



NAVAJO-KANSAN KULTTUURIPERINNÖN TUOTTEISTAMINEN MONUMENT VALLEYN TURISTIKOHTEESSA

Anne Laine

Pro gradu -tutkielma

Uskontotiede

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Lokakuu 2018

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu
Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos/

Humanistinen tiedekunta

LAINÉ, ANNE: Navajo-kansan kulttuuriperinnön tuotteistaminen Monument Valleyn turistikohteessa

Pro gradu -tutkielma, 73 s.

Uskontotiede

Lokakuu 2018

Pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan, miten Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoihin kuuluvan navajo-kansan kulttuuriperintöä tuotteistetaan Monument Valley Navajo Tribal Park -nimisessä heimopuistossa Arizonan ja Utahin osavaltioiden rajalla. Kulttuuriperintö ja turismi ovat kietoutuneet vahvasti yhteen monissa turistikohteissa maailmanlaajuisesti. Käsillä oleva tapaustutkimus sijoittuu kulttuuriperintöturismin tutkimuksen ja Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen tutkimuksen kentälle. Tutkimuksen aineisto koostuu esitemateriaalista, jonka tutkielman tekijä on kerännyt Yhdysvaltojen lounaisalueelta. Tutkielman aineistoon kuuluvat myös kenttämuistiinpanot, jotka ovat dokumentteja vuosina 2014, 2015 ja 2017 tehdystä etnografisesta kenttätutkimuksesta Monument Valleyn heimopuistossa.

Navajo-kansan kulttuuriperinnön tuotteistaminen ilmenee sekä aineellisella että aineettomalla tasolla. Aineellista tuotteistamista edustavat ravintolat ja matkamuistomyymälät, jotka tarjoavat mitä erilaisempia alkuperäiskansoihin liittyviä tuotteita turisteille, sekä heimopuiston museot ja näyttelyt. Aineeton tuotteistaminen ilmenee aineellisen tason kautta. Opastetuilla laaksokierroksilla navajo-oppaat kertovat kulttuuristaan ja uskomuksistaan, ja turistiit tulkitsevat näitä kertomuksia omien odotustensa kautta. Kulttuuriperinnön tuotteistaminen tapahtuu pitkälti maiseman kautta, ja maisema näyttääkin olevan turistikohteen ensisijainen vetonaula. Autenttisuuden konstruointi on keskeinen väline, jolla kulttuuriperintöä markkinoidaan. Aineistosta nousee esille myös joitakin stereotyyppisiä piirteitä, kuten lännen rajaseudun liittäminen maisemaan ja navajojen kulttuuriperintöön. Rajaseutumielikuvat liittyvät paljolti elokuvateollisuuden välittämiin representaatioihin Villistä Lännestä, ja Monument Valleyssä hyödynnetään näitäkin teemoja. Heimopuiston voidaan nähdä tuotteistavan sekä navajojen että amerikkalaisten kulttuuriperintöä.

Tuotteistaminen tarkoittaa navajo-kansalle tasapainottelua perinteisen maailmankatsomuksen ja modernin, amerikkalaisen elämäntavan välillä. Alkuperäiskansojen kulttuuriperinnön tuotteistaminen on monimuotoinen ilmiö, jolla on yhteneväisiä piirteitä ympäri Yhdysvaltoja ja myös maailmanlaajuisesti. Turismi on luonteeltaan hyvin materiakeskeistä ja visuaalista, mutta tänä päivänä turismissa on huomioitu myös kokemuksellisuus. Turistien odotukset vaikuttavat osaltaan siihen, miten kulttuuriperintöä tuotteistetaan.

Asiasanat: kulttuuriperintö, tuotteistaminen, turismi, Pohjois-Amerikan alkuperäiskansat, navajot

