia, joita tullaan tuskin koskaan unohtamaan. Erityisesti Euroopan rikas ja pitkä historia tarjoaa erinomaiset puitteet dark tourism matkakohteille, joista tunnetuimpia lienevät 2. maailmansodan aikaiset keskitysleirit. Tähän oppaaseen on kerätty 7 moniaistillisesti rikasta dark tourism matkakohdetta, jossa kaikki viisi aistia pääsevät mukaan elämyksen kokenemiseen.

Olen Kiia Miettinen, synkkään matkailuun hurahtanut matkailunliikkeenjohdon opiskelija, joka toivottaa sinut tervetulleeksi astetta synkemmälle Euroopan reissulle!



SISÄLLYSLUETTELO

Oppaaseen on kerätty seitsemän erilaista dark tourism-matkakohdetta, jotka saattavat olla ennestään tuttuja lukijoille. Tässä oppaassa kohteita on kuitenkin haluttu esitellä elämyksellisestä näkökulmasta, sekä korostaa moniaistillisuuden merkitystä matkakohteessa. Nautinnollisia lukuhetkiä!



1. THE AMSTERDAM DUNGEON

2. THE BRAN CASTLE

3. NEAR DEATH EXPERIENCE - FESTIVAALI

4. IN FLANDERS FIELDS - MUSEO

5. BERLIN SPY - MUSEO

6. JACK THE RIPPER - MUSEO

7. WAR AND PEACE REVIVAL

1. THE AMSTERDAM DUNGEON

The Amsterdam Dungeon on Alankomaiden pääkaupungissa sijaitseva "walk-through" (suom. käveltävä) elämys, joka esittelee historiaa erikoisella, interaktiivisella tavalla: näyttelijät, esitykset, immersiiviset kohtaukset ja erikoistehosteet simuloivat historiallisia pimeitä ja synkkiä aikoja seikkailuhenkisesti. Amsterdam Dungeon avasi ovensa vuonna 2005 sekä kyseinen Dungeon- konsepti on levinnyt muuallekin Eurooppaan, joista kuuluisin lienee The London Dungeon.



Amsterdam, Alankomaat

Vinkki: Muita Dungeon nähtävyyksiä löytyy myös muualta Euroopasta, kuten Berlinistä ja Hampurista. Dungeoneja sijaitsee myös Aasiassa sekä Yhdysvalloissa!



Amsterdam Dungeonissa vierailija pääsee kokemaan muun muassa kidutuskammion kauhuja, jossa mädäntyvän lihan haju valtaa hajuaistin kokonaan: visuaalisen kauhun sekä fyysisen, mutta turvallisen elämyksen lisäksi äänimaailman täyttää kylmäverisen kiduttajan lähenevät askeleet. Vierailijat pääsevät myös Doctor Deymanin leikkaussaliin, jossa pahamaineisen rikollisen Black Johnin ruumis lepää: mädäntyvien sisäelinten haju sekä leikkaussalin tunnelma pitävät kovanaamaisemmankin vierailijan varpaillaan.

2. THE BRAN CASTLE

Tämä historiallinen kansallismonumentti sijaitsee lähellä Branin kaupunkia, Romaniassa. Linnoitus sijaitsee Transilvanian ja Valakian rajalla, noin 762 metrin korkeudessa. Keski-aikeista arkkitehtuuria edustava linna valmistui vuonna 1382. 1400-luvulla erilaisia kertomuksia kerrottiin hallitsija Vlad Impalerin julmuudesta, jotka kulkivat kauhutarinoina aina 1800-luvulle saakka, jolloin Bram Stoker loi niiden pohjalta kuuluisan Draculan hahmon.

📍 *Bran, Romania*

Vinkki: Uskaltaudu myös Branin linnan lähetyvillä sijaitsevaan metsään, "The Hoia Baci", jota kutsutaan Romanian "bermudan kolmioksi" sen aavemaisen luonteen vuoksi. Tarinan mukaan metsään katosi paimen, jolla oli mukanaan 200 lampaan lauma.



Branin linnan johto pyrkii täydentämään fantastisen legendaarisen tarinan Transilvanian vanhasta keskiaikai-sesta linnoituksesta dokumentoimalla sen tarkasti ja yhdistämällä sen paikallisiin tapoihin. Tarina, joka herää henkiin kiertueen lopussa Aikatunnelissa, paikassa, jossa yön hahmot tekevät yhteistyötä historiallisten henkilöiden ja tapahtumien kanssa Euroopan museoalueen upeimmassa multimediaesityksessä. Alkuperäisen linnoituksen tunnelma, historian aiheuttamat kaiut linnoituksen seinissä sekä tuhansien tarinoiden luoma jännitys saavat vierailijan aistit valppaiksi. Autenttinen, melkein raaka ja koskematon linnoitus tarjoaa yllättävän aistirikkaan kokemuksen, joka huipentuu virtuaalikokemukseen linnan neljännessä kerroksessa.

