

KIVISTÄ MUINAISUUTTA

Kuppikiven ja lapinraunion tarinapolut

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Matkailun koulutusohjelma
Elämysmatkailu
Opinnäytetyö
Kevät 2015
Sointu Pajunen

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

PAJUNEN, SOINTU:

Kivistä muinaisuutta
Kuppikiven ja lapinraunion tarinapolut

Elämymatkailun opinnäytetyö,

41 sivua, 19 liitesivua

Kevät 2015

TIIVISTELMÄ

Kulttuurin tuotteistamiseen on kiinnitetty yhä enemmän huomiota matkailussa. Esihistoriallisten eli kivilautisten ja varhaismetallikautisten kohteiden tuotteistaminen matkailukäyttöön on lisääntymässä. Ihminen kaipaa menneisyyteen, koska tulevaisuus on epävarmaa. Muinaisuus kiehtoo nykyihmistä. Menneisyyden myytit tarjoavat käyttökelpoista materiaalia matkailulle.

Matkailussa perinteisen tuotekehittelyn ohelle on noussut elämysten tuottaminen, palvelumuotoilu sekä tarinat. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin kulttuurimatkailua, tuotekehitystä, tarinoiden käyttöä ja tarinallistamista eli tarinalähtöistä palvelumuotoilua. Yksi osa tarinallistamista ovat tarinapolut eli palvelun tarinakäsikirjoitukset, joissa hyödynnetään draaman kaarta.

Tässä opinnäytetyössä laadittiin kaksi esihistoriallista tarinapolkua. Työn toimeksiantajana toimi Muinaismatkat Oy, joka toteuttaa retkiä ja matkoja historiallisiin ja esihistoriallisiin kohteisiin. Riitti raunioilla – tarinapolku liittyy lapinraunioon eli sisämaassa esiintyvään kiviröykkiöön, joka oli ladottu upean vesinäköalan äärelle. Kivi, korppi ja kuppi – tarinapolku kytkeytyy kuppikiviin eli uhrikiviin, joille tuotiin uhreja hyvän sadon toivossa. Tarinapolkuja voidaan muokata tilanteen mukaan.

Asiasanat: tarinallistaminen, tarinapolku, kuppikivet, lapinrauniot

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

PAJUNEN, SOINTU:

Rocky past
Story paths of sacrificial stone and
Lapp cairn

Bachelor's Thesis in Experience Tourism 41 pages, 19 pages of
appendices

Spring 2015

ABSTRACT

In the tourism industry more and more attention has been paid to productization of culture. Productization of the prehistoric sites for tourism is increasing. Man is longing for the past, because the future is uncertain. The ancient fascinates modern man. Past myths provide a useful resource for tourism.

Along with the more traditional method of product development the production of experience or dreams, service design, as well as stories has increased in tourism. The theoretical part of the thesis deals with cultural tourism, product development, the use of stories and story based service design. One part of the story based service design is the story paths or service story scripts that take advantage of the drama cycle.

Two prehistoric story paths were made in this thesis. The client of the thesis is Muinaismatkat Oy, which offers guided excursions and tours to prehistoric and historic destinations. 'Rites by the Ruins' story path is related to the Lapp cairn. A Lapp cairn is a round burial mound made of stones. Lapp cairns can be found in the lovely lake scenery in the middle parts of Finland. 'Rock, Raven and Cup' story path is based on sacrificial stones. In the past people brought sacrifices to the sacrificial stone or offerings to secure good crops. Story paths can be modified for various situations.

Key words: story based service design, story path, sacrificial stones, Lapp cairns

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	MATKAILUA KULTTUURIN VUOKSI	4
2.1	Kulttuurimatkailu	4
2.2	Kulttuurimatkailun nykytila	6
2.3	Historiamatkailu	8
2.4	Esihistorialliset kohteet matkailukohteina	10
3	TUOTEKEHITTELY	12
3.1	Tuotekehittelyn prosessi	12
3.2	Tarina tuotteessa	15
3.3	Tarinallistaminen	18
4	TARINALLISTAMINEN JA TARINAPOLUT	22
4.1	Muinaismatkat Oy ja sen ydintarina	22
4.2	Kuppikiven ja lapinraunion tarinapolkujen rakentaminen	26
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	31
	LÄHTEET	35
	LIITTEET	42

1 JOHDANTO

Kulttuurin tuotteistamiseen on kiinnitetty yhä enemmän huomiota matkailussa. Kuitenkin paljon mahdollisia kulttuurimatkakohteita on tuotteistamatta. Matkailijoita kiinnostaa matkailutarjonta, jossa on historiallisia, kulttuurisia sekä maisemaan liittyviä vetovoimatekijöitä.

Opinnäytetyöhön liittyen selvitin Etelä-Savon kulttuurimatkailutarjontaa sekä perehdyin alueen esihistoriaan ja historiaan.

Kulttuurimatkailutuotteita on tarjolla, mutta esihistoriallisiin kohteisiin liittyviä tuotteita oli vähän. Osasyynä vähäiseen esihistorian tuotteistamiseen matkailukäyttöön lienee se, että kohteissa vierailu vaatii osaavaa opastusta ainakin maallikolle, joka ei arkeologiaa tai esihistoriaa tarkemmin tunne.

Etelä-Savon alueella on useita esihistoriallisia potentiaalisia matkakohteita. Keskustelut arkeologian harrastajien kanssa johdattelivat vähän tuotteistettujen lapinraunioiden ja kuppikivien pariin. Tutustuin lapinraunioihin ja kuppikiviin teoreettisesti sekä käymällä useamman kohteen luona. Haasteena kyseisissä kohteissa on se, että itse kohde on ”nopeasti nähty”.

Lapinrauniolla tarkoitetaan sisämaassa esiintyviä kiviroykkiöitä, joita on alettu rakentaa ilmeisesti kivikauden lopulla (Perttola 2005, 4-9).

Lapinrauniot on ladottu kallioille, joista on aikoinaan avautunut upea vesinäköala (Taavitsainen 2003, 4; Saipio 2011, 19). Lapinrauniot ovat todennäköisesti hautaraunioita (Perttola 2005, 5-6). Hautana lapinraunio liittyyne vainajien palvontaan ja vainajauskoon. Näkyvät, avaralle paikalle ladotut rauniot ovat olleet yhteisön reviirimerkkejä, jotka osoittivat maanomistusta tai hallintaa. Röykkiön vainaja valvoi myös jälkeläistensä onnea. (Taavitsainen 2003, 13.) Lapinraunioista käytetään myös nimityksiä lappalaisen hauta ja metelinkiuas (Lehtinen 1989, 94), munkkilaisten muuri, jättiläisraunio ja metelinraunio (Perttola 2009, 63).

Kuppikiviä eli kiviä ja kalliopintoja, joihin on työstetty pieniä kuoppamaisia syvänteitä, on löydetty peltojen ja pronssikautisten kalmistojen ja/tai asuinpaikkojen läheltä (Lehikoinen 2011, 306–307). Kuppikivien kupit ovat yleensä syvyydeltään 0,5-5 cm ja halkaisijaltaan 3-10 cm. Suurimmat kupit on todennäköisesti tehty hakkaamalla tai kairaamalla kivellä tai rautaesineellä, ja lopuksi kupit on hiottu veden ja/tai hiekan ja puun avulla. Kuppikiven kuppi on pohjaltaan sileä, ja se on muodoltaan symmetrinen. (Poutiainen & Siljander 2009, 102–103). Suomessa kuppikiviä on pidetty maanviljelykulttuuriin liittyvinä palvontapaikkoina. Kansanperinteen mukaan vielä 1900-luvulla on uhrattu kuppikiville. (Korpela 2012, 18.) Kuppikiville tuotiin maan, veden ja metsän esikoisantimet. Sukujen oletetaan käyneen kuppikivien luona tietyn väliajoin syömässä. Vainajille uhrattiin esimerkiksi viljaa, jotta vainajat pitäisivät huolta suvun menestyksestä. (Lehikoinen 2011, 306–307.) Poutiainen ja Siljander (2009, 107–109) lainasivat Aarne Äyräpään 1940-luvulla tekemää arviota kuppikivistä, jonka mukaan kuppikivien luona tehtiin myös parannustaikoja. Kuppikivistä käytetään myös nimityksiä kuoppakivi ja uhrikivi (Miettinen 1997, 19).

Suomessa toimii muutamia matkanjärjestäjiä, jotka ovat keskittyneet esihistoriallisiin ja historiallisiin kohteisiin. Matkat ovat yleensä suunnattu asiantuntijaryhmälle, joilla on jo osaamista ja tietoa historiaan liittyen. Yksi tällainen matkanjärjestäjä on Muinaismatkat Oy, jolla on toimintaa myös Etelä-Savossa. Muinaismatkat Oy:n edustaja lupautui opinnäytetyön toimeksiantajaksi ja yhteistyökumppaniksi.

Muinaismatkat Oy on toteuttanut esihistoriaan liittyviä matkoja vuodesta 2007 lähtien. Muinaismatkat Oy toimii Suomessa ja lähialueilla. Yritys tekee yhteistyötä alan tutkijoiden, asiantuntijoiden, harrastajien sekä järjestöjen kanssa. Muinaismatkat Oy järjestää matkoja, tuottaa esitelmiä, konsultoi sekä järjestää virkistyspäiviä. Asiakasryhmille räätälöidään heidän tarpeisiinsa soveltuva tuote. (Muinaismatkat, 2014a)

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa kuppikiviin sekä lapinraunioihin liittyvät tarinapolut, joita toimeksiantaja Muinaismatkat Oy voi hyödyntää

toiminnassaan ja muokata matkakohteeseen ja -tilanteeseen sopiviksi. Tarinapolut on ajateltu soveltuvan parhaiten yritysten ja yhteisöjen virkistyspäiviksi. Käytännössä mikä tahansa kuppikivi tai lapinraunio voisi toimia matkakohteena. Tarinapolku voidaan muokata kuhunkin tilanteeseen sopivaksi. Hyödynnän soveltaen Kalliomäen (2014) tarinallistamisen menetelmää ja erityisesti palvelun tarinakäsikirjoittamista. Opinnäyte ei kata Muinaismatkat Oy:n brändäämistä.

Opinnäytteessä käsitellään aluksi kulttuurimatkailua, tuotekehitystä tarinallistamisen kautta sekä tarinallistamista. Käytännön toteutuksessa perehdytään yrityksen taustaan ja nykytilaan sekä rakennetaan lapinraunioihin ja kuppikiviin liittyvät tarinapolut. Tarinapoluissa hyödynnetään osin suomalaista mytologiaa eli jumaltarustoa. Varsinaista mytologian esittelyä ei opinnäytetyössä ole. Opinnäytteen tuloksena syntyy kaksi esihistoriallista tarinapolkua. Polut sisältävät sekä faktaa että fiktiota.

2 MATKAILUA KULTTUURIN VUOKSI

Kulttuuri on kuulunut matkailuun vuosisatojen ajan. Kulttuurin kulutus kasvaa myös osana matkailua. Matkoihin yhdistetään mielellään kulttuurikohteissa vierailuja. Suomessa kulttuurimatkailun kehittämistä koordinoidaan ja ohjataan valtakunnallisen katto-ohjelman, Culture Finlandin, avulla (Visit Finland 2015). Historiamatkailu kulttuurimatkailun muotona usein perustuu historiallisten ja esihistoriallisten kohteiden tuotteistamiseen. Suomessa on useita historiallisia, vähän tunnettuja kohteita, joita voitaisiin hyödyntää matkailukohteina. Tällaisia ovat esimerkiksi esihistorialliset kuppikivet ja lapinrauniot.

2.1 Kulttuurimatkailu

Kulttuuri on sosiaalisesti välittynyt kokonaisuus. Kulttuuri kattaa toiminnan, taiteen, uskomukset, tavat sekä kaikki muut ihmisten aikaansaamat tuotteet ja sen, mikä katsotaan olevan luonteenomaista tietylle yhteisölle. Kulttuurimatkailu kattaa kaikki nähtävyydet, jotka ihminen on luonut. (Kastarlak & Barber 2012, 60–61.)

Kulttuurimatkailussa tuotetaan matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille liiketoiminnallisin perustein hyödyntämällä ja arvostamalla alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja.

Kulttuurimatkailun tavoitteena on luoda elämyksiä ja mahdollisuus tutustua kulttuurisiin voimavaroihin, oppia niistä tai osallistua niihin.

Kulttuurimatkailun voimavarat muodostuvat kaikesta ihmisen aikaansaamasta ja muokkaamasta kuten esimerkiksi arkeologiset kohteet, museot, kulttuurimaisemat, rakennettu ympäristö, kieli, maut, perinteet, tavat, arvot, aatteet, taide ja tapahtumat. (Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & toimenpideohjelma vuosille 2007–2013, 2006, 91.)

Kulttuurimatkailua on määritelty sekä teknisesti että käsitteellisesti.

Tekninen määritelmä kuvaa kulttuurimatkailun olevan arjen normaalien rutiinien ulkopuolisia vierailuja kulttuurisissa kohteissa kuten taiteilijoiden esiintymisissä, taiteen esitystiloiissa ja historiallisissa paikoissa.

Käsitteellinen määritelmä kulttuurimatkailusta on henkilöiden matkustamista normaalin arjen ulkopuolisella ajalla matkustuskohteen kulttuurisen vetovoiman vuoksi. Käsitteellisen määritelmän mukaan matkailuun liittyy matkailijan motivaatio, joka pohjautuu kulttuurisiin tekijöihin. (Richards 2005c, 23–24.)

Ensimmäisiä kulttuurimatkailijoita Euroopassa olivat pyhiinvaeltajat. 1600-luvulta lähtien eurooppalaiset ylhäisöön kuuluvat oleskelivat ulkomailla sivistymässä opettajan johdolla osana koulutustaan. 1700- ja 1800-luvulla perustettiin ensimmäisiä museoita. 1800-luvulla Thomas Cook aloitti pakettimatkojen tuottamisen. Pakettimatkat sisälsivät kulttuurikohteita. Kulttuurimatkailu olikin tärkeää Euroopassa ensimmäiseen maailmansotaan asti. Sodan jälkeen matkailu muuttui suurelta osin pohjoiseurooppalaisten lomailuksi Etelä-Euroopan aurinkoisella hiekkarannikolla. 1970-luvun loppuun mennessä matkailusta oli tullut maailmanlaajuinen elinkeino, jonka myönteisiin ja kielteisiin vaikutuksiin alettiin kiinnittää huomiota. Massamatkailun kielteiset vaikutukset kulttuuriin ja ympäristöön alettiin ottaa tosissaan. Matkailijat kyllästyivät pelkkien hiekkarannikoiden ahtauteen ja alkoivat etsiä kulttuurikohteita niiden rinnalle. Kulttuuri oli pitkään niin sanottua korkeakulttuuria ja pienen eliitin harrastus. Toisen maailman sodan jälkeen työväenluokkaa pyrittiin sivistämään ja luomaan yhteistä kansallista identiteettiä korkeakulttuurin tarjoamisen avulla. Tämän takia monet valtiot lisäsivät kulttuurin rahoitusta. Museot erikoistuivat, ja julkisesti rahoitetut kulttuurikohteet muuttuivat kaupallisimmiksi. (Richards 2005a, 11–18.)