SISÄLLYSLUETTELO

1 Johdanto	1
1.1 Tutkielman lähtökohdat ja tavoitteet.....	1
1.2 Lyhyesti navajo-kansasta ja Monument Valleyn heimopuistosta	4
1.3 Katsaus tutkimuskirjallisuuteen	7
2 Kulttuuriperintöturismin käsittelistäminen	12
2.1 Kulttuuriperintö ja sen aineellisuus ja aineettomuus.....	12
2.2 Autenttisuus ja turismi	14
2.3 Tuotteistava ja kaupallistava kulttuuriperintöturismi	16
2.4 Alkuperäiskansaturismin neljä ulottuvuutta	21
2.5 Kulttuuriperintöturismin kritiikkiä ja hyötyjä	24
3 Aineisto ja tutkimusmenetelmät	27
3.1 Esitteet ja mainokset.....	28
3.2 Etnografia ja osallistuva havainnointi	29
3.3 Sisällönanalyysi	32
3.4 Dokumenttianalyysi.....	34
3.5 Tutkielman eettistä pohdintaa	35
4 Kulttuuriperinnöstä tuotteeksi	37
4.1 Navajojen perinteisinä pidetyt käsityöt ja uskomusesineet matkamuinoina.....	38
4.2 Matkamuinomyymälät.....	44
4.3 Ravintolat kulttuuriperinnön välittäjinä ja tuottajina.....	46
4.4 Museot ja näyttelyt.....	48
4.5 Opastetut ja omatoimiset kierrokset laaksossa	52
4.6 Monument Valleyn ja navajo-kansan tuotettu ajattomuus ja henkisyys	56
5 Keskeiset tulokset.....	61
6 Johtopäätökset ja jatkotutkimusmahdollisuudet	64
LÄHDELUETTELO	67

1 JOHDANTO

1.1 Tutkielman lähtökohdat ja tavoitteet

Tutkielmani tarkoitus on selvittää, miten navajo-alkuperäiskansan kulttuuriperintöä tuotteistetaan Yhdysvalloissa erityisesti Monument Valleyn heimopuistossa Arizonan ja Utahin osavaltioiden rajalla. Tarkastelen, kuinka kulttuuriperintöä hyödynnetään ja sovelletaan kyseisessä turistikohteessa ja missä määrin yleisiä stereotyyppioita alkuperäiskansoista käytetään tuotteistamisessa.

Yhdysvalloissa useissa matkailukohteissa yhdistyvät luonnonhistorialliset ja kulttuurihistorialliset elementit, minkä takia matkailija törmää jossain vaiheessa todennäköisesti alkuperäiskansojen kulttuuriin. Yhdysvaltain lounaisosissa matkailevat turistit kohtaavat moninaisen luonnon lisäksi alkuperäiskansoja, jotka ovat asuttaneet aluetta jo kauan ja asuttavat edelleen. Myös alueella ennen eläneiden alkuperäiskansojen kulttuuriperintöä hyödynnetään turismissa. Esimerkiksi Arizonan osavaltiossa sijaitseva Canyon de Chelly on kuuluisa kanjoni- ja kivimuodostelmistaan, mutta siellä on nähtävillä myös varhaisten alkuperäiskansojen asumusten raunioita.¹ Kansainvälisesti hyvin tunnettu kohde on Coloradon Mesa Verde, jonne turistit matkaavat nähdäkseen kallioon rakennetut kylät. Yhdysvalloissa on tavanomaista, että turistikohteissa alkuperäiskansojen kulttuuriperintöä esitellään esimerkiksi ulkoilmanäyttelyssä, kuten tehdään Grand Canyonin länsireunan turistikylässä Arizonassa ja Yosemitein kansallispuistossa Kalifornian osavaltiossa. Toisaalta alkuperäiskansojen kulttuuria tuodaan esille matkamuistomyymälöissä, joissa turisteille suunnatut koriste-esineet ja kirjat ovat tavallinen näky. Matkamuistomyymälät ovat erottamaton osa turismia Yhdysvalloissa. Niistä ostettavat esineet mahdollistavat sen, että matkailija saa palasen kohteesta kotiin vietäväksi.

Kierrellessäni Yhdysvaltoja syksyllä vuonna 2014 kiinnitin huomiota siihen, miten kansallispuistoissa ja muissa luontokohteissa paikalliset alkuperäiskansat tuodaan esiin hyvin samankaltaisin tavoin. Lisäksi alkuperäiskansojen voimakas tuotteistaminen herätti kiinnostukseni erityisesti Yhdysvaltojen lounaisosiin, minkä takia palasin seuraavana keväänä Yhdysvaltoihin, ja keräilin esitemateriaaleja ja oppaita alueen matkailukohteista.

¹ Canyon de Chelly on Monument Valleyn tapaan navajo-intiaanien alueella, joten navajot hyötyvät sielläkin turismista, joskin Canyon de Chelly on luokiteltu virallisesti kansalliseksi monumentiksi (engl. *National Monument*), joten sitä hallinnoi navajojen lisäksi myös National Park Service.

Käytännön syistä päätin valita pro gradu -tutkielmani erityistarkasteluun yhden turistikohteen, Monument Valleyn heimopuiston, jossa navajo-intiaanit hyödyntävät kulttuuriperintöään turisteille suuntaamissaan tuotteissa ja palveluissa.