3. NEAR DEATH EXPERIENCE - FESTIVAALI

Near Death Experience- festivaali tunnetaan paikallisesti nimellä Fiestas de Santa Marta de Ribarteme. Juhlinta järjestetään vuosittain 29. heinäkuuta Las Nievesin kylässä Espanjan ja Portugalin rajalla. Festivaali on suunnattu yksilöille, jotka ovat käyneet lähellä kuolemaa ja selvinneet siitä – juhlan ideana on juhlistaa elämää. Kyseinen festivaali järjestettiin ensimmäisen kerran 1100-luvulla, ja on ehdottomasti vierailun arvoinen, jos haluaa nähdä rajakokemus- kulttuuria läheltä sekä kuulla erilaisia rajakokemuksia eripuolilta maailmaa



📍 *Las Nieves, Espanja*

Vinkki: Alueelta löytyy laaja valikoima hotelleja sekä AirBnb-asuntoja, joissa voi majoittua festivaalin aikana!



Kaikki alkaa kovaäänisellä kirkonkellojen soitolla sekä pyhimyksen saattue soittaa festivaaliin sointuvaa musiikkia, joka merkitsee "hautajaisten" alkamista: viininmaistelun kera. Vuosittain noin 3000 ihmistä kerääntyvät katselemaan, kun osallistujat kiipeävät hauta-arkkuihin, joita heidän lähimmäisensä kantavat. Kuten useat espanjalaiset juhlinnat, kyseinen festivaali sisältää ruokailua ja juomaa, musiikkia, tanssimista sekä ilotulitteita. Maku- ja hajuelämykset, täyteläinen äänimaailma musiikin ja kirkonkellojen soidessa sekä aito elävältä hautaamisen tunne kuuman hauta-arkun sisällä eivät jätä osallistujaa kylmäksi aistittomuuden kannalta.

4. IN FLANDERS FIELD - MUSEO

Kyseinen museo, joka on omistettu ensimmäisen maailmansodan tutkimukselle, sijaitsee Ypresin kaupungissa Belgiassa. Noin 100 vuotta sitten Ypresin alue toimi tapahtumapaikkana yhdelle historian verisimmistä taisteluista ensimmäisen maailmansodan aikaan. Näyttely koskettavilla videoprojisoinneilla, ainutlaatuisilla äänitavilla ja huippuluokan multimediasovelluksilla upottaa vierailijan sodan rintamaelämään. Henkilökohtaisia tarinoita siitä, kuinka ensimmäinen maailmansota vaikutti monien kansallisuuksien elämään, kerrotaan esillä olevien monien esineiden, interaktiivisten installaatioiden ja näyttelyiden, sekä todenmukaisten hahmojen kautta sodan laajemmassa kuvassa

♥ *Ypres, Belgia*

Vinkki: Varmista museossa vieraillessasi, että et missaa Last Post -nimistä seremoniaa, joka tapahtuu Menin -portilla. Saavu paikalle noin klo 19:30 mennessä.