Boniface (1995, 19–24) toi esille, että matkustaja matkustaa joko paetakseen tai kohdatakseen jotain, mikä miellyttää häntä. Pako arjesta on yksi syy matkustaa kulttuurikohteeseen. Tällöin kohteen on oltava riittävän erilainen matkustajan arkielämästä. Kulttuurikohteen asema voi vaikuttaa matkustushalukkuuteen. Matkustaja hakee itselleen arvostusta vieraillemalla kohteessa, jossa ”kaikki ovat käyneet”. Samaa tarvetta täyttää erilaisten matkamunistojen ostaminen, jotka toimivat todisteena ystäville kohteessa käymisestä. Kulttuurikohteisiin voi houkutella myös niihin liittyvät uskonnolliset ja hengelliset ominaisuudet. Kiinnostus

tutkimukseen ja sivistyminen sekä kohteen erityisyys ja yksinoikeus vierailu kohteella ovat syitä kulttuurimatkailuun. Matkustuksen helppous ja matkustusvälineen mukavuus houkuttelevat matkalle. Kulttuurimatkaan liittyvä ostoskierros ja ruokailu tuovat mielihyvää, ja osa matkailijoista haluaakin ohittaa kulttuurikohteen pikaisesti. Heille kuitenkin tulee jäädä tunne, että he ovat vierailleet kohteessa. Vierailukohteesta tulee saada sopivasti tietoa, jotta matkustaja voi valita vierailukohteensa ja toimia siellä asianmukaisesti.

Kulttuurimatkailukohteisiin liittyy sivistys ja tiedottaminen. Usein ongelma on se, että kohteen esittelijä korostaa omaa osaamistaan eikä osaa kommunikoida tavalla, joka kohtaisi osallistujan. Sivistyksen ja tiedottamisen keinoja ovat oppitunnit, vuorovaikutus kuvien avulla, kommunikaatiotyölin muuttaminen sekä uudenaikaisten kommunikaatiokeinojen kuten virtuaalilojen käyttö. (Boniface 1995, 81–88.) Kulttuurimatkailukohteen esittelijän tulee huomioida, että nykyään matkailijat haluavat itse olla toimijoina (Boniface 1995, 29).

Kulttuurimatkailukohteen tulee olla viihdyttävä. Yksi keino on tiedon helppo saatavuus. Perintökohteet sisältävät paljon viihdyttävää ainesta, koska ne eroavat luontaisesti nykypäivästä. Ne sisältävät myös paljon myyttejä, legendoja ja tarinoita, joita voi hyödyntää viihdyttämisessä. Etnisten ryhmien esitykset kuten perinteiset tanssit ja kansantaiteen esillelaitto tuovat esille etnisten ryhmien arvoa ja mahdollistavat heille tulojen saannin. Viihtymisen lisäämiseksi kulttuurikohteessa voi olla esityksiä, roolisuorituksia, osallistujien osallistamista eri rooleihin, kilpailuja, taisteluita ja keskusteluita. (Boniface 1995, 90–95.)

2.2 Kulttuurimatkailun nykytila

Kulttuurimatkailu on tunnustettu tärkeänä taloudellisen ja sosiaalisen muutoksen tekijänä Euroopassa. Kulttuurin kulutus on kasvanut ja matkailulla on tärkeä osa kulttuurin kulutuksessa. Yhä useampi kaupunki ja alue perustaa matkailun kehittämisstrategiansa kulttuuriperinnön

edistämiseen, ja kulttuurimatkohteiden määrä kasvaa nopeasti. (Richards 2005a, 10.)

Kulttuurimatkailun tarve ja tarjonta ovat monipuolisia, samoin kulttuurimatkailun kehittäminen. Kulttuurimatkailu ymmärretään elinkeinoksi, joka tuottaa tuloja ja työpaikkoja. Kulttuurimatkailu on laajentunut korkeakulttuurikeskeisyydestä populaarikulttuuriin ja suuntautunut yhä tarkemmille kohderyhmille. Samalla kulttuurimatkailutuotteista on tullut lisämauste ei-kulttuurimatkailijoille. Vain pienellä osa matkailijoista on matkustamisen motiivina kulttuuri. (Richards 2005b, 227–232.) Lehtimäen (2012, 10) tutkimuksessa todettiin, että matkailijaa kiinnostaa matkailutarjonta, jossa on yhteisiä historiallisia, kulttuurisia sekä maisemaan liittyviä vetovoimatekijöitä. Kulttuuri tulisi ymmärtää kaikille jollain tavalla kuuluvaksi. Kulttuurimatkailussa asiakkaan, esittelijän ja itse kulttuuriperinnön tarpeet kohtaavat. (Boniface 1995, 10.)

Kulttuurimatkailukohteet keskittyvät Euroopassa. Matkustajan on helpompi vieraila kohteessa, josta hänellä on etukäteistietoa kuin täysin tuntemattomassa kohteessa. Teknologian ja median merkitys kulttuurimatkailulle on suuri. Television kautta välitetyt baletti- ja oopperaesitykset lisäävät kyseisten taiteenalojen tunnettuutta, mutta ne eivät lisää juurikaan kävijämääriä. Median käyttö on erityisen tärkeää kohteissa, joissa ei ole esineitä nähtävillä kuten arkeologisissa kohteissa. (Richards 2005b, 237–240.)

Suomessa taustaorganisaationa matkailun kehittämisessä toimii Finpro ry, joka edistää suomalaisten yritysten kansainvälistymistä, kasvattaa ulkomaisten matkailijoiden virtaa Suomeen ja hankkii ulkomaisia investointeja. Matkailun kehittäminen Finpro Oy:ssä tapahtuu Visit Finland brändin alla. (Finpro 2015.) Visit Finlandin yhtenä tuotekehitysstrategiana on kulttuurimatkailun kehittämisstrategia, jonka tuoteteema on Culture Finland. (Visit Finland 2015.) Suomen matkailustrategiassa (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 40) todettiin, että suomalainen kulttuuri tulee painottumaan matkailussa. Myös matkailu luo taloudellisia edellytyksiä

säilyttää elinvoimainen suomalainen kulttuuri. Matkailun kehittämisessä painottuu suomalaisen kulttuurin yhdistäminen matkailupalvelukokonaisuuksiin.

Vesterinen (2010, 5-28) selvitti kahden pilottialueen avulla kulttuurimatkailun kehittämisen haasteita ja kehittämistarpeita. Kartoituksessa todettiin, että matkailu- ja kulttuuritoimijat haluavat yhteistyötä. Ongelmana on erityisesti yksittäismatkailijoille suunnattujen tuotteiden vähäisyys. Kehittämistarpeiksi nousi myös kulttuurimatkailun arvostamisen lisääminen, verkostoitumisen edistäminen, tuotetarjonta ja sen kehittäminen, tutkimustiedon kokoaminen, yrittäjyyden ja osaamisen vahvistaminen sekä kestävän matkailun ja laadun edistäminen. Lisäksi tarvetta on kehittää markkinointia ja myyntiä, innovoida uusia toimintamalleja, selkeyttää rahoitusmahdollisuuksia ja varmistaa saavutettavuus.

2.3 Historiamatkailu

Kulttuurimatkailussa yhdistyy menneisyys ja nykyisyys. Se kattaa vierailut menneisyyden kohteissa sekä nykyisen elämäntavan ja kulttuurin. Usea kulttuurihistoriallisesti arvokas kohde on vajaakäytössä matkailullisesti. (Itä-Suomen yliopisto/Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos & Lapin yliopisto/Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2013.)

Tärkeitä kulttuurimatkailun kohteita ovat historiaan ja esihistoriaan liittyvät kohteet. Historiamatkailussa keskeisimpiä käytettyjä menneisyyden aineksia ovat tapahtumat, rakennukset ja rakennelmat, henkilöt sekä luonnonhistoria (Kleemola 2004). Historiaan ja esihistoriaan perustuva matkailu edellyttää, että tutustumiskohteet ovat saavutettavissa. Olennainen historiamatkailun mahdollistaja on Muinaismuistolaki, joka säädettiin 1963. Muinaismuistolaissa todetaan, että

ilman tämän lain nojalla annettua lupaa on kiinteän muinaisjäännöksen kaivaminen, peittäminen, muuttaminen,

vahingoittaminen, poistaminen ja muu siihen kajoaminen kielletty. Kiinteitä muinaisjäännöksiä ovat:

1) maa- ja kivikummut, röykkiöt, kivikehät ja muut kiveykset ja kivilatomukset, jotka ovat ihmisten muinoin tekemiä;

2) pakanuuden aikaiset haudat ja kalmistot, myös sellaiset, joista maan pinnalla ei ole merkkejä;

3) kivet ja kalliopinnat, joissa on muinaisilta ajoilta kirjoituksia, kuvia tai muita piirroksia tahi maalauksia, hiomauria tai muita hionnan tahi hakkuun jälkiä taikka uhrikuoppia;

4) uhrilähteet, uhripuut, uhrikivet ja muut palvontapaikat sekä muinaiset käräjäpaikat;

5) muinaisilta ajoilta peräisin olevat asumusten jäännökset sekä asuin- ja työpaikat, niin myös muodostumat, jotka ovat syntyneet sellaisten asumusten tai paikkojen käyttämisestä;

6) muinaisaikaiset hylätyt linnat, linnamäet, linnoitukset, linnakkeet, vallit ja vallihaudat sekä niiden jäännökset, kirkkojen, kappeliin, luostarien ja muiden huomattavien rakennusten rauniot sekä muinaiset hautapaikat, jotka eivät ole seurakunnan hoidossa olevalla hautausmaalla;

7) kivet, ristit ja patsaat, jotka muinoin on pystytetty jonkun henkilön tai tapahtuman muistoksi tai uskomuksellisessa tarkoituksessa, samoin kuin muut sellaiset muistomerkit;

8) muinaisten huomattavien kulkuteiden, tienviittojen ja siltojen sekä vartiotuli- ja muiden sellaisten laitteiden jäännökset; sekä

9) kiinteät luonnonesineet, joihin liittyy vanhoja tapoja, tarinoita tai huomattavia historiallisia muistoja.

(Muinaismuistolaki 295/1963, 1-2 §.)

Käytännössä maakunnan liiton hyväksymässä maakuntakaavassa on näyttävä valtakunnallisesti ja maakunnallisesti merkittävimmät muinaisjäännökset. Lisäksi maakuntakaavan selostusosassa on oltava nimettynä kaikki maakunnan alueelta löydetyt ja sijaitsevat suojelukohteet, jotka täyttävät muinaismuistolain määritelmän. (Maiseman muisti 2001, 9-11.)

2.4 Esihistorialliset kohteet matkailukohteina

Esihistoriallisten kohteiden tuotteistaminen matkailukäyttöön on lisääntymässä. Menneisyyden myytit tarjoavat käyttökelpoista materiaalia matkailulle. Menneisyyttä voidaan muunnella ja muokata tosiasiallista menneisyyttä mielenkiintoisemmaksi ja tarkoituksenmukaisemmaksi, koska muuntelu on suunniteltu ja tehty nykyisyyttä varten. Kaipuu menneisyyteen, nostalgisuus, on yksi matkailun elämysteollisuuden innoituksen lähde. Nostalgisuus liittyy usein laaja-alaisiin yhteiskunnallisiin muutoksiin sekä tyytymättömyyteen nykyisyyttä kohtaan. Historiaa, perinnettä ja kulttuuria järjestellään jatkuvasti uudelleen. Epävarmuus tulevasta lisää tarvetta palata menneeseen ja tuttuun. Tällöin menneisyys on tavallaan muutoksen väline. Menneeseen palaaminen on myös matkajuuteen ja eksoottiseen. Menneisyys on nykyihmiselle vieras. (Petrisalo 2001, 119–138)

Menneisyyttä muistellaan, muutetaan, unohdetaan ja tulkitaan uudelleen. Muunnellut menneisyyden merkit tulevat ymmärrettävimmiksi, kun arvioidaan muutosta, nykyisiä arvoja, asenteita ja toimintoja. Menneisyydestä syntyy uusia tulkintoja, ja historia tulee osaksi nykypäivää. Tällainen muuntelu ja asenteet menneisyyttä kohtaan on luonteenomaista kehitysprosessia. Viihdeteollisuus on tuonut saataville kulttuurin tulvan, johon verrattuna oma arki voi tuntua vähäpätöiseltä. Omasta arjesta puuttuu tällöin elämykset. Liiallisen viihdetarjonnan ja jatkuvan yhteiskunnallisen kehittymisen seurauksena voi syntyä kulttuuriryhjiö, johon liittyy juurettomuutta ja arvokriisejä. (Petrisalo 2001,

107–109.) Menneisyyteen ja esihistoriaan palaaminen matkailun kautta voi tarjota uusia kokemuksia, elämyksiä sekä muutoshalua.

Koko Suomen alueella esihistoriallisia matkailutuotteita on vähän tarjolla. Todennäköisesti Suomen tunnetuin esihistoriallinen matkailukohde on Kierikkikeskus, joka esittelee elämää kivikauden Suomessa. (Oulun kaupunki 2015.) Toinen kivikautta kuvaava matkailukohde on Saarijärven kivikautinen kylä (Avoin museo-projekti 2004). Suuri osa kohteista löytyy arkeologian harrastajien tai ammattilaisten internetsivujen kautta. Museovirasto tarjoaa kootusti muinaispolkutietoa (Museovirasto, 2014.) sekä paikkatietokannan Suomen muinaisjäänöksistä (Museovirasto ja Maanmittauslaitos 2012). Lapin matkailussa on hyödynnetty arktista luontoa, kulttuuria, elämäntapaa, uskomuksia ja riittejä. Lapista löytyy monia uskomustarinoita ja muisteluksia hyödynnettäväksi matkailutuotteissa. (Lavia 2009, 37–38.)

Etelä-Savon kaupunkien Mikkelin, Savonlinnan ja Pieksämäen alueen matkailutuotteisiin perehtyminen vakuuttaa siitä, että esihistoriallisia kohteita on vähän tuotteistettu matkailukäyttöön. Savonlinnan seudulla ja Pieksämäellä ei löydy internetin kautta esihistoriaan liittyvää matkailutarjontaa. (Savonlinnan Seudun Matkailu Oy, 2015; Visit Pieksämäki, 2015.) Mikkelin alueella on tehty laajempi selvitys Mikkelin kulttuuriperintöohjelma, jonka tuloksia käytetään Mikkelin kehittämisessä. Esihistoriallisista kohteista esille nostetaan Astuvansalmen kalliomaalaukset, joiden matkailullista käyttöä aiotaan lisätä. (Puntanen & Hangasmaa 2013.) Astuvansalmen kalliomaalauksille on ollut kesäisin tarjolla risteilyjä kahdesti viikossa. Toinen risteilyistä on tuotteistettu Amatsoni-risteilyksi, jossa kalliomaalauksilla on teemaan liittyvä esitys. (Visit Mikkeli 2014b.) Lisäksi Muinaismatkat Oy järjestää retkiä esihistoriallisesti ja historiallisesti kiinnostaviin kohteisiin (Visit Mikkeli 2014a).

3 TUOTEKEHITTELY

Matkailupalvelun ja – tuotteen kehittäminen tapahtuu prosessimaisesti. Perinteisen prosessimaisen tuotekehityksen rinnalle on tullut elämysten tuottaminen, palvelumuotoilu, tarinat ja tarinallistaminen. Jensenin (2005, 2-5) mukaan nykyisin länsimaiselle ihmiselle rikkaus ei tule materiasta, vaan elämyksistä ja tarinoista. Elämme tarinayhteiskunnassa.

Perinteisen nuotiolla kerrottavien viihdyttävien ja kasvattavien tarinoiden lisäksi tarinoita hyödynnetään palvelujen ja tuotteiden myynnissä.