Monument Valley on lännenelokuvistakin kuuluisa laakso, joka sijaitsee navajo-intiaanien reservaatissa Yhdysvaltain lounaisosissa. Aluetta kutsutaan ”neljän nurkan alueeksi” (engl. *Four Corners*), koska se on Yhdysvalloissa ainoa paikka, jossa neljän eri osavaltion rajat yhtyvät. Lounaisalueesta käytetään myös nimitystä ”kultainen kehä” (engl. *Golden Circle*), koska niin moni luonnonnähtävyys sijaitsee siellä. Maasto on täynnä punaista hiekkaa, erikoisia kivimuodostelmia ja paikallisiin luonnonoloihin sopeutunutta kasvillisuutta sekä valtavia kanjoneita.

Monument Valley, navajon kielellä *Tse’Bii’Ndzisgaii*, tarkoittaa kallioiden tai kivien laaksoa.² Alue on vanhaa eroosioaluetta, jonne tuuli ja vesi ovat muovanneet vuosituhansien kuluessa erikokoisia ja -muotoisia kivimuodostelmia. (Henriksson 2014b, 175–176; Linford 2000, 295–296.) Navajot ovat perustaneet laaksoon oman heimopuiston nimeltä Monument Valley Navajo Tribal Park.³ Suuri osa turisteista vierailee kohteessa varmasti tarkoituksenaan ihaila erikoisia kivimuodostelmia ja nähdä, ovatko ne todella yhtä henkeäsalpaavia kuin kuvissa ja elokuvissa.⁴ Monument Valleyn laakso onkin tullut tunnetuksi erityisesti John Fordin 1900-luvun puolivälissä ohjaamien lännenelokuvien näyttämönä. Myös Marlboro on käyttänyt 1900-luvun jälkipuoliskolla mainonnassaan Monument Valleyn laaksoa luodessaan mielikuvaa cowboy-hattuisesta Marlboro-miehestä villissä lännessä. Monument Valleysta muodostuikin 1900-luvun aikana amerikkalaisen lännen ikoninen kuva, jota myytiin populaarikulttuurin avulla (Harvey T. 2011, 4–5). Maisemaa on hyödynnetty yhä 2000-luvulla niin musiikkivideoissa kuin elokuvissa sekä erilaisessa mainonnassa. Esimerkiksi Yhdysvaltain armeijan rekrytointimainoksessa, jota esitettiin Yhdysvalloissa televisiossa 2000-luvun alussa, esiintyy Monument Valleyn kivimuodostelmat (Harvey T. 2011, 4). Maisema on löydettävissä myös Microsoftin Windows-käyttöjärjestelmien taustakuvavalikoimasta sekä esimerkiksi suomalaisen Verkkokauppa.com-liikkeen mainoksen etusivulta (40/2018).

² Navajonkielinen nimi on käännetty englanniksi esimerkiksi *Stretches of Treeless Areas* tai *Clearings Among the Rocks* (Linford 2000, 295), jolloin nimessä korostuu kivimuodostelmia ympäröivä tasainen, tyhjä maa.

³ Tulen käyttämään tässä tutkielmassa heimopuistosta myös lyhennettyä nimeä Monument Valley, vaikka nimenä se viittaaakin koko laaksoon, eikä pelkästään turistialueeseen.

⁴ Tätä oletusta tukee David E. Wilkinsin tutkimusaineisto, jonka mukaan merkittävä osa koko navajoreservaatin vierailijoista kertoo vierailun syyksi maiseman. Kolmannes vierailijoista mainitsee syyksi myös navajoiden taiteen ja käsityöt. (Wilkins 2013, 203; ks. myös URL3.)

Monument Valley on tunnettu lähinnä maisemastaan, vaikka alueella asuu edelleen navajo-intiaanien yhteisö, joka hallinnoi itsenäisesti laaksoa. Monista mainoksista ja kuvista alkuperäiskansojen läsnäolo ei näy läpi, mutta paikanpäällä vieraillessaan matkailija ei voi välttyä navajojen kulttuuriperinnöltä, jota käytetään erilaisin tavoin matkailun edistämiseen.

Olen asettanut tutkimuskysymyksen seuraavasti:

- 1) Kuinka navajo-kansan kulttuuriperintöä tuotteistetaan aineettomasti ja aineellisesti Monument Valleymä?
- 2) Miten tuotteistamisessa hyödynnetään stereotypioita?