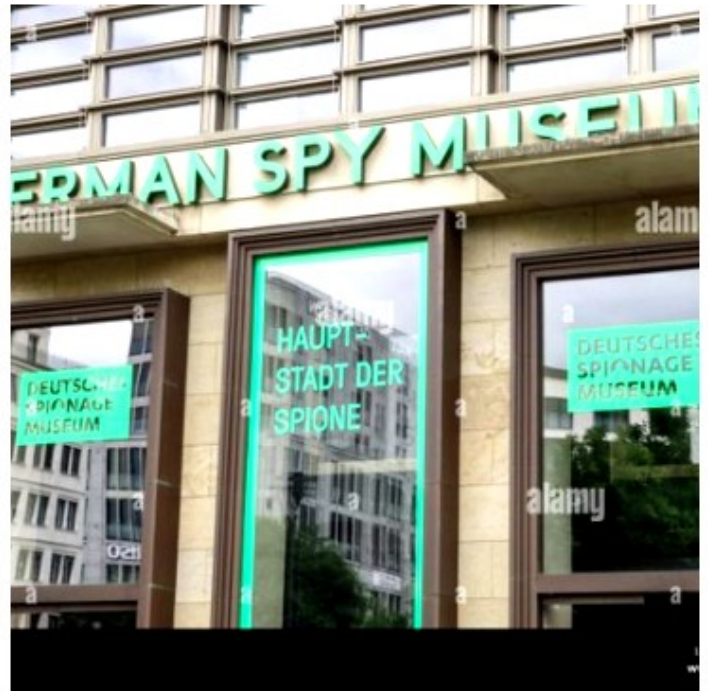


Jokainen vierailija saa myös unikkorannekkeen, jonka avulla hän voi löytää neljä henkilökohtaista tarinaa tavallisista yksilöistä suuressa sodassa. Aktivoimalla rannekkeen vierailija kykenee valitsemaan asetuskielen sekä luoda yhteyden sata vuotta sitten eläneisiin yksilöihin. Museon sanotaan sisältävän monia raikastavia elementtejä, jotka luovat vahvan lähtökohdan aistirikkaalle elämykselle.



5. BERLIN SPY - MUSEO

Saksan, sekä keski-Euroopan ainoa vakoojamuseo, sijaitsee keskeisellä paikalla Potsdamer Platzin alueella Berliinissä. Museo toimii oppilaitoksena, jonka pysyvät näyttelyt yhdistävät vuosisatojen vakoilutarinoita ja -taktiikoita sekä upottavat kävijät multimediatekniikaksi. Museo keskittyy erityisesti maailmansotiin sekä kylmään sotaan 1000 erilaisen näyttelyn ja esineen kautta. Näyttelyt on sijoitettu kronologiseen järjestykseen, luoden fyysisen aikajanan, jonka läpi vierailijat voivat kävellä, alkaen antiikin salaisista kirjoituksista ja päättyen viimeaikaiseen NSA-keskusteluun.



Berliini, Saksa

Fun fact: . Museon sijainti on merkittävä, sillä se sijaitsee Itä- ja Länsi-Berliinin aikoinaan jakaneen muurin reunalla!



Vierailijan elämys alkaa jo museon sisäänkäynnillä, jossa asetetut turvakamerat luovat pohjaa valvonnan, tiedonkeruun ja turvallisuuden ongelmakohtille. Kaikilla aisteilla koettava, pysyvä näyttely paljastaa näyttäviä salaisia operaatioita ja salaperäisiä vakoilutapauksia historiasta. Alkuperäisiä esineitä on kerätty vuosien varrella näyttelyitä varten: hajujen talteenotto (eng. The Odour Capture) oli tekniikka yksilöiden vangitsemiseen ja jäljittämiseen heidän tuoksujensa avulla. Stasi, salainen poliisijärjestö, joka syntyi Saksan demokraattisen tasavallan perustamisen yhteydessä, käytti tätä tekniikkaa kylmän sodan aikana tutkimusvälineenä vastustajan identiteetin selvittämiseksi. Yksi näistä hajupurkkiartefakteista on esillä Berliinin vakoojamuseossa.

6. JACK THE RIPPER - MUSEO

Varhain aamulla 31. elokuuta vuonna 1888 Charles Cross-niminen mies oli matkalla töihin, kun hän kompastui naisen ruumiiseen Durward Streetillä Lontoon East Endissä. Naisesta ei aluksi tiedetty paljon mitään, mutta nykyään hänet tunnetaan kaikkialla maailmassa Viiltäjä-Jackin ensimmäisenä uhrina. Vierailija astuu ajassa taaksepäin vuoden 1888 Lontooseen, maailman suurkaupunkiin, jossa tapahtuivat kaikkien aikojen suurimmat, ratkaisemattomat rikokset.

📍 *Lontoo, Englanti*

Fun fact: Museosta löydät esimerkiksi poliisin alkuperäinen hätäpilli, jolla komisario Watkins hälytti apua löydettyään Viiltäjä-Jackin toisen uhrin.



Jack the Ripper- museo sijaitsee historiallisessa viktoriaanisessa rakennuksessa Whitechapelin sydämessä, Englannin pääkaupungissa Lontoossa. Museo kattaa kuusi eri kerrosta ja on täynnä lukemattomia esineitä, tavaroita ja näyttelyitä, joita ei ole koskaan aiemmin esitelty yleisölle. Museosta löytyy esimerkiksi alkuperäisiä sanomalehtileikkeitä, jotka käsittelevät Whitechapelin murhia.

Kun vierailija kävelee huoneesta huoneeseen, häntä vallataan kaikenlaisilla äänillä, tuoksuilla ja näkymillä siitä, miltä olisi tuntunut olla todistamassa Viiltäjä-Jackin rikoksia. Murhat synnyttivät satoja teorioita, kirjoja ja elokuvia, joista jokainen yritti ratkaista edelleen mysteerinä pysyneitä rikoksia – pystyvätkö vierailijat ratkaisemaan Viiltäjä-Jackin henkilöllisyyden?