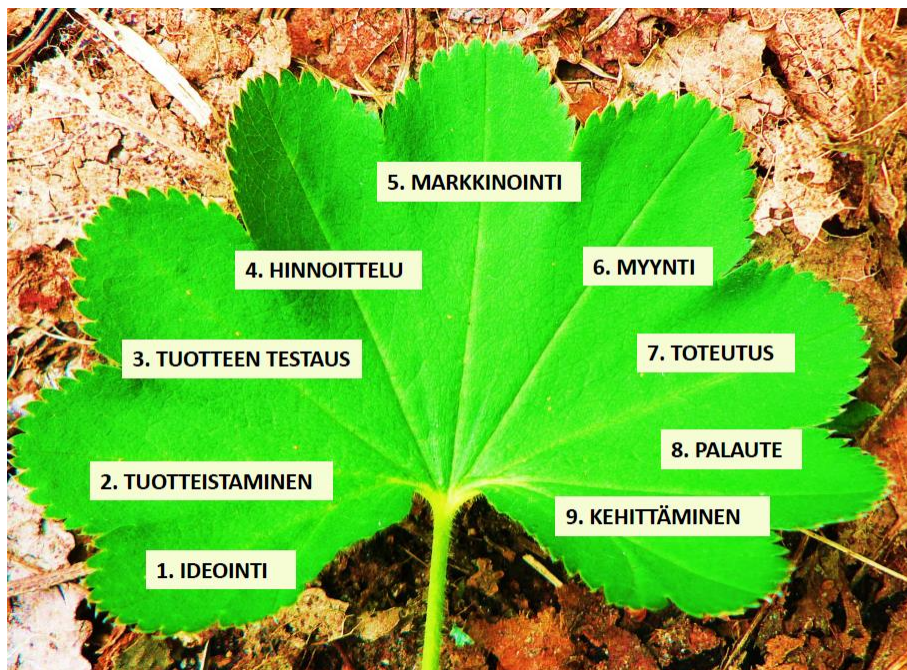
Palvelumuotoiluun on tuotu tarinallisuus tarinallistamisen kautta.

Tarinallistamisessa yrityksen ydintarina tuodaan esille ja sitä hyödynnetään kokonaisvaltaisen ja merkityksellisen palvelukokonaisuuden tuottamisessa. (Tarinakone 2015a.)

3.1 Tuotekehittelyn prosessi

Matkailutuotteen ja -palvelun kehittäminen vaatii useita eri vaiheita.

Suunnitteluprosessiin kuuluu ideointi, tuotteistaminen, tuotteen testaus, hinnoittelu, markkinointi ja myynti, toteuttaminen sekä palaute ja kehittäminen. (Verhelä & Lackman 2003, 76.) Alla olevassa kuviossa (KUVIO 1.) on kuvattu tuotekehittelyn vaiheet. Matkailutuote muodostuu useasta eri vaiheesta, jotka kaikki ovat tuottajalle erillisiä toimintaprosesseja. Asiakkaalle tuote on kuitenkin kokonaisuus. (Verhelä & Lackman 2003, 75.)



KUVIO 1. Tuotekehittelyn vaiheet (Pajunen 2015).

Edellä kuvatun perinteisen tuotekehityksen rinnalle on tullut viime vuosina elämysten tuottaminen ja palvelumuotoilu, erityisesti matkailualalla. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus on tuottanut elämysten suunnittelua ja tuotteistamista helpottamaan Elämyskolmio-mallin (OSKE 2011–2013).

Malli (KUVIO 2.) kuvaa tuotteen elementit, joiden avulla on mahdollista tarjota asiakkaalle elämyksiä sekä kuvauksen asiakkaan kokemuksen rakentumisesta. Mallin avulla voidaan analysoida ja kehittää tuotetta. Elämyksellinen tuote sisältää kuusi elementtiä, jotka ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Yksilöllisyys tarkoittaa tuotteen ainutlaatuisuutta, mikä näkyy myös asiakaslähtöisyytenä ja tuotteen muokattavuutena asiakkaan mukaan. Aitous viittaa uskottavuuteen. Moniaistisessa tuotteessa on hyödynnetty useita aisteja, ja ne on suunniteltu tukemaan haluttua teemaa. Elämyksellisen tuotteen tulee erota asiakkaan normaalista arjesta. Palveluntarjoajan on oltava vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, jotta

haluttu kokemus välittyy onnistuneesti asiakkaalle. Asiakkaan kokemus puolestaan etenee onnistuneessa elämyksessä motivoitumisen, kiinnostumisen ja aistimisen kautta tunne- ja muutoskokemukseen. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11–16.)



KUVIO 2. Elämyskolmio (Pajunen 2015, mukailtu Tarssanen & Kylänen, 2009, 11).

Jensen (2005, 2-5) toi esille käsitteen elämys- tai tarinayhteiskunta. Hän totesi, että rikkaus on lisääntynyt maailmassa. Kuluttajilla on varaa ostaa, mutta he odottavat nyt jotain muuta; tarinoita etiikasta ja arvoista. He odottavat tunteisiin kosketusta, ei järkeen vetoamista. Tuotteen tai yrityksen brändistä on tullut tunteellinen tarina, jolla myydään. Tarinan

avulla voidaan vedota tunteisiin. Mitä parempi tarina, sitä kalliimmalla tuotetta myydään. Aaltonen ja Heikkilä (2003, 79) totesivat, että nykyään tavaraa ei hankita tavaran vuoksi, vaan sen perusteella, minkä merkityksen yritys on saanut myytyä tavaran ”kylkiäisenä”. Tuotteen maine ratkaisee.

Tarina on osa tuotteen aitoutta. Yhtenäinen tarina tekee tuotteeseen liittyvästä kokemuksesta tiiviin ja mukaansatempaavan. Aito tarina antaa kokemukselle sosiaalista merkitystä ja sisältöä. Tarina antaa asiakkaalle syyn kokea tuote, ja se perustelee tekemisen järjestyksen. (Tarssanen & Kylänen 2009, 13.)

Kalliomäki (2014, 5-7) on kirjoittanut oppaan tarinoiden käyttämisestä kokonaisvaltaisesti palvelukokemuksen tuottamisessa ja johtamisessa. Hän on luonut tarinalähtöisen palvelumuotoilun mallin eli tarinallistamisen mallin, jossa tuotetaan elämyksellinen juoni yrityksen palveluihin. Palvelumuotoilun tavoitteena on luoda käyttäjälähtöinen, selkeä ja johdonmukainen palvelukokemus (Kulmat.fi 2015). Kalliomäen (2014, 5-16) mukaan tarinat sitovat yhteen tuotteistamisen, markkinoinnin ja palvelutapahtuman. Tarinalähtöisessä palvelumuotoilussa luodaan elämyksellisiä palvelukokonaisuuksia.

Tarinayhteiskunnan matkailutuotteet saavat sisältöään paikalliskulttuurista, perinteistä ja uskomuksista. Matkailijoita kiinnostavat perinteet ja perinteinen elämäntapa. Kotimaan matkailijat saattavat etsiä omia juuriaan ja omaa myyttistä menneisyyttään. (Lavia 2009, 37–38.) Mikä olisikaan rikkaampi elämyksellisen palvelukokonaisuuden lähde kuin suomalaisten muinaisusko ja tarinat.

3.2 Tarina tuotteessa

Hyvä tarina heijastaa maailmaa siten kuin me sen näemme. Tarinaa voi käyttää luomaan mielikuvaa yrityksestä, ja sillä voi motivoida ja sitouttaa henkilöstöä. Tarina tyydyttää kolmenlaisia tarpeita. Tarina tyydyttää tarvetta tuoda esille, että olen olemassa ja tärkeä. Se tyydyttää tarvetta

hahmottaa maailmaa. Lisäksi se vastaa kysymyksiin, mikä on elämän tarkoitus ja miten elämä alkoi. (Jensen 2002, 9-17.)

Torkki (2014, 112–118) totesi, että tarinankertoja keskittyy kuulijaan, joka saa jakamattoman huomion ja kokee itsensä tärkeäksi. Ihminen hakee turvaa kuulumalla johonkin. Hän kopioi toisia, ostaa, mitä muutkin, ja katsoo, minne muut menevät. Paras joukko syntyy sinne, missä on parhaiten kerrottu tarina. Tarinaan liittyy matkimisenhalu. Se välittää toimintamalleja. Tarina toisaalta pyhittää kohteensa. Tarinan kautta ihmiseen jää jokin usko. Tarina voi lumota. Jensenin (2002, 17) mukaan tarinan avulla ihminen voi vahvistaa asemaansa omassa heimossaan. Yksilön menestystarina voi kiinteyttää heimoa tai työyhteisöä.

Tarinoiden käyttö on ihmiselle tyypillistä. Tarinoiden avulla ihminen ymmärtää ja selittää omaa, toisten ja yhteisöjen elämää. Tarina on tapa kertoa merkityksellisistä asioista toisille, ja se on tapa kehittää organisaatiota. (Aaltonen & Heikkilä 2003, 11–15.) Kun ihminen rakentaa mielessään tarinan, mieli tunnistaa merkityksiä ja ihminen rakentaa hahmoja eli kokonaisuuksia tarinan elementeistä. Mieli etsii syy-seuraussuhteita erilaisista merkityksen sirpaleista. Tarinan vaikuttavuus syntyy merkitysten sirpaleiden suhteista toisiinsa. Tarinasta löytyy tunnistettava hahmo eli tuttu muoto. (Torkki 2014, 34–37.) Ihmiset kertovat tarinoita monimutkaisista ilmiöistä. Tarinat ovat osin puutteellisia, mutta ne soveltuvat perustelemaan valintoja ja tekoja. Ihminen pyrkii mielessään luomaan havainnoistaan selkeitä ja mielekkäitä tulkintoja ja pyrkii luomaan johdonmukaisen ja uskottavan tarinan. (Aaltonen & Heikkilä 2003, 122–126, 153.) Hyvä tarina muodostaa hahmon, jonka havaitsemista koituu ihmiselle mielihyvää (Torkki 2014, 59).

Tarina on tärkeä tiedon välittämisen keino. Osa tarinoista on säilynyt vuosisatojen ajan. Tällaisia tarinoita ovat faabelit eli vertauskuvalliset tarinat, myytit ja legendat. (Aaltonen & Heikkilä 2003, 126, 159–161.) Tarinoiden avulla sekä välitetään tietoa että sijoitetaan ihminen paikkaan ja aikaan. Tarina on tapahtumista ajassa. Ihminen välittää tarinan avulla merkitystä toiselle. Ihminen liittää tunteen ja merkityksen tarinaan. (Torkki

2014, 10–26.) Tarinaan liittyy aina myös arvoja. Kun tarinaa kerrotaan, kuvataan samalla tilannetta moraalisesta näkökulmasta. Arvot ovat sosiaalisesti rakentuneita ja ylläpidettyjä. (Aaltonen & Heikkilä 2003, 145.) Tarinan tulisi vastata Aaltosen ja Heikkilän (2003, 31) mukaan kysymyksiin, kuka olen, keitä olemme, ja mihin menemme.

Jensenin (2002, 27–39) mukaan tarinassa on kaksi pääosaa; järjestys ja kaaos. Myös ihminen hahmottaa olevansa joko järjestyksessä tai kaaoksessa. Sama koskee yrityksen tilannetta. Tarinat usein alkavat järjestyksestä. Päähenkilö tai yritys kokee jonkinlaisen kutsumuksen, minkä seurauksena hän tai yritys kohtaa lohikäärmeportin eli epäilyä kutsumuksen vahvuudesta. Jos kutsumus on riittävän vahva, ihminen tai yritys joutuu kaaokseen ja kohtaa erilaisia haasteita. Lopputuloksena voidaan päätyä järjestykseen. Järjestys voi olla tietoisuuden lisääntymistä, kasvua, rakastuminen, rikastuminen tai yrityksen voiton lisääntyminen.

Järjestys ja kaaos liittyvät läheisesti tarinan juoneen ja draaman kaareen. Torkki (2014 156, 53–59) kuvaa tarinan juonta. Johdannossa esitellään henkilöt ja alkuasetelma. Tarinan päähenkilöstä tuodaan esille hyviä puolia. Kuulijassa on synnyttävä tunteita ja sympatiaa päähenkilöä kohtaan ja hänen koettelemuksensa on herätettävä sääliä ja pelkoa. Jännitettä nostetaan, syntyy käännekohta eli klimaksi, jossa päähenkilö joutuu ahdinkoon. Konflikti voi syntyä päähenkilön omasta toiminnasta tai ympäristön vuoksi. Hyvässä draamassa konfliktit seuraavat toisiaan, sankari syöksyy kohti tuhoa ja seurauksena on katastrofi, loppuratkaisu.

Aristoteleen näkemyksen mukaan tietynlaisella runoudella, ja Aaltosen ja Heikkilän (2003, 129–131) tulkinnan mukaan, myös tarinalla on syvärakenne, joka tuottaa positiivisen emotionaalisen palautteen. Tällaiseen syvärakenteeseen sisältyy alkuosa, keskiosa ja loppu, joista kunkin osan väliltä löytyy syy-seuraussuhde. Tarinassa tulee olla ongelma, johon aletaan etsiä ratkaisua. Ongelman määrittelystä seuraa koko tarina. Tarinan on oltava johdonmukainen ja yhtenäinen, ja tapahtumien on edettävä toistensa vuoksi. Torkki (2014, 38–50) totesi, että tarinoissa esiintyy tavallisesti samanlaisia draamallisia asetelmia, syvärakenteita,

joista tarina tunnustetaan. Eräs malli vaikuttavasta tarinasta on ihmisten taistelu parempaa huomista kohti. Tavallisia asetelmia ovat myös ryysyistä rikkauksiin – tarinat, pieni ja hyvä vastaan iso ja paha-tarinat sekä kapinallinen systeemiä vastaan-tarinat.

Tarinankertoja valitsee haluamansa tai tarvitsemansa elementit ja yhdistää ne juoneksi. Kuulija arvioi juonen ja tarinan yhtenäisyyttä vertaamalla niitä aiemmin kuulemaansa, arvioimalla tarinan elementtien laatua ja määrää sekä arvioimalla tarinankertojan ja tarinaan liittyvien henkilöiden uskottavuutta. Tarinan uskottavuuden arviointi perustuu sen sisältämien arvojen arviointiin. Uskottava ja yhtenäinen tarina kuvaa toiminnan, näyttämön, toimijan, keinot ja tarkoituksen. (Aaltonen & Heikkilä 2003, 148–149.)

Aaltonen ja Heikkilä (2003, 129–131) totesivat, että tarinan tarkoitus on aikaansaada kuulijassa nautinto, johon pääsee voimakkaiden tunteiden kokemisen kautta. Tarinan on herätettävä vahvoja pelon ja säälin tunteita, joista vapautuminen tuottaa nautinnon. Vasta tunteiden kokemisen kautta ihminen sitoutuu muutokseen.

3.3 Tarinallistaminen

Tarinaa voidaan käyttää todellisuuden rakentamisessa. Mainonnassa ja markkinoinnissa on huomattu ja pyritty hyödyntämään tarinoita brändin ja imagon rakentamisessa. Tarinan muodostamisessa kerätty tieto tulkitaan, ja sille annetaan merkitys, mikä aikaansaa toimintaa ja siten myös oppimista. Tarina on yrityksen syy olla olemassa. Tarinan on oltava aito ja todellinen. (Aaltonen & Heikkilä 2003, 72–84.) Asiakkaat sitoutuvat paremmin yritykseen tarinan avulla. Asiakas voi tunnistaa tarinan ja samaistua siihen. Hän voi koukuttua ja haluaa viihtyä pitempään. Hän oppii ja oivaltaa sekä täydentää tarinaa. Hän osallistuu ja haluaa kuulua tarinaan. Tarina voi olla osa asiakkaan unelmia, arvoja ja elämäntyyliä. (Kalliomäki 2014, 61.)