Tutkielmani on osa laajempaa kulttuuriperintöturismin tutkimuksen kontekstia. Olennaisia käsitteitä ovat kulttuuriperintö, turismi, tuotteistaminen, autenttisuus sekä aineellisuus ja aineettomuus. Tarkastelen käsitteitä ja niiden keskinäisiä kytköksiä teoreettisessa viitekehyksessä (luku 2).

Tekstissä tulen käyttämään tietoisesti käsitettä intiaani, vaikka se saattaa kuulostaa arvosävytteiseltä termiltä. Perustelen intiaani-sanän käytön yleisellä tieteellisellä käytännöllä, sillä käsitteenä se on vakiintunut sekä suomen- että englanninkieliseen tutkimuskirjallisuuteen. Näin ei ole pelkästään länsimaisessa tutkimustraditiossa, vaan myös alkuperäiskansojen itsensä tuottamassa materiaalissa. Tämän takia tulen käyttämään intiaani-sanaa alkuperäiskansojen käsitteen ohella.⁵

Keskustelua ja myös kritiikkiä herättäneet käsitteet turismi ja turisti ovat tässä tutkielmassa myös keskeisessä asemassa. Turistin käsitteeseen liitetään usein kielteisenä pidettyjä ominaisuuksia, kuten tietämättömyys, laiskuus, turmiollisuus ja hedonismi, minkä lisäksi turisti mielletään usein matkailuteollisuuden sätkynukeksi ja pelinappulaksi (Vainikka 2017, 26). Mielestäni on kuitenkin perusteltua käyttää kyseisiä termejä, koska kansainvälisessä englanninkielisessä tutkimuskirjallisuudessa käytetään yleisesti termejä *tourism* ja *tourist*. Pyrin käyttämään käsitteitä mahdollisimman neutraalisti.

Johdantoluvussa tulen vielä kertomaan yleisesti navajo-kansasta ja Monument Valleyn laaksosta, sekä annan katsauksen tutkimuskirjallisuuteen, jota kulttuuriperintöturismin alalla on tehty runsaasti. Luvussa 2 erittelen tutkimuksen kannalta olennaisia käsitteitä ja teorioita. Primaariaineistona tulen käyttämään matkaesitteitä, jotka kertovat alueen

⁵ Englanninkielinen sana *Indian* ja espanjankielinen *indios* viittaavat Pohjois-Amerikan alkuperäisten asukkaiden lisäksi intialaisiin, ja tämän kaksoismerkityksellisyyden takia termiä on haluttu välttää. Suomenkielinen sana *intiaani* ei aiheuta vastaavaa sekaannusta, ja ”siitä on muodostunut täysin arvovapaa termi”. (Andersson & Hämäläinen & Kekki 2013, 41.) Stephen Trimble (1993, xi) toteaa myös, että tänä päivänä alkuperäiskansat käyttävät itsestään yleisemmin englanninkielistä käsitettä *Indians* kuin *Native Americans*.

matkailumahdollisuuksista, navajoista ja Monument Valleyn turistikohdeesta. Olen itse kerännyt esitteet vieraillessani Yhdysvaltojen lounaisalueella ja Monument Valleyn heimopuistossa syyskuussa 2014, helmikuussa 2015 ja huhtikuussa 2017. Olennainen osa aineistoani tulee olemaan näin ollen myös henkilökohtaiset kokemukseni, kirjoittamani muistiinpanot sekä ottamani valokuvat matkakohteessa. Tutkielmassani käytän aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Erittelen tarkemmin aineistoa, sen luonnetta ja tutkimusmenetelmiäni luvussa 3, jossa pohdin myös tutkielman eettisiä kysymyksiä. Analyysilukuni rakentuu aineistosta poimimieni teemojen mukaisesti (luku 4). Teemojen valinta perustuu aineellisiin ja aineettomiin tuotteisiin, joita turisteille markkinoidaan esitteissä ja heimopuiston sisällä. Lopuksi tutkielman viimeisissä luvuissa kokoan vielä tutkielman pääkohdat yhteen ja pohdin tuloksia ja jatkotutkimusmahdollisuuksia yleisesti.