7. WAR AND PEACE REVIVAL

War and Peace Revival on Englannin maaseudulla tapahtuva erikoislaatuinen festivaali, joka sisältää sotilasajoneuvoja panssarivaunuista lentokoneisiin sekä elävän historian uudelleenesitystä ensimmäisestä maailmansodasta uudempiin konflikteihin. Tämä suurenluokan tapahtuma järjestetään vuosittain Paddock Wood -nimisessä pikkukylässä heinäkuun loppupuolella – vuosittain noin 80 000 dark tourism- matkailijaa saapuu paikalle tekeytymään sotilaksi eri sodista, eri puolilta ja eri aikakausilta.



📍 Kent, Englanti

Vinkki: Itse tapahtuma-alueella suihkutiloja ei ole, joten varauduthan pakkaamaan deodorantin mukaan!



Festivaalissa osallistujat pääsevät kokemaan hyvin autenttisen sodanaikaisen maailman, jossa mutainen maasto sekä vaativatkin sääolosuhteet eivät estä menoa. Tapahtumassa ruokaa ja juomaa tarjotaan autenttisesti ulkoilma-ruokalassa, sekä esimerkiksi peseytymismahdollisuudet ovat minimaaliset. Illan hämärtyessä festivaaliin osallistujat kokoontuvat yhteen nauttimaan illallisesta, live-musiikista sekä viihteestä. Sodassa käytettyjen aseiden paukkupanosten meteli, ruudin tuoksu, vaativa, usein mutainen maasto sekä autenttinen sodanaikainen ruokakulttuuri muodostavat elämyksen, joka koetaan jokaisella aistilla.

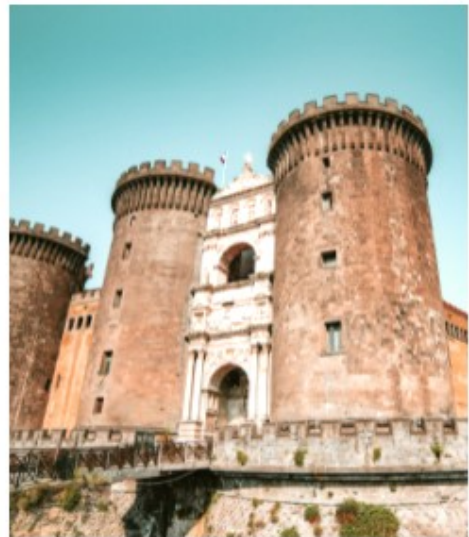
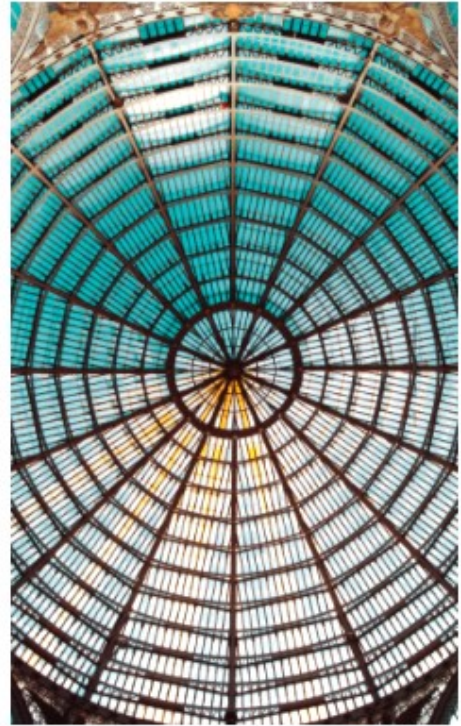
LOPPUSANAT

Elämykset ovat matkailun suola ja sokeri, sekä niitä voidaan havitella myös synkemmistä matkakohteista. On tärkeää oppia maailmanhistorian pimeästä puolesta, ja mikä olisikaan parempi tapa tutustua näihin tapahtumiin kuin niissä vierailemalla - unohtamatta paikallisen kulttuurin sekä luonnon kunnioitusta.

Toivon, että oppaani avulla löydät omanlaisesi kohteen sekä näet sen traagisen historian eri valossa - elämyksellisessä valossa.

Elämyksellisin terkuin,

KIIA MIETTINEN



YHTEYSTIEDOT

✉ kiiamiet@gmail.com

☎ 040 415 7978

KIITOS!

“
TO TRAVEL, TO EXPERIENCE AND LEARN:
THAT IS TO LIVE “

Tenzing Norgay