Kalliomäki (2014) kuvaa teoksessaan ”Tarinallistaminen, palvelukokemuksen punainen lanka” tarinalähtöisen palvelumuotoilun toteuttamista. Teoksessa kuvataan sekä koko yrityksen tarinalähtöisen palvelumuotoilun vaiheita että yksittäisen palvelun tarinakäsikirjoittamista.

Tarinallistaminen tarkoittaa elämyksellisen juonen tuottamista yrityksen palveluihin. Yrityksen tasolla sen tavoitteena on rakentaa yrityksen arvoja ja merkityksiä välittävä vertauskuvallinen tarinakehys ja siten luoda muista erottuva palvelu. (Kalliomäki 2014, 5, 73.) Yrityksen toiminnassa tarina voi olla visio tulevaisuudesta, tausta- tai syntytarina, palvelun tai tuotteen tarina, asiakkaan tarina, arvotarina tai referenssitarina. Tarinan avulla voidaan tuottaa sisältöä. Tarina on palvelukokonaisuuden juoni. (Kalliomäki 2014, 23.)

Kalliomäki on luonut työkaluksi yrityksen tasolle tarinaintiteetin käsikirjan ja palvelun tasolla palvelun tarinakäsikirjoituksen. Yrityksen tarinaintiteetti tiivistää yrityksen olemassaolon tarinaksi ja samalla se ohjaa toiminnan tarinalähtöistä kehittämistä. Tarinaintiteetti selvittää, mikä yritys on, mistä se on tulossa, minne se on menossa ja mikä sille on tärkeää. Tarinaintiteetin keskellä on asiakas, joka haluaa juuri kyseisen yrityksen tarjoaman kokemuksen. Yrityksen palvelujen tarinallistaminen vaatii tarinaintiteetin eli yrityksen ydintarinan, jolle tarinaintiteetti rakennetaan. Ydintarinaa tukemaan suunnitellaan yrityksen palveluympäristö, joka tukee tarinaa. Palveluympäristö on sekä pysyvä että muuttuva. Yksittäisille palveluille tehdään tämän jälkeen tarinakäsikirjoituksia, joiden kautta tarinaintiteetistä tulee osa asiakkaan palvelukokemusta. (Kalliomäki 2014, 77–79.)

Palvelun käsikirjoitus tarkoittaa asiakkaan tarinapolun kirjallista esitystä, joka sisältää siis tarinallisen tason ja jonka tavoitteena on tuottaa tarinan muotoon rakentuva palvelukokemus. Yrityksen ydintarinan on oltava osa palvelua, jotta saadaan aikaan kokonaisvaltainen kokemus. (Kalliomäki 2014, 25–26, 149.)

Kalliomäki (2014, 79–148) kuvailee tarinallistamista eri vaiheiden kautta. Vaiheet ovat Stooripuu ja tarinaelementtien löytäminen, tarinidentiteetin käsikirjan kirjoittaminen ja palveluympäristön muotoilu. Stooripuu-vaiheessa selkeytetään, miksi yritys on olemassa, ja mikä on palvelukokemuksen ydin, kuka on asiakas, ja mitä tuotteita yritys tuottaa. (LIITE 1.) Stooripuuta käytetään tarinaelementtien hakemisen ja ydintarinan luomisen työvälineenä. Stooripuun juuret kuvaavat yrityksen toiminnan ytimen. Maan tasolla kuvataan asiakas ja palvelut. Oksistoon kirjataan tarinaelementit.

Tarinidentiteetin käsikirjoittaminen tiivistää yrityksen olemassaolon tarinaksi ja antaa rungon palvelujen kehittämiseksi. Käsikirjan tulisi sisältää ydinviesti, syntytarina, hahmot, teemat, tarinan jalkautuminen asiakkaan palvelukokemukseen, palveluympäristö sekä palvelut ja markkinointi. Lisäksi käsikirjassa voidaan määritellä ajankuva, mihin tarina sijoittuu. Palveluympäristön muotoilu-vaiheessa luodaan yhteneväinen palveluympäristö, jossa eri elementit tukevat toisiaan ja tarinaa. Palveluympäristöön sisältyy virtuaalinen että fyysinen tila, tuoksut, äänet ja esineet. (Kalliomäki 2014, 95–148.)

Palvelun tarinakäsikirjoittamisessa kuvataan asiakkaan tarinapolku kirjallisesti. Käsikirjoitus pohjautuu yrityksen tarinidentiteettiin, ja siinä kuvataan draaman kaaren avulla tarinan juoni. Draaman kaari sisältää alkusysäyksen, esittelyn, syventämisen, huippukohtaan, ratkaisun ja loppuhäivytyksen. Tarina todentuu toiminnan kautta. Palvelumuotoilussa huomioidaan kontaktipisteet, joiden kautta asiakas kokee palvelun. Kontaktipisteitä, kuten tilaa, esineitä, ihmisiä ja prosesseja havainnoidaan tarinalähtöisesti. Tarinan avulla tehdään juoni palveluun, ja asiakas seuraa sitä palvelun vaiheesta toiseen. (Kalliomäki 2014, 149–153.)

Myös palvelun käsikirjoituksen työkaluna on Stooripuu, jossa puun juuriin kirjataan, miksi kyseinen palvelu on olemassa, mitä siinä luvataan, miksi palvelu on ainutlaatuisia, millaista kokemusta palvelun kautta välitetään, millaisessa ympäristössä palvelu tapahtuu, mitä arvoja palveluun liittyy ja mistä asiakas muistaa kyseisen palvelun. Stooripuun runkona

palvelukäsikirjoituksessa on toiminnan taso eli palvelun toimintaan liittyvät elementit. Stooripuun oksistoon kirjataan tarinaelementtejä.

Tarinaelementtien kautta peruspalvelu muuntuu mieleenpainuvaksi ja erilaiseksi. Tarinaelementtien kirjaamisen jälkeen aletaan rakentaa draamankaarellista tarinaa. Kalliomäki kuvaa asiakkaan palvelupolkua tarinallistetuksi palveluksi eli tarinapolkuksi, joka sisältää tarinapolun. Tarinapolussa toteutetaan draaman kaarta alkusysäyksestä esittelyyn, syventämiseen, huippukohtaan, ratkaisuun ja loppuhäivytykseen. (Kalliomäki 2014, 154–162.)

Stooripuun ja draaman kaaren vaiheet ovat ideointia tarinasta. Seuraavassa vaiheessa kirjoitetaan palvelun tarina tiivistelmäksi. Tiivistelmää varten pitää hankkia tietoa, jotta saadaan aikaiseksi faktoihin perustuva tarinallinen rakenne. Yhtä tarinapolkua voi versioida eri teemojen mukaan. Tämän jälkeen palvelutuokioista kootaan luettelo palvelun alusta loppuun. Luetteloa tarkennetaan tarinakäsikirjoitukseksi, jossa määritellään palvelukohtauksen kesto, toiminta ja tarinallinen taso. Asiakkaat voivat toimia tarinapolulla rooleissa yhdessä asiakaspalvelijan kanssa. Tarinapolulla voidaan käyttää draaman kaarta hyödyksi. Myyttejä eli uskomuksia ja erilaisia syntytarinoita voidaan käyttää, kuten myös luonnonilmiöitä tai historiallisia ja sankaritarinoita. Tarinakäsikirjoituksesta voidaan laatia kuvakäsikirjoitus, jossa kuvataan kuvien avulla palvelun kulku. Kun palvelu on tarinallistettu ja laadittu käsikirjoituksen muotoon, se voidaan toteuttaa. (Kalliomäki 2014, 163–190.)

4 TARINALLISTAMINEN JA TARINAPOLUT

Opinnäytetyössä tarinallistaminen alkoi perehtymällä Muinaismatkat Oy:n historiaan ja nykytilanteeseen. Perehtymisen avulla loin kokonaiskuvaa yrityksestä ja sen tarinasta ja hahmottelin Stooripuuta Muinaismatkoista. Ajatuksena oli selkeyttää Muinaismatkat Oy:n ydintarina eli syy, miksi yritys on olemassa. Tarinaidentiteetin käsikirjan ja palveluympäristön muotoilun rajasin opinnäytetyön ulkopuolelle. Käytännössä tarkoituksena ei siis ollut brändätä Muinaismatkat Oy:tä.

Opinnäytetyön varsinainen tuotos, tarinapolut, rakentui mukailien Kalliomäen (2014) mallia palvelun tarinakäsikirjoittamisesta. Palvelutuotteen tarinallistamisessa rakensin lapinraunioihin ja kuppikiviin liittyvät tarinapolut, joita voisi käyttää Muinaismatkojen yhdessä tuotteessa eli yritysten virkistyspäivissä. Tarinapoluissa on pyritty huomiomaan elämyksellisyys, oppiminen ja osallistaminen.

4.1 Muinaismatkat Oy ja sen ydintarina

Muinaismatkat Oy perustettiin vuonna 2007. Perustajina olivat historiaa opiskellut lakimies Lampinen ja ekonomi Jähi-Salo. Yritysidean taustalla oli Lampisen ystävän Siljanderin näkemys piilevästä kysynnästä asiantuntevasti opastetuille arkeologisille retkille ja matkoille sekä Suomessa että ulkomailla. Kohonneen elintason ja koulutustason sekä suurien ikäluokkien eläköitymisen arveltiin lisäävän kysyntää. Siljander on erittäin kokenut arkeologisten kohteiden opas. Hän on toiminut arkeologisten retkien oppaana Helsingin seudun kesäyliopistolle, Helsingin avoimelle yliopistolle, Tieteen Ystävien Seuralle, Suomen muinaistaideseuralle, Muinaismatkat Oy:lle sekä lukuisille arkeologian harrastajien yhdistyksille. Hän on myös julkaissut tieteellisiä artikkeleita kuppikivistä ja Päijät-Hämeen aarreätkölöydöistä sekä matkakirjoja kalliotaitteeseen liittyvistä retkistä Siperiassa. (Lampinen 2015.)

Muinaismatkat Oy:n toiminta jäi käytännössä Lampiselle, koska Jähi-Salo joutui keskittymään muihin tehtäviin. Lampinen on pitänyt yritystä

toiminnassa, koska on uskonut liikeidean elinkelpoisuuteen. Aikaa yrityksen toimintaan, markkinointiin ja myyntiin on käytetty vähän, mikä on ollut haaste yrityksen kasvua ajatellen. (Lampinen 2015.)

Yritys on panostanut asiantunteviin oppaisiin ja heitä on hyvin tarjolla. Myös kysyntää on riittänyt, ja toimintaa on ollut sen verran, että kulut ovat tulleet katetuksi. Erityisesti ryhmäretkien myynti harrastajaseuroille on ollut kannattavaa. Lampinen neuvottelee parhaillaan mahdollisten uusien osakkaiden kanssa, joilla on osaamista markkinointiin ja käytännön yritystoimintaan. Kotimaan retkissä yritys voi keskittyä esimerkiksi kalliomaalauksiin ja muutamien retkien räätälöityyn sarjatuotantoon isompien yhteistyökumppaneiden tuen avulla. Ulkomaan matkat ajoittuvat keväälle ja syksyyn ja kotimaan retket kesäajalle. Muinaismatkat Oy toivoo kilpailun lisääntyvän, koska se lisää aihealueen tunnettuutta ja kysyntää. (Lampinen 2015.)

Yrityksen nimeä tutkitaan tarinallistamisessa. Nimi on kuin tarinan otsikko ja asiakkaalle osoitettu vihje tulevasta tai kutsu. (Kalliomäki 2015.) Muinaismatkat yrityksen nimenä antaa mielikuvan matkasta muinaisuuteen, omille juurille. Mielikuvaan liittyy oppiminen menneestä sekä kokemusten ja elämysten saaminen matkaan tai retkeen osallistumalla. Yritys on vahvasti asiantuntemukseen ja asiantuntijaverkoston perustuva. Asiantuntijaoppailla on vahva osaaminen esihistoriasta ja historiasta sekä halua jakaa osaamista ja tuottaa siten oppimista osallistujille. Yritys on pystynyt jatkamaan toimintaansa. Yrityksen perustehtävänä on toteuttaa matkoja ja retkiä. Tulevaisuudessa yrityksen painopisteet todennäköisesti tarkentuvat. Yritykselle on tärkeää lisätä tietoisuutta muinaisuudesta. Muinaismatkojen Stooripuun juuret ovat kiinni menneisyydessä. Nykyinen painotus kulttuurimatkailun vahvistumiseen, kuten Richards (2005a, 10) on todennut, luo Muinaismatkojen kehittyvälle tulevaisuudelle mahdollisuuksia. Muinaismatkat Oy:n Stooripuuhahmotelman juuret eli yrityksen toiminnan ydin sisältää arkeologian ja historian tuntemuksen, verkostoitumisen, osaamisen jakamisen, kokemukset, elämykset sekä matkanjärjestäjänä toimimisen. (LIITE 2.)

Muinaismatkoilla kohderyhmänä on ensisijaisesti historian ja arkeologian asiantuntijat ja harrastajat ja toissijaisesti yritykset sekä matkailijaryhmät. Arkeologian ja historian asiantuntijat tietävät olemassa olevan osaamisensa kautta, mitä odottaa tuotteelta. Lisäksi asiantuntijakohderyhmä Suomessa on kohtalaisen pieni ja joukko toisilleen tuttu. Yritysten oheisohjelma- ja virkistyspäiväasiakkaat sekä matkailijaryhmät puolestaan saattavat tarvita tarkempaa tietoa tuotteesta sekä viihteellisempääkin esitystä muinaisista kohteista, koska heillä ei kenties ole kovin tarkkaa etukäteistietoa esihistoriasta tai historiasta. He eivät välttämättä innostu tuotteista, joiden nimiä he eivät pysty yhdistämään aiempaan tietoonsa. Boniface (1995, 81–88) totesi, että kulttuurimatkailukohteisiin liittyy sivistys ja tiedottaminen, mutta oppaan on tuolloin osattava kommunikoida siten, että osallistuja ymmärtää asian. Tälle kohderyhmälle voisikin muotoilla tuotteet elämyksellisemmän nimiseksi ja kuvaamaan osallistujan omaa kokemusta tai elämystä, mitä palveluun osallistumisessa tavoitellaan.

Muinaismatkat tarjoaa tuotteita yrityksille, matkailijaryhmille ja kalliomaalausretkiä. (LIITE 3.) Yrityksille tarjottavista tuotteista on esitetty oheisohjelmat, asiakastilaisuudet, virkistyspäivät ja "Helsing Jones" – retket. Matkailijaryhmille on tarjolla lyhyitä retkiä, kokopäiväretkiä sekä lisää muinaisretkiä. Kalliomaalausretkinä tarjotaan tuotteita nimeltä Yöveden hiljaiset kalliokuvat, Astuvansalmen Artemis, Sarkaveden shamaani sekä Kalliomaalauksia ja – koruja. Kaikissa tuoteryhmissä kerrotaan esimerkkejä matkoista ja retkistä sekä kerrotaan mahdollisuudesta räätälöidä tuotteita osallistujien mukaan. Tarkkoja tuotekuvauksia ei ole. Hinnoitteluun liittyen mainitaan lähes aina tarjouspyyntö.

Internetsivuilla tarjolla olevat tuotteet ja niiden jaottelu ei täysin tue mielikuvaa matkasta muinaisuuteen. Jako kolmeen pääryhmään ei ole mielestäni looginen, sillä pääryhmien alla olevilta sivuilta on linkityksiä toisien pääryhmien tuotevalikoimaan. Käytännössä siis eri ryhmille suunnatut tuotteet voivat olla samoja. Tarinallistamisen mallin kautta arvioituna Muinaismatkat Oy:n Stooripuuhahmotelman maantaso eli

tuotteet ja asiakkaat vaatisivat terävöittämistä ja vahvempaa yhteyttä ydintarinaa. (LIITE 2.) Muinaismatkat Oy tuo osassa tuotekuvauksistaan esille yhteyttä menneen ja nykyisen välillä.

*”Menneisyyden tunteminen ja menneisyydellä iloittelu ovat hedelmällisiä keinoja hahmottaa tulevaisuutta, sillä tulevaisuuden perusta on aina sitä edeltävissä tapahtumissa”
(Muinaismatkat, 2014b).*

Osassa tuotteista on vetävä nimi, joka palvelee yhteyttä mielikuvaan matkasta muinaisuuteen. Osaan voisi kehittää enemmän muinaisuuteen liittyvät tuotenimet ja tuoteselosteet. Esimerkiksi Astuvan Artemis ja Sarkaveden Shamaani edustavat mystisyyttä tuotteen niminä ja vahvistavat Muinaismatkojen tarinidentiteettiä. Virkistyspäivä tuotteen niminä puolestaan ei auta kyseistä tuotetta erottumaan muista vastaavista. Tarinallisuutta ja moniaistisuutta voisi myös lisätä tuotekuvauksiin, jotta mahdollinen asiakas voi alkaa muodostaa mielikuvaa tuotteesta. Internetsivuilla olevia kuvia voisi hyödyntää myös mielikuvien luomisessa. Kuvissa voisi olla selkeämmin muinaisuuteen liittyviä elementtejä, jotka avautuisivat myös ei-asiantuntijoille.

Muinaismatkat on hyödyntänyt muinaisuuteen liittyviä tarinaelementtejä laajasti. Tällaisia tarinaelementtejä ovat esimerkiksi kalliomaalaukset, karsikot, taistelupaikat, maagiset kalliot, keskiajan kirkot, kartanot, kaivokset, hiidet, muinaisuuden ihmiset ja asuinpaikat. (LIITE 2.) Tarinaelementit tukevat Muinaismatkat Oy:n ydintarinaa. Ne liittyvät historiaan ja esihistoriaan. Olemassa olevat tuotteet pohjautuvat tarinaelementteihin. Jaottelin tarinaelementit paikkoihin, taisteluihin ja puolustukseen, kuolemaan liittyviin, uskomuksiin liittyviin sekä muinaiseen arkielämään liittyviin elementteihin.

Tarinaelementtejä voisi vahvistaa ja selkeyttää matkailijaryhmille ja yrityksille suunnattujen palvelujen esittelyssä. Kaikkiaan Muinaismatkat voisi rakentaa mielikuvaa itsestään ja asiakkaalle tarjottavaa kokemusta yhtenäisempään suuntaan. Mielikuva yrityksestä jää internetsivujen kautta

hajanaiseksi ja kokonaisvaltaisen palvelukokemuksen saavuttaminen voi jäädä puutteelliseksi. Yritys voisi tuoda enemmän esille siirtymää muinaisuuteen ja vanhojen, mutta edelleen ajankohtaisten, oivallusten äärelle. Asiakas voisi saada varmuutta ja jatkuvuutta epävakaaseen nykyisyyteen.

Muinaismatkojen Stooripuuahmotelman kautta muodostin kuvan yrityksen ydintarinasta. Kalliomäen (2014) mallin mukaan yrityksen brändääminen olisi jatkunut tarinaidentiteetin käsikirjoittamisella ja palveluympäristön muotoilulla. Opinnäytetyössä ohitin kyseiset vaiheet ja aloin rakentaa tarinapolkuja.

4.2 Kuppikiven ja lapinraunion tarinapolkujen rakentaminen

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa Muinaismatkojen ydintarinaan liittyvät tarinapolut eli palvelun käsikirjoitukset. Toimeksiantaja Muinaismatkat Oy voi hyödyntää tarinapolkuja toiminnassaan. Ideana oli, että tarinapolut soveltuisivat yritysten ja yhteisöjen virkistyspäiviksi.

Matkakohteet, joiden varaan aloin rakentaa tarinapolkuja, olivat lapinrauniot ja kuppikivet. Kyseisiä kohteita on vähän tuotteistettu, mutta ne ovat tiiviissä yhteydessä Muinaismatkojen ydintarinaan. Perehdyin lapinraunioista ja kuppikivistä tehtyihin tutkimuksiin ja kävin tutustumassa muutamiin kohteisiin. Valokuvasin myös kohteita. En halunnut sitoa tarinapolkuja tiettyyn paikkaan tai kohteeseen. Käytännön toteutuksessa kohteen valinnassa on huomioitava jokamiehen oikeudet ja niihin liittyvät rajoitukset sekä Muinaismuistolaki, jonka mukaan kiinteisiin muinaisjäänteisiin ei saa kajota. Osa kuppikivistä on lähes maan tasassa ja talvisin vaikeahko löytää, osa puolestaan on ympäri vuoden tutustuttavissa. Suomessa kuppikiviä on löydetty yli viisisataa (Poutiainen & Siljander 2009, 112), joten kohteita riittää. Lapinrauniot ovat parhaiten tutustuttavissa paljaan maan aikaan, mutta niiden sijainti upeissa luonnonmaisemissa antaa elämyksiä myös talviaikaan. Museoviraston muinaisjäännösrekisterissä on 202 lapinrauniota (Museovirasto, 2013).

Hyödynsin tarinapolkujen rakentamisessa työkaluna Kalliomäen (2014) kehittämää Stooripuuta. Palvelun käsikirjoituksen eli tarinapolun ideoinnissa Stooripuun juuriin kuvataan palvelun ominaisuuksia. Ideoinnin lähtökohtana olivat muinaisuus, yhteys luontoon sekä vanha mytologia. Mytologialla tarkoitetaan myyttien järjestelmää, yhteistä tarustoa ja uskomusten kokonaisuutta, joka usein välittyy suullisena perimätietona (Wikipedia 2015).

Taustalla oli ajatus oppimisesta, oman elämän suhteuttamisesta muinaisuuteen ja siten elämysten ja ehkä muutoksenkin kokeminen. Tarinoiden avulla voidaan välittää arvoja (Aaltonen & Heikkilä 2003, 145). Toisten huomioiminen, kiitollisuus sekä ymmärrys luonnonvarojen käytöstä ja ihmisen kehityksestä olivat keskeisiä asioita ja arvoja, joita halusin välittää. Halusin myös, että osallistuja oppisi hiljentymään ja huomioimaan itseään ja ympäristöään paremmin. Petrisalo (2001, 109) totesi, että nykyisin arkielämästä puuttuu suuria elämyksiä ja paluu menneisyyteen toimii lääkkeinä yhteiskunnallisen muutoksen ja koetun kulttuurisen tyhjiön aiheuttamiin ongelmiin eli juurettomuuteen ja arvokriiseihin. Uskonkin, että muinaisuuteen liittyvien tarinoiden avulla voi luoda uusia merkityksiä nykyisyyteen ja kasvattaa uusia tai vahvistaa olemassa olevia juuria.

Lapinrauniot ja kuppikivet sijaitsevat luonnonympäristössä. Osa ihmisistä on vieraantunut luonnosta, jolloin luonnossa liikkuminen tuo kontrastia arkeen. Lähtökohtana oli, että osallistujat liikkuvat jalkaisin lähellä kohdetta eli kuppikiveä tai lapinrauniota. Luonnossa liikkuminen mahdollistaa moniaistisen kokemuksen sekä hiljentymisen. Tarinan kuunteleminen auttaa keskittymään. Tarinapolkujen avulla halusin välittää kokemuksen muinaisuuden yhteydestä nykypäivään. Halusin liittää molempiin tarinapolkuihin jonkin konkreettisen muiston, jonka avulla osallistuja muistaa kyseisen palvelun. Muistoesineiden halusin olevan osa tarinaa.

Stooripuun runkona palvelukäsikirjoituksessa on toiminnan taso (Kalliomäki 2014, 156). Halusin liittää tarinapolkuihin osallistujien mukaan ottamisen. Suunnittelin tarinoihin pieniä tehtäviä, joita opas antaa

osallistujille. Lisäksi osallistujat voivat keksiä tarinoihin sisältöjä. Näin tarinapolkua voi räätälöidä myös osallistujien aktiivisuuden kautta. Stooripuun oksisto sisältää tarinaelementtejä (Kalliomäki 2014, 158). Kokosin tarinaelementtejä Stooripuun oksistoon lukemalla suomalaisesta mytologiasta sekä esihistoriallisista kohteista.

Draamankaaren miettiminen oli seuraava vaihe. Tarinapolun alussa kuvasin lähtötilanteen. Sen jälkeen pohdin, millaisia haasteita tilanteeseen voisi liittyä. Haasteiden tuli olla kuvattavaan aikakauteen sopivia ja tunteita herättäviä. Haasteisiin liittyen halusin osallistujien olevan aktiivisia toimijoita. Haasteiden kehittämiseen hyödynsin suomalaista mytologiaa sekä perehdyin tutkimustietoon kyseisistä aikakausista. Näin aloin rakentaa faktoihin perustuvaa tarinallista rakennetta. Haasteiden tuli olla omia pieniä tarinoita, jotka sopivat kokonaistarinaan. Halusin tarinapolkujen olevan muunneltavissa ja helposti toteuttavissa, joten tarinapoluilla tarvittavan materiaalin tuli olla vähäinen.

Kuvasin draaman kaaret kuvioina, joihin merkitsin alkutilanteen, haasteet ja lopputilanteen. Draaman kaarta voi muokata lisäämällä tai vähentämällä pikkutarinoita. Kalliomäki (2014, 174) esitti tarinallistamisen oppaassa, että draaman kaareissa tulisi näkyä myös ajoitus. En aikatauluttanut tarinapolkuja, koska asiakkaat ovat erilaisia ja tilanteet ovat erilaisia. Myös oppaan asiantuntemus ja hetkien hyödyntäminen voivat kärsiä liian tarkasta aikatauluttamisesta.

Stooripuu-menetelmän tuloksena syntyivät tarinapolut, joka saivat nimet Kivi, korppi ja kuppi (KUVIO 3.) sekä Riitti raunioilla. (KUVIO 4.) Kivi, korppi ja kuppi – tarinapolku on aikamatka rautakaudelle ja ihmisen kohtaamiin haasteisiin. (LIITE 4.) Kivi, korppi ja kuppi –tarinapolku tapahtuu lähellä kuppikiveä. Opas kertoo rautakauden elämästä. Tarinapolku sisältää rautakauden ihmisten kokemia vastoinkäymisiä. Vastoinkäymiset muodostavat omat pienet tarinansa. Tarinat liittyvät metsästykseseen ja kalastukseen, uskomukseen, että mustat linnut tuovat mukanaan onnettomuuksia, rautakautiseen hautaustapaan, pahojen henkien poisajamiseen taikojen avulla sekä kuppikiveen ja uskomukseen

vainajan palaamisesta sielulintuna. Jännitystä nostetaan, kun vastoinkäymiset seuraavat toistaan.



KUVIO 3. Kivi, korppi ja kuppi draaman kaari (Pajunen 2015)

Riitti raunioilla- tarinapolku johdattelee osallistujan nykyisyydestä pronssikaudelle. (LIITE 5.) Tarinapolulla opas eläytyy joko Ukko Ylijumalaksi tai hänen puolisoonsa Rauni Maan Emoseksi. Tarinapolku johdattelee osallistujia hahmottamaan menneisyyden aikakausia ja keksintöjä, joita kullekin aikakaudelle liittyy. Tarinapolun aikana kävellään pieniä matkoja ja välillä pysähdytään kuuntelemaan eri aikakausista tarinoita. Retki alkaa veden olemuksen ja merkityksen pohdinnalla. Opas kertoo nykyihmisen elämäntavasta. Keski-aikaan liittyen opas kertoo kristinuskon vaikutuksesta. Rauta-aikaan liittyvä tarina kertoo raudanvalmistuksesta ja uskomuksista haltijoista, jumalista ja hengistä.

Pronssikauteen liittyen opas tutustuttaa osallistujat lapinraunioon ja kertoo, mitä pronssikauden ihmisestä on jäänyt jäljelle. Vastakohtana opas laittaa osallistujat miettimään, millaisia jälkiä tulevaisuuden ihminen löytää nykyihmisestä.



KUVIO 4. Riitti raunioilla draamankaari (Pajunen, 2015)

Lopuksi tein kuvatarinat eli tarinapolun käsikirjoitukset. Aloitin käsikirjoitukset lyhyillä alkutarinoilla eli esittelyillä, joiden tarkoitus oli johdatella aiheeseen ja antaa mielikuva tarinapolusta. Liitin tarinapolkuihin kuvia. Jokaiseen tarinapolun vaiheeseen kirjoitin tiiviisti sen, mistä opas kertoo, miten tarina etenee, mitä osallistujat tekevät ja missä toiminta tapahtuu. Kerroin siis tarinapoluissa pääkohdat, mitä kussakin draaman kaaren vaiheessa tehdään. Ajatuksena ei ollut tuottaa sanatarkkaa käsikirjoitusta eikä kirjoittaa tarinoita kirjalliseen muotoon.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa kuppikiviin sekä lapinraunioihin liittyvät tarinapolut, joita toimeksiantaja Muinaismatkat Oy voi hyödyntää toiminnassaan ja muokata matkakohteeseen ja -tilanteeseen sopiviksi. Tarinapolut on suunniteltu soveltuvan parhaiten yritysten ja yhteisöjen virkistyspäiviksi. Opinnäytetyössä käsitellään aluksi kulttuurimatkailua, joka on nouseva matkailun trendi. Matkustaja usein haluaa palan kulttuuria osaksi matkaansa. Kulttuurimatkailun kautta kulttuuriperintökohde saa huomiota osakseen. Kulttuurikohteisiin liittyvä matkailijan tiedottaminen ja sivistäminen. Samalla matkailija voi kokea elämyksiä.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi kaksi palvelun käsikirjoitusta eli tarinapolkua. Tarinapolut saivat nimet Kivi, korppi ja kuppi sekä Riitti raunioilla. Tarinapolkujen rakentamisessa hyödynsin Kalliomäen (2014) tarinallistamisen mallin palvelukäsikirjoitusosuutta. Tarinapolut rakentuivat yhden laajemman kehystarinan varaan, johon liitin useita pienempiä tarinoita. Tarinapolkujen ideoinnin lähtökohta oli muinaisuus, joka on osa Muinaismatkojen ydintarinaa. Muinaisuus toteutui kohdevalinnan eli lapinraunioiden ja kuppikivien lisäksi pienemmissä tarinoissa, joihin toin mukaan vanhaa mytologiaa sekä yhteyttä luontoon ja itseen. Tarinapoluissa osallistujien rooli voi olla aktiivinen ja he voivat olla osa tarinaa sekä tekemisen että oivaltamisen kautta. Mahdollistin tarinapoluissa niin moniaistisen kokemisen kuin hiljentymisenkin. Liitin tarinoihin arvoja, joiden kautta osallistuja voi suhteuttaa omaa elämäänsä muinaisuuteen, oppia uutta ja kenties kokea elämyksiä. Suunnittelin tarinapolut siten, etteivät ne ole sidottu tiettyyn kohteeseen. Tämä mahdollistaa tuotteen toteuttamisen paremmin asiakkaiden tarpeiden ja tilanteen mukaan. Muotoilin tarinapolut draaman kaaren muotoon ja tein niistä kuvalliset käsikirjoitukset.

Matkailussa perinteisen tuotekehittelyn rinnalle on noussut elämysten tuottaminen, palvelumuotoilu sekä tarinat. Nykyisestä yhteiskunnasta käytetään käsitettä elämys- tai tarinayhteiskunta, jossa ostopäätökseen vaikuttaa tuotetta tai palvelua enemmän tarina, joka tuotteeseen tai

tarinaan liittyä. Opinnäytetyössä kuvataan elämyskolmiomalli (Tarssanen & Kylänen, 2009, 11), jossa nostetaan esille tuotteen elementit, joiden avulla osallistujan kokemusta voidaan ohjata kiinnostuksesta aistimisen, oppimisen ja elämyksen kautta kohti muutosta.

Tarinat ovat valloittaneet yhteiskunnan. Tarinoita löytyy mainoksista ja erilaisista palveluista. Tarinat ovat yksi keino kohti oppimista ja muutosta. Tarinoiden avulla voidaan tuottaa merkityksiä ja välittää tietoa. Tarinat sisältävät arvoja ja niillä viihdytetään. Tarinoissa on usein tyypillinen muoto, hahmo, jonka tunnistaminen tuo ihmiselle mielihyvää. Perinteinen tarina on draamankaaren muodossa, jossa tarina alkaa esittelystä. Tarinan alkaessa päähenkilö tai –hahmo kohtaa toisiinsa liittyviä vaikeuksia, jotka lisäävät jännitystä. Draamankaari huipentuu kohokohtaan, jossa vaikeudet ratkeavat ja tarinankuuntelija kokee ratkaisusta mielihyvää.

Tarinat ovat myös keino myydä tuotteita ja palveluja. Kalliomäen (2014) tarinallistamisen malli on yksi tapa tehdä asiakaslähtöistä palvelumuotoilua. Opinnäytetyön teoriaosassa selvitän mallin rakennetta. Tarinallistaminen tarkoittaa yrityksen ydintarinan hyödyntämistä kokonaisvaltaisessa ja merkityksellisessä palvelukokonaisuuden tuottamisessa. Osa mallia on palvelun käsikirjoitukset eli tarinapolut, joissa yksittäiset palvelut kuvataan kirjallisesti tarinan muodossa.

Käytännön toteutuksessa perehdyin Muinaismatkat Oy:n taustaan ja nykytilaan. Rakensin ydintarinaa mukaillen tarinakäsikirjoitukset eli tarinapolun kuppikivestä Kivi, korppi ja kuppi sekä lapinrauniosta Riitti raunioilla. Tarinapolkuja varten paneuduin esihistoriaan sekä suomalaiseen mytologiaan. Aluksi matkakohteet ja tarinapolkujen kohteet eli lapinrauniot ja kuppikivet eivät herättäneet itsessäni suurtakaan innostusta, mutta kun perehdyin niihin liittyvään tutkimukseen ja perinnetietoon, kiinnostus kasvoi. Molemmissa tarinakäsikirjoituksissa kuvasin tuotteen palvelupolkua draaman kaaren ja kuvien avulla. Hyödynsin sekä faktaa että fiktiota. Perinteinen draaman kaaren malli tuli tutuksi. En halunnut liittää tarinapolkuja johonkin tiettyyn lapinraunioon tai kuppikiveen, jolloin tarinapolkujen rakentaminen olisi lähentynyt perinteistä

tuotekehitysmallia. Halusin rakentaa eri kohteisiin ja tilanteisiin sovellettavat ja muokattavat polut, jotta oppaan asiantuntemus pääsisi paremmin näkyville. Muinaismatkat Oy:n tuotteet perustuvat vahvasti asiantuntemukseen ja tuotteiden räätälöintiin, jolloin minuutin tarkka elokuvakäsikirjoitusmainen palvelukuvaus ei välttämättä palvele yritystä kovin hyvin. Tarinapoluissa on yksi isompi tarina taustalla eli asiakkaan palvelupolku palvelun aikana. Itse palvelu muodostuu useammasta pienemmästä tarinasta sekä asiakkaan osallistumisesta tarinaan.

Tarinapoluissa olisi voinut hyödyntää ja tuoda esille syvemmin ja laajemmin elämyksellisyyden elementtejä. Tuotteen ominaisuuksiin liittyen luonto ympäristönä on osalle vieras ja elämyksellinen elementti. Aitous näkyy tutustumisena aitoihin kohteisiin, joita toki vuosisadat ovat muuttaneet. Kontrastia arkeen syntyy kiireiselle ihmiselle hiljentymisellä luonnossa ja ympäristön havainnoimisessa, joka myös on moniaistista. Tarinaan keskittyminen myös auttaa hiljentymään, ja kuulija voi kokea saavansa tarinankertojan huomion. Osallistaminen tarinan tuottamiseen tapahtuu pienten tehtävien avulla, joita tarinapolkuihin liittyy. Tuotteen räätälöinti mahdollistaa yksilöllisyyden.

Osallistujan kannalta motivaation herättäminen voi olla haasteellista. Koko yrityksen tarinallistaminen voisi lisätä kiinnostusta. Tuotteen nimi ja tuotekuvaus ovat myös asiakkaan kiinnostusta herättäviä tai sammuttavia. Luonnossa liikkuminen ja tarinapoluilla itse tekeminen aktivoi osallistujaa. Lisäksi hän aistii eri aistein ympäristöä. Oppaan ohjeistukset voivat lisätä aistikokemusta. Tarinoiden avulla voi oivaltaa ja oppia. Tieto esihistoriasta lisääntyy. Kun osallistuja eläytyy hetkittäin tarinan henkilöön ja tapahtumiin, hän kokee erilaisia tunteita. Draamankaaren noudattamisella voidaan vaikuttaa tunteiden kokemiseen kuten tiivistää jännitystä ja tuottaa mielihyvää. Tarinapolkuun osallistuminen voisi aikaansaada muutoksia, ja ohjata esimerkiksi havainnoimaan lähiympäristöä uudella tavalla.

Tutustuminen tarinallistamisen malliin toi ymmärrystä tuotteistamisesta, mutta toisaalta malli on jonkin verran kankea. Malli toki ylläpitää palvelun laatua, jos laadulla käsitetään tasalaatuisuutta. Mielestäni

elämyksellisyyttä ja elämykseen liittyvää laatua voidaan tavoitella huomioimalla tilannesidonnaiset tekijät. Esimerkiksi Riitti raunioilla -tarinapoluissa voitaisiin hyödyntää tuulista säätä ja lisätä tarinapolkuun kertomus Ukko Ylijumalan ja Raunin riidasta, joka muinaisen uskon mukaan aiheutti vaahtopäät.

Opinnäytetyön haasteena oli rajaaminen ja rajaukset. Tarinallistamisen teorian kokonaisvaltainen hyödyntäminen olisi edellyttänyt koko yrityksen brändäämistä, mitä tässä opinnäytetyössä ei tehty. Tarinallistamisen menetelmän hyödyntäminen jäi puolitiehen. Yritin hahmotella Stooripuun avulla Muinaismatkojen ydintarinaa, mutta tarinidentiteetin käsikirjaa eli koko yrityksen tarinalähtöistä palvelumuotoilua en työstänyt.

Mielestäni elämyskolmiomallia tulisi soveltaa koko tuotekehityksessä ja yhdistää se tarinallistamiseen. Tällöin yrityksen ydintarinassa, Stooripuun, kautta tehdyssä tarinidentiteetin käsikirjoissa sekä tarinapoluissa huomioitaisiin tarinan lisäksi muut elämyksen elementit entistä vahvemmin.

Opinnäytetyön tekeminen oli työläs prosessi. Erityisen hankalaa oli rajata aihetta. Jälkikäteen arvioituna teinkin paljon perehtymistyötä, jota ei lopullisessa opinnäytetyössä tule lainkaan esille. Uusi aihealue toisaalta vaatii paljon perehtymistä, mutta siihen käytetty aika on pois muusta opinnäytetyön työstämisestä. Oma kiinnostukseni muinaisuuteen ja tarinoiden tuottamiseen lisääntyi.

Tarinallistamistyökalu on käyttökelpoinen, jos yritys haluaa muokata mielikuvaansa ja toimintaansa kohtikokonaisvaltaista palvelukokemusta. Tarinallistamisen mallin liian tarkka noudattaminen voi toisaalta rajoittaa yrityksen kehittymistä. Keskittyminen tarinallistamisen työkaluihin voi johtaa toiminnan liian tiukasti rajatuksi, jolloin piilevät markkinat voivat jäädä huomaamatta.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Aaltonen, M. & Heikkilä, K. 2003. Tarinoiden voima. Miten yritykset hyödyntävät tarinoita? Jyväskylä.

Ahlqvist, A. 2012. Aikakirjojen Merjan maan kuppikivet ja niiden nykytilanne. Muinaistutkija 1/2012, 10–26.

Boniface, P. 1995. Managing Quality Cultural Tourism. USA & Canada: Routledge.

Jensen, R. 2002. Heartstorm. English version.

Jensen, R. 2005. Sell me a story. Some important marketing tools for the for the 'experience economy' www.CriticalEYE.net 9-10/2005, 2-5.

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen. Palvelukokemuksen punainen lanka. Viro.

Kastarlak, B. I. & Barber, B. 2012. Fundamentals of planning & developing tourism. Prentice Hall.

Korpela, J. 2012. Kuppikivet. Virratvuori J. (toim.) 2012. Kiveen hakattu historia. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy, 18–37.

Lavia, A-R. 2009. Lappi – elämystuottajan aarreaitta. Teoksessa Tarssanen, S. (toim.) Elämystuottajan käsikirja. 6. painos. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi. 37–56.

Lehikoinen, H. 2011. Katkera Manalan kannu. Kuoleman kulttuurihistoria Suomessa. Juva: Bookwell Oy.

Lehtinen, L. 1989. Opas Etelä-Savon esihistoriaan. Oy Ylä-Vuoksi.

Maiseman muisti. Valtakunnallisesti merkittävät muinaisjäännökset. 2001. Museovirasto. Vammalan Kirjapaino Oy.

Miettinen, T. 1997. Ovatko kuoppa/kuppikivet uhrikiviä? *Muinaistutkija* 3/1997, 19–22.

Perttola, W. 2005. Lapinrauniot ja ennustava mallintaminen: menetelmän alustava kokeilu pienellä aineistolla. Helsingin yliopisto, Kulttuurien tutkimuksen laitos, arkeologian oppiaine. Pro gradu- tutkielma.

Perttola, W. 2009. Lapinrauniot. Teoksessa Poutiainen H. (toim.) *Hirviveeneestä hullukaaliin. Muinaisuskomukset arkeologisen aineiston tulkinnassa. Päijät-Hämeen tutkimusseura ry. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy, 60-68.*

Petrisalo, K. 2001. Menneisyys matkakohteena. Kulttuuriantropologinen ja historiatieteellinen tutkimus perinnekulttuurien hyödyntämisestä matkailuteollisuudessa. Helsinki: Hakapaino.

Poutiainen, H. & Siljander, E. 2009. Kuppikivet ja muinaiset uskomukset. Teoksessa Poutiainen H. (toim.) *Hirviveeneestä hullukaaliin. Muinaisuskomukset arkeologisen aineiston tulkinnassa. Päijät-Hämeen tutkimusseura ry. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy, 102-118.*

Saipio, J. 2011. Lapinrauniotradition kehitys ajoitusten valossa. *Muinaistutkija* 4/2011, 19–35.

Taavitsainen, J-P. 2003. Lapinraunioiden kronologisfunktionaalisten kysymysten hahmottelua – uusia AMS-ajoituksia Keski-Suomen lapinraunioiden palaneesta luusta. *Muinaistutkija* 1/2003, 2-23.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2009. Elämys – mikä se on? Teoksessa Tarssanen, S. (toim.) *Elämystuottajan käsikirja. 6. painos. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi: Oy Sevenprint Ltd, 8-23.*

Torkki, J. 2014. *Tarinan valta. Kertomus luolamiehen paluusta. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.*

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. *Matkailun ohjelmapalvelut. Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. Porvoo: WSOY.*

Elektroniset lähteet:

Avoin museo-projekti. 2004. Kivikauden kylä. Saarijärven museo. [viitattu 26.2.2015] Saatavissa: www.avoinmuseo.fi/kivikaudenkyla/

Finpro 2015 [viitattu 22.5.2015]. Saatavissa: www.finpro.fi/palvelut.

Itä-Suomen yliopisto/Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos 2013. Lapin yliopisto/Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2013.

Kulttuurimatkailu [viitattu 25.2.2015]. Saatavissa:

www.matkailu.org/tutkimukset/tietoa-teemoittain/kulttuurimatkailu

Kalliomäki, A. 2015. Tarinallistaminen [viitattu 28.5.2015]. Saatavissa www.tarinakone.fi/tarinallistaminen/.

Kleemola, A. 2004. Teemamatkailusanasto. Historiamatkailu [viitattu 10.6.2015]. Saatavissa

<http://lipas.uwasa.fi/termino/WasaTerm/teemamatkailu/4.1historiamatkailu.html#Topic30>.

Kulmat.fi. 2015 [viitattu 2.5.2015]. Saatavissa:

www.kulmat.fi/tutkimustietoa/palvelumuotoilu

Lampinen, T. 2015. Toimitusjohtaja. Muinaismatkat Oy. RE: Tietoa Muinaismatkat Oy:stä. [sähköpostiviesti] Vastaanottaja Pajunen, S. Lähetetty 30.4.2015.

Lehtimäki, M. 2012. Eurooppalainen kulttuurimatkailun edistäminen ja Suomi. Yhteisistä haasteista laajapohjaisiin ratkaisuihin [viitattu

25.2.2015]. Saatavissa: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/CF-KULTTUURIMATKAILU.pdf>.

Muinaismatkat 2014a. Muinaismatkat Oy [viitattu 24.2.2015]. Saatavissa:

www.muinaismatkat.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=73&Itemid=96&lang=fi.

Muinaismatkat 2014b. Pyhimyksiä ja perkeleitä [viitattu 28.5.2015].

Saatavissa:

www.muinaismatkat.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=77&Itemid=80&lang=fi.

Muinaismuistolaki 295/1963. Saatavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1963/19630295>.

Museovirasto ja Maanmittauslaitos. 2012. Muinaisjäännösten tiedot: Museoviraston paikkatietoaineistoa 8/2012. Peruskartta, taustakartta ja ortoilmakuvat: Maanmittauslaitos 2012 [viitattu 7.3.2015]. Saatavissa: <http://fba.evvk.com/geo/kulttuuriymparisto>.

Museovirasto. 2013. Kulttuuriympäristö rekisteriportaali, muinaisjäännösrekisteri [viitattu 28.5.2015]. Saatavissa:

http://kulttuuriymparisto.nba.fi/netsovellus/rekisteriportaali/mjreki/read/asp/r_default.aspx.

Museovirasto. 2014. Suomen muinaispolut [viitattu 7.3.2015]. Saatavissa: www.muinaispolut.fi/index.

OSKE 2011-2013. OSKE on ohi – ota tulokset talteen [viitattu 23.5.2015].

Saatavissa: www.experiencebusiness.fi/

Oulun kaupunki. 2015. Pohjois-Pohjanmaan museo. Kierikkikeskus [viitattu 26.2.2015]. Saatavissa: www.ouka.fi/oulu/kierikki/etusivu

Puntanen, P. & Hangasmaa, L. 2013. Mikkelin seudun kulttuuriperintöohjelma. Kivikaudesta digiaikaan [viitattu 26.2.2015].

Saatavissa:

<http://issuu.com/mikkelinkaupunki/docs/kulttuuriperintoohjelma>.

Richards, G. 2005a. Culture and Tourism in Europe. Teoksessa Richards, G. (toim.) 2005. Cultural Tourism in Europe. 10-20. CAB Wallingford [viitattu 1.5.2015]. Saatavissa: www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF.

Richards, G. 2005b. European Cultural Tourism: Trends and Future Prospects. Teoksessa Richards, G. (toim.) 2005. Cultural Tourism in

Europe. 227-241. CAB Wallingford [viitattu 25.2.2015]. Saatavissa: www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF.

Richards, G. 2005c. The Scope and Significance of Cultural Tourism. Teoksessa Richards, G. (toim.) 2005. Cultural Tourism in Europe. 21-38. CAB Wallingford [viitattu 25.2.2015]. Saatavissa: www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF.

Savonlinnan Seudun Matkailu Oy. 2015. [viitattu 26.2.2015]. Saatavissa: www.savonlinna.travel/fi/home/.

Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & toimenpideohjelma vuosille 2007 – 2013, 2006. [viitattu 2.5.2015]. Saatavissa: [http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/\\$file/jul21elo_2006_netti.pdf](http://julkaisurekisteri.ktm.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/All/3D61DB118241A034C22571800022FEC4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf).

Tarinakone. 2015a. Miten luodaan elämyksiä? [viitattu 7.5.2015]. Saatavissa: www.tarinakone.fi/blogi/4-miten-luodaan-elamya/sia/.

Tarinakone. 2015b. Tarinaidentiteetin käsikirja on yrityksesi erottumisen kivijalka! [viitattu 28.5.2015]. Saatavissa: www.tarinakone.fi/tuotteet/tarinaidentiteetin-kasikirja-on-yrityksesi-tarinallistamisen-kivijalka/.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010. Suomen matkailustrategia 2020. 4 hyvää syytä edistää matkailutoimialojen kehitystä [viitattu 25.2.2015]. Saatavissa: https://www.tem.fi/files/36953/Suomen_matkailustrategia_2020.pdf.

Vesterinen, N. 2010. Yhteenveto kulttuurimatkailun nykytilasta & kehittämistarpeet toimenpide-esityksineen [viitattu 25.2.2015]. Saatavissa: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Kulttuurimatkailun%20kartoit%202010.pdf>.

Visit Finland. 2015. Suomen Kulttuurimatkailu syntyy kiehtovista vastakohtista [viitattu 22.5.2015]. Saatavissa: www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/kulttuurimatkailu-culture-finland/.

Visit Mikkeli. Mikkelin kaupunki. 2014a. Palvelut [viitattu 26.2.2015].
Saatavissa: <http://visitmikkeli.fi/palvelut/muinaismatkat-oy-0>.

Visit Mikkeli. Mikkelin kaupunki. 2014b. Saimaan saaristo- ja
veneilypalvelut. 2014 [viitattu 26.2.2015]. Saatavissa:
<http://visitmikkeli.fi/palvelut/saimaan-saaristo-ja-veneilypalvelut>.

Visit Pieksämäki. Pieksämäen kaupunki. 2015 [viitattu 26.2.2015].
Saatavissa: www.visitpieksamaki.fi/.

Wikipedia. Mytologia. 2015. [viitattu 10.6.2015]. Saatavissa:
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Mytologia>.

kuvat:

KUVA 1. Nupponen, K. 2012. Peltoaukea.

KUVA 2. Nupponen, K. 2015. Metsäpolku.

KUVA 3. Pajunen, S. 2015. Pesä.

KUVA 4. Nupponen, K. 2011. Karhun jälki.

KUVA 5. Nupponen, K. 2015. Palokärjet.

KUVA 6. Nupponen, K. 2015. Auringonlasku metsässä.

KUVA 7. Nupponen, K. 2015. Noitarumpu.

KUVA 8. Pajunen, S. 2015. Kuppikivi.

KUVA 9. Nupponen, K. 2015. Jyviä kuppikivellä.

KUVA 10. Nupponen, K. 2015. Muuttolinnut.

KUVA 11. Nupponen, K. 2015. Malja.

KUVA 12. Nupponen, K. 2015. Rauni, Maan Emonen.

KUVA 13. Pajunen, S. 2015. Elektroniikkaa.

KUVA 14. Nupponen, K. 2011. Vesi.

KUVA 15. Nupponen, K. 2015. Metsä.

KUVA 16. Pajunen, S. 2015. Korsia.

KUVA 17. Pajunen, S. 2015. Nuoli.

KUVA 18. Nupponen, K. 2015. Rautanuoli.

KUVA 19. Nupponen, K. 2015. Rauni lammen äärellä.

KUVA 20. Nupponen, K. 2015. Lapinraunio.

KUVA 21. Nupponen, K. 2015. Lapinrauniolla.

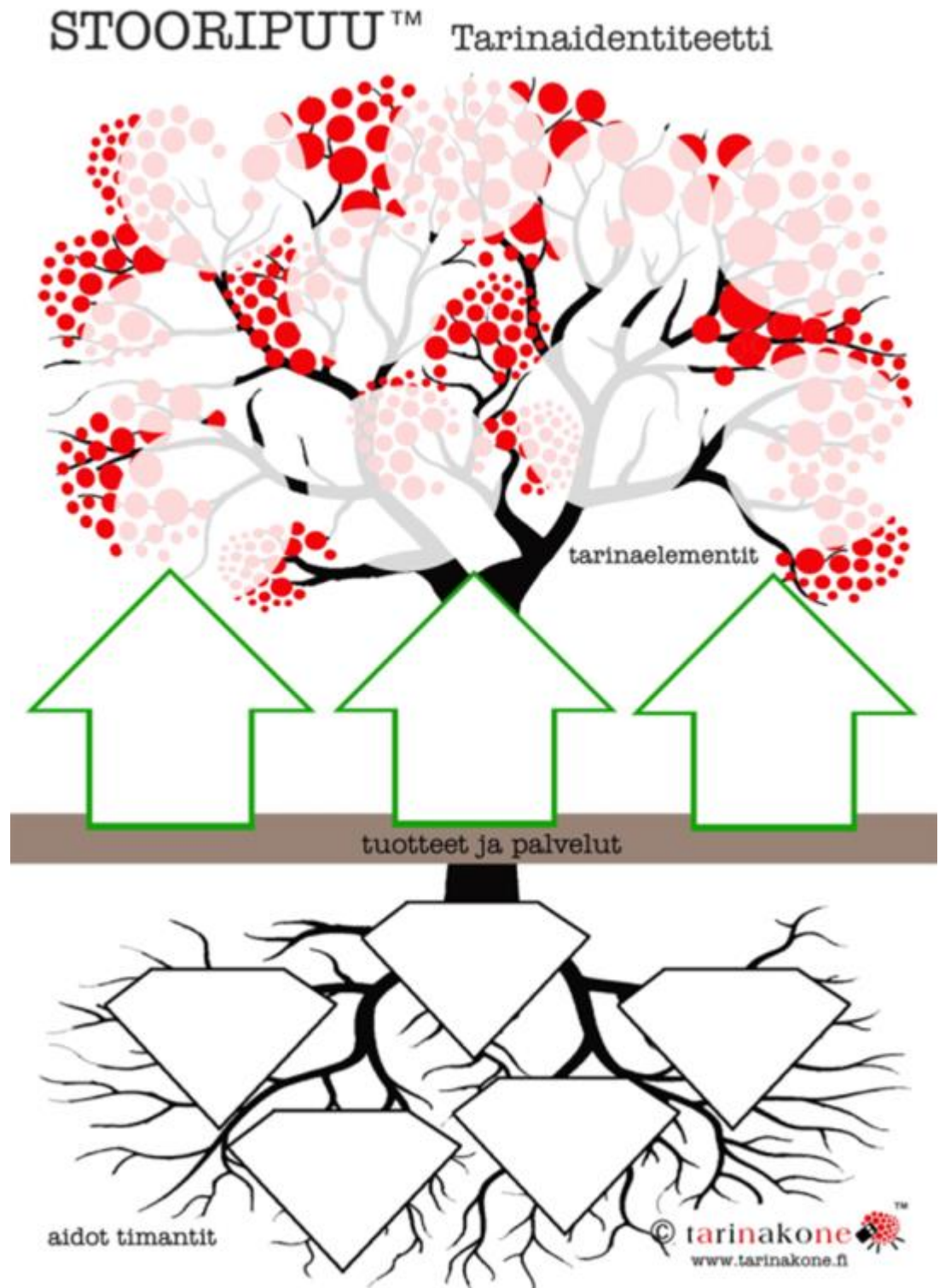
KUVA 22. Pajunen, S. 2015. Tuli.

KUVA 23. Nupponen, K. 2015. Astuvansalmen hirvi.

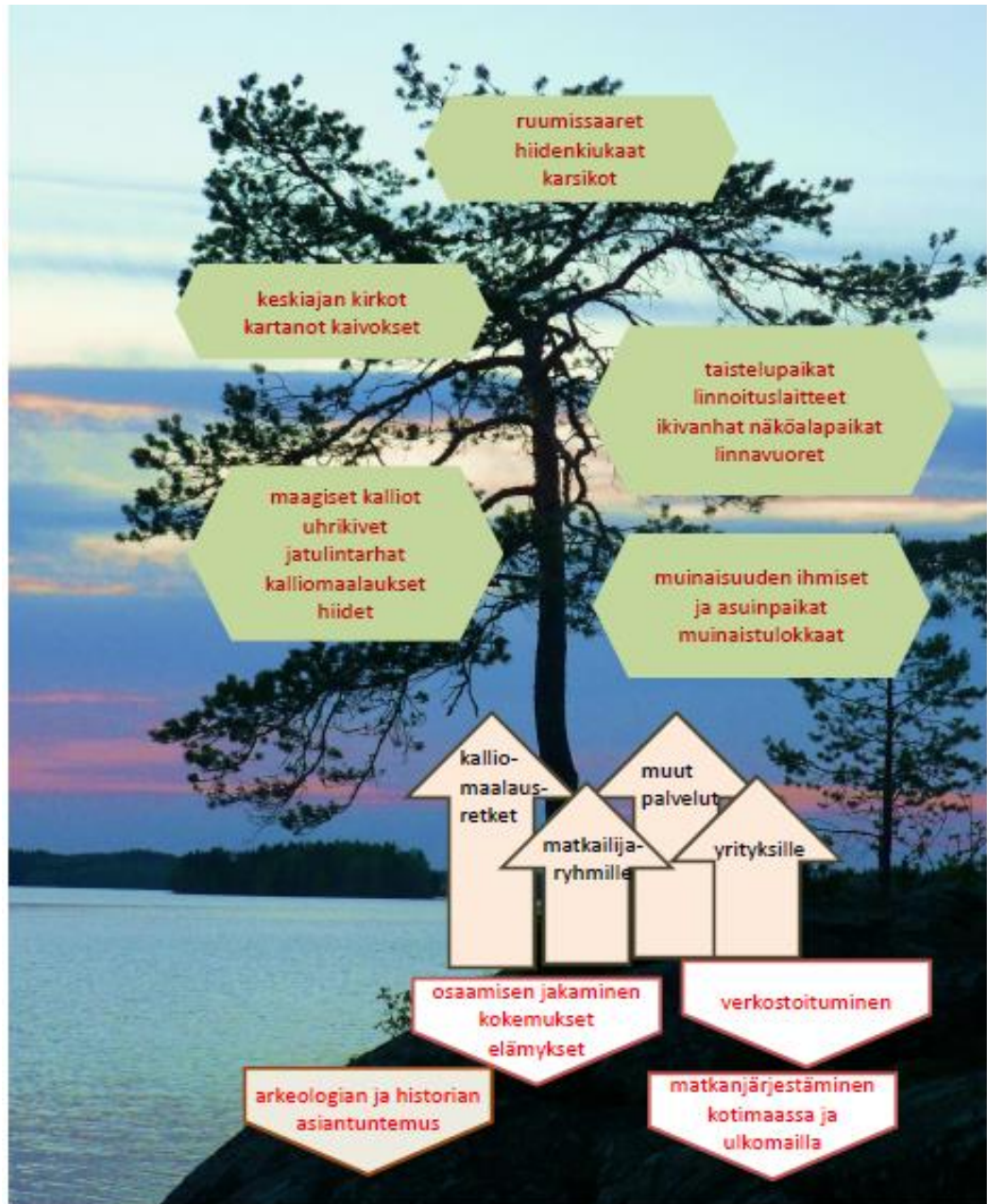
KUVA 24. Pajunen, S. 2015. Tarinat männyssä.

LIITTEET

LIITE 1. Stooripuu (Tarinakone 2015b)

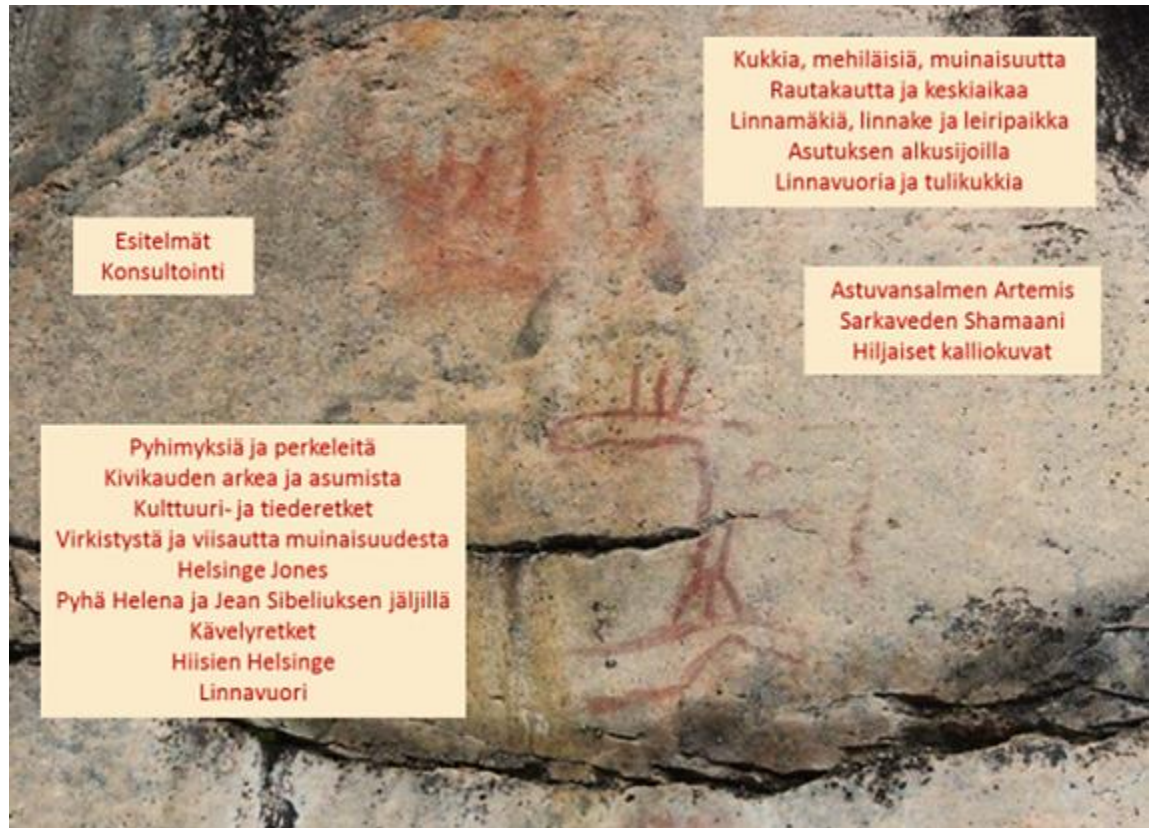


LIITE 2. Storipuuhaahmotelma Muinaismatkat Oy:stä.



KUVA 24. Tarinat männysssä (Pajunen 2015)

LIITE 3. Muinaismatkat Oy:n tuotteita



KUVA 23. Astuvansalmen hirvi (Nupponen 2015)

LIITE 4. KIVI, KORPPI JA KUPPI -TARINAPOLKU

Kauan sitten silloin, kun ihminen oli asettunut aloilleen ja alkanut viljellä maata ja keksinyt, miten valmistaa rautaa, tällä seudulla asui eräs heimo. Heimoon kuului kolme perhettä, joissa kussakin oli vanhemmat, lapsia ja isovanhemmat. Puiset talot oli rakennettu lähekkäin. Ne oli tiivistetty savella tuulen ja veden pitäviksi. Pihalla liikkui lehmiä ja possuja. Pieniä peltoja äestettiin rauta-auralla. Elämä noudatti vuodenaikojen rytmiä. Keväällä, kesällä ja syksyllä kerättiin satoa kylmän talven varalle. Talvella miehet kävivät metsällä ja vietettiin joutoaikaa tarinoiden tulen äärellä.

Tervetuloa Kivi, korppi ja kuppi –aikamatkalle.

1) Kävelyä ja kuuntelua. Välillä pysähdytään katselemaan ympärille. Esittely: Opas esittelee itsensä ja toivottaa osallistujat tervetulleeksi. Kävellään hetki. Opas kertoo tarinaa rautakauden asuinpaikasta. Perhe on muuttanut uuteen paikkaan joitain vuosia sitten karjansa kanssa. Pystypaaluinen talo oli pystytetty ja varasto rakennettu kerätyille ruokakasveille. Täältä oli löytynyt useamman vuodenkierron ajan hyvä metsästys-, kalastus- ja viljaonni. Pienillä kaskipelloilla viljeltiin ohraa ja vehnää. Nautakarjan lannalla lannoitettiin peltoa. Ei tarvinnut enää kaskeamisen tai saaliseläinten perässä muuttaa paikalta toiselle. Sikapossuja röhki talon toisessa päädyssä. Viime vuonna onni oli kuitenkin kääntynyt. Kuivuus oli haitannut viljasatoa, kalaa ei ollut tullut kuivattavaksi. Isäntäväki, lehmät ja siat olivat laihtuneet. Sairautta oli ollut monennäköistä vuodenkierron mittaan. Sato oli vähissä ja lähipiirin miehet olivat päättäneet lähteä metsälle ja kalalle.



KUVA 1. Peltoaukea (Nupponen, 2012)

2) Otetaan metsälle ja kalalle menevien miestenrooli ja toistetaan saalistoivelausta *"Anna Ahti ahvenia, Pentti pieniä kaloja"...*



KUVA 2. Metsäpolku (Nupponen 2015)

Opas kuvailee päähenkilöä. Hän on kaunis, riski, liioin voiva, ahkera ja uuttera, huolehtii puolisostaan, lapsista ja isästään. Hän oli juuri auttanut naapuriaan talon korjauksessa. Hän on kokenut pyyntimies ja tunki luonnonmetkut. Selässä keikkuu tuohikontti. Keskitytään ympäristön tarkasteluun. Katsellaan saaliita, näkyisikö jotain. Silmä lepää kaukaisuudessa. Ei näy eläinten jälkiä, ja jos näkyy, kerrotaan toisille, mitä näkyy.



KUVA 3. Pesä (Pajunen 2015)



KUVA 4. Karhun jälki (Nupponen 2011)

3) Kävelyä ja kotimatalle lähtö.

Ongelma: ei saalista. Askel on alakuloinen. Pohditaan ja kokeillaan, miltä tuntuu alakuloinen olo.

4) Pysähtyminen. Lintupaistia on näkyvissä; saataisiinko se kiinni. Kurkotellaan kohti yläilmoja.



KUVA 5. Palokärjet (Nupponen 2015)

Opas kertoo tarinan mustista linnuista. Mustan linnun näkeminen tuo onnettomuutta. Korppi on kuoleman lintu.

*"Kanna korppi huoliani, harakka miun haluni, kylmä lintu
kyyneleni, musta lintu muureheni".*

Ongelma: Pohdintaa, mitähän on tapahtunut tai tapahtuu ja mikä on mennyt pieleen.

5) Kävelyä ja saapuminen kotiin. Istuudutaan alas ja kuullaan uutiset. Ongelma: Korpin ennustus kävi toteen. Opas kertoo tarinan isoisän hautaamisesta.



KUVA 6. Auringonlasku metsässä (Nupponen 2015)

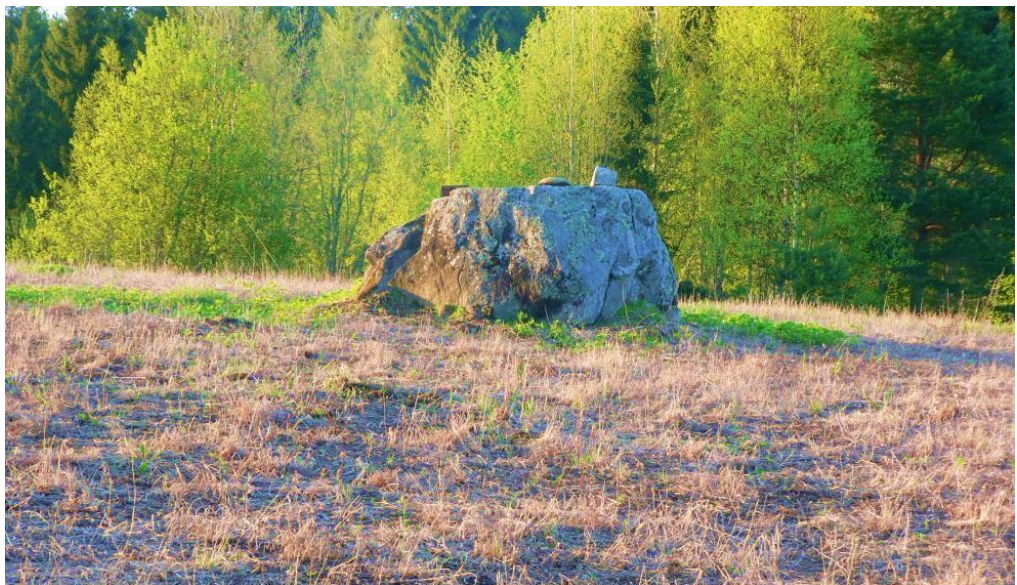
- 6) Yhteisvoivottelua ja itkulaulu/runon lausuminen yhdessä. Pohdintaa, miten pahat henget saadaan pois. Tehdään taikoja kuten soitetaan rautaesineillä ja noitarummulla. Opas kyselee osallistujilta muita keinoja tehdä taikoja ja toteutetaan niitä. Jos ehdotuksia ei tule, opas ohjaa muutaman "taian". Lopuksi hiljennytään.



KUVA 7. Noitarumpu (Nupponen 2015)

Ongelma: Taiat eivät auta. Opas kertoo, mikä on tilanne tarinassa.

- 7) Istutaan. Opas kertoo tarinan kuppikivestä ja sielulinnusta. Todetaan, että on unohdettu lepytellä vainajia eikä ole muistettu uhrata kuppikivelle. Kivelle uhrataan kuvitteellisesti.



KUVA 8. Kuppikivi (Pajunen 2015)

"Tuonela on sinun kotisi, sano terveisiä vainajille, jää hyvästi" - palaa ihanana ilmanlintuna, sielulintuna, kyyhkysenä, sirkkusena. Osallistujat voivat tutustua kuppikiven ympäristöön.



KUVA 9. Jyviä kuppikivellä (Nupponen 2015)



KUVA 10. Muuttolinnut (Nupponen 2015)

- 8) Opas tarjoaa kiven luona lähdevesimaljan pikareista. Vedessä on mukana muutama marja tai yrtin oksa. Todetaan, että maahinen on jättänyt osallistujille pienet lahjat eli pikarikupit, joissa on linnun kuva. Opas kehottaa miettimään, autoiko ”uhraus”.



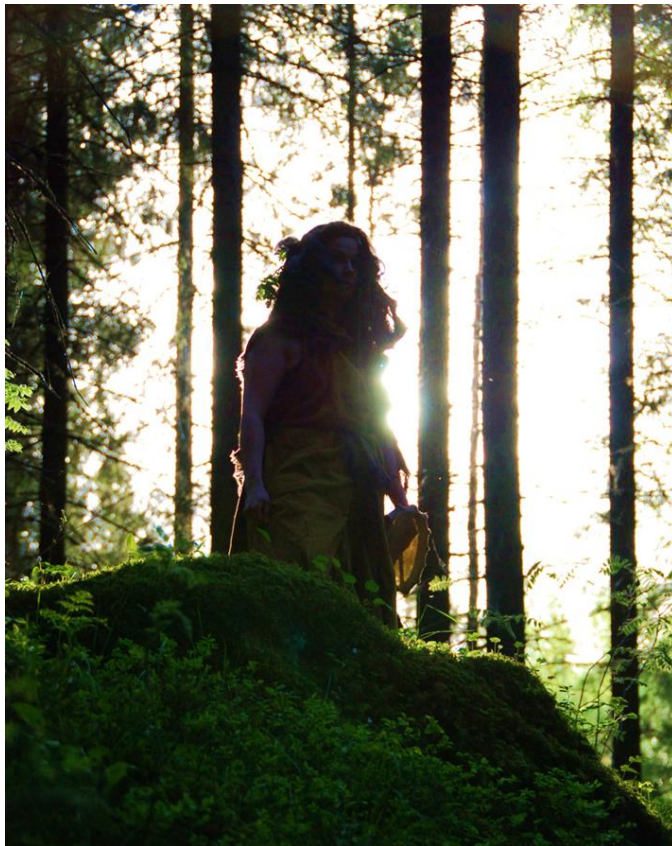
KUVA 11. Malja (Nupponen 2015)

- 9) Lähdetään paluumatkalle ja vilkaistaan takaisin kuppikiveä. Loppuratkaisu: Opas kertoo, että muuttolinnut ovat syömässä kupeista. Tarina päättyy oppaan toteamukseen ole kiitollinen siitä, mitä sinulla on, ja huomioi toiset.
- 10) Kävelyä ja vapaata keskustelua. Paluu lähtöpaikalle.

LIITE 5. RIITTI RAUNIOILLA - IHMISEN AIKA

Tänään tapaat harvoin nähdyn vieraan; Rauni-akan. Ehkä olet kuullut ukkosen ja salamoiden jumalasta Ukosta? Rauni eli Akka on Ukko-ylijumalan puoliso ja maan Jumalatar, Maan-Emonen. Ukon voima taiwahasta, maasta Maan emoisen voima, sanotaan vanhassa tarussa. Pihlajanmarjat ovat Raunille pyhitetyt. Rauni on saanut nimensäkin pihlajasta eli ruotsiksi rönnistä. Tanskassa ja Norjassa uskotaan, että pihlaja on Ukko ylijumalalle pyhitetty. Englannissa sanotaan, ettei salama iske pihlajaan. Rauni, pihlajan emäntä, suojelee erilaisissa hädissä.

Rauni on seurailut maailmanmenoa. Jos olet nähnyt jonkun noukkasevan roskan kadulta tai sulkevan tiputtavan hanan, se on saattanut olla Rauni. Rauni on nähnyt pahojen henkien sotkevan pihat, metsät ja vedet. Raunin mukana pääsemme matkalle ihmisen aikaan. Kohtaamme suuria keksintöjä ja koemme luonnon suuruuden. Lähdetään seuraamaan Raunia.



KUVA 12. Rauni, Maan Emonen (Nupponen 2015)

Kokoontumispaikalle saapuu Rauni, Ukko ylijumalan puoliso, pukeutuneena muinaiskansan jumalattareksi, Maan Emoseksi. Rauni esittelee itsensä ja johdattelee retkeen. Hän kertoo pääpiirteissään, miten retki etenee.

- 1) Rauni kertoo keskivertonykysuomalaisesta tilastotietojen kautta. Hän kuvailee elinikää, sairauksia, koulutustaustaa, ruokavaliota, vaateparsien lukumäärää, sähkölaitteiden käyttöä ja sosiaalisen median käyttöä. Rauni kysyy osallistujilta, tunnistitko itsesi.



KUVA 13. Elektroniikkaa (Pajunen 2015)

- 2) Retki alkaa vesiryöpyllä lähtöpaikalla. Kuunnellaan tarina vedestä. Vaikka kukaan ei ole keskivertonykysuomalainen, kaikissa meissä on vettä. Seuraa kertomus veden historiasta ja makean veden niukkuudesta ja veden merkityksestä. Vesi on juoma, kulkureitti, virkistyslähde, tautien välittäjä ja estäjä. Maistellaan vettä ja tarkastellaan sen läpikuultavuutta.



KUVA 14. Vesi (Nupponen 2011)

3) Lähdetään liikkeelle kohti keskiaikaa. Kuljetaan metsässä hetki ja pysähdytään.



KUVA 15. Metsä (Nupponen 2015)

Rauni kertoo lyhyesti keskiajasta. Osallistuja etsii lukuja ja kirjoituksia luonnossa. Rauni kertoo kirjoitus- ja lukutaidon ilmaantumisesta Suomeen sekä kristinuskon vaikutuksesta kuten kalenterin käyttö, nimipäivät, vuotuiset juhlat ja uuden uskonnon vaikutuksesta viljelyyn ja uskomuksiin.



KUVA 16. Korsia (Pajunen 2015)



KUVA 17. Nuoli (Pajunen 2015)

- 4) Jatketaan kävelyä. Rauni jakaa tiu`ut osallistujille ja kertoo rauta-ajasta. Osallistuja kuulee raudanvalmistuksen pääpiirteistä, rautatuotteista sekä uskomuksia haltijoista, jumalista sekä pahoista hengistä. Karkotetaan pahat henget tiu`uilla helistämällä.



KUVA 18. Rautanuoli (Nupponen 2015)

- 5) Kävellään kohti lapinrauniota. Rauni pyytää hiljentämään vauhtia ja ääntä ja ilmoittaa, että tullaan pyhälle paikalle. Hän kertoo, miten lapinrauniota tulee lähestyä. Kuunnellaan faktoihin perustuva kertomus lapinraunioista ja pohditaan, mitä lapinraunion ihmisestä on jäänyt jäljelle, ehkä kasa kiviä ja nimi karttaan. Mitä nykyihmisestä jää jäljelle?



KUVA 19. Rauni lammen äärellä (Nupponen 2015)



KUVA 20. Lapinraunio (Nupponen 2015)



KUVA 21. Lapinrauniolla (Nupponen 2015)

- 6) Rauni jakaa osallistujille lyhtyjä ja sytyttää niissä olevat terva- tai mehiläisvahakynttilät. Osallistajat voivat katsella tulta ja kuunnella hiljaisuutta sekä tutustua lapinraunion ympäristöön.



KUVA 22. Tuli (Pajunen 2015)

7) Paluumatka tehdään lyhtyjen valossa. Rauni pyytää miettimään, miten paljon elämä on muuttunut vuosisatojen aikana.

8) Rauni kokoaa lyhdyt pois, kun saavutaan lähtöpaikalle. Kuljetus tai kävely ravintolaan. Vapaata keskustelua.

9) Ravintolassa Rauni pitää puheen ja nostattaa vesimaljan ihmiskunnalle. Ruokaillaan. Lopuksi yhdessä kilistellään muistoksi jääviä tiukuja.