1.2 Lyhyesti navajo-kansasta ja Monument Valleyn heimopuistosta

Yhdysvaltain lounaisalue kuivine aavikkoineen ja hankaline maastoineen ei ollut vielä 1800-luvulle tultaessa arvostettua aluetta uudisasukkaiden mielestä. Vielä 1800-luvun lopullakin alueen esteettiset arvot kyseenalaistettiin. Vasta kun amerikkalaiset alkoivat irtautua eurooppalaisista juuristaan ja arvokäsityksistään, lounaisalue alkoi näyttää kulttuurisesti arvokkaana maana. Vuosituhansien saatossa syntyneiden maanmuotojen, perinteisin tavoin elävien alkuperäiskansojen läsnäolon ja varhaisten kansojen jäljelle jättämien raunioiden takia lounaisalue koettiin autenttisenä menneisyyden varastona. Eri tieteenalojen, kuten arkeologian ja antropologian, avulla amerikkalaiset liittivät lounaisalueen historiallisuuden osaksi kansallista narratiivia. Lounaisalue nähtiin todisteena siitä, miten muu Yhdysvallat oli kehittynyt primitiivisestä sivistyneeksi. (Harvey T. 2011, 9–10.)

Navajo-kansan ja samaan athabasca-kieliryhmään kuuluvien apache-intiaanien arvioidaan saapuneen nykyiselle alueelleen vasta karkeasti rajattuna 1300–1600-luvulla. Saapumisen ajankohdasta on useampi teoria, mutta ilmeisesti nomadikansana navajot alkoivat asuttaa aluetta vähitellen siirtyen pohjoisesta kohti etelää. (Linford 2000, 3; Trimble 1993, 12, 37.) Pian navajot alkoivat viljellä maata, erityisesti maissia, metsästyksen ja keräilyn lisäksi (Page & Page 2010, 25). Espanjalaisilta ja pueblo-kansoilta omaksuttiin karjanhoito, ja erityisesti lampaat muodostivat tärkeän osan navajojen omavaraistaloutta. Näin navajot luopuivat samalla vaeltavasta elämäntavasta. Lampaat olivat vakaan ravinnonsaannin tae,

toisin kuin riistan metsästäminen tai säästä riippuvainen maanviljelys. Lisäksi lampaiden myötä villa ja kutominen muodostuivat tärkeäksi talouden kannalta. (Trimble 1993, 132–134.)

Navajo-reservaatti perustettiin vuonna 1868, minkä jälkeen navajoiden oli pyrittävä mukautumaan länsimaiseen yhteiskuntaan muokkaamalla perinteisiä instituutioitaan. Navajo Nation Council on navajojen neuvosto, joka sisältää kuitenkin piirteitä navajojen perinteisistä poliittisista rakenteista.⁶ Reservaattiin lisättiin jälkikäteen alueita, ja 2000-luvulle tultaessa reservaatti onkin nelinkertaistunut pinta-alaltaan alkuperäiseen sopimukseen nähden. Navajo-kansan reservaatti on itse asiassa suurin Yhdysvalloissa sijaitsevista alkuperäiskansojen reservaateista – David Wilkinsin (2013) mukaan navajo-reservaatti kattaa 36 % yhteenlasketuista manner-Yhdysvaltojen intiaanireservaattien pinta-alasta. Vuonna 2011 navajoja on arvioitu olevan yli 300 000 navajo-kansan oman väestönlaskennan mukaan. Yhdysvaltojen väestönlaskenta arvioi lukeman hieman pienemmäksi (286 731) vuoden 2010 väestörekisterissään. Reservaatin sisällä suurin osa asukkaista on navajoja; vuoden 2010 väestörekisterin mukaan navajoiden osuus on 90 % koko asukasmäärästä. Wilkinsin mukaan navajoiden asukasmäärä on kasvamassa, mutta talouden tilasta kertovat tilastot eivät ole yhtä rohkaisevia. (Linford 2000, 296; Wilkins 2013, xvii.) Navajo-reservaatissa asuu navajoja arviolta 150 000. Se on siten paitsi pinta-alaltaan, myös väkimäärältään suurin reservaatti Yhdysvalloissa. (Andersson & Henriksson 2010, 459.)

Kokonaisuudessaan navajojen alue kattaa melkein neljänneksen Arizonasta jatkuen myös Uuden Meksikon ja Utahin puolelle.⁷ Maisema vaihtelee kuivasta autiomaasta ja syvistä kanjoneista tasamaahan ja vuoristoniittyihin. Vain pieni osa navajo-reservaatin pinta-alasta onkin luokiteltavissa selvästi karuksi - Linfordin mukaan noin 5 prosenttia. Ylipäänsä lounaisalue leimataan silti usein kauttaaltaan kuivaksi autiomaaksi, koska elokuva- ja turismiteollisuus ovat luoneet mielikuvaa punahiekkaisesta erämaasta ja Monument Valleyn kivipaasista tyypillisenä maisemana. (Linford 2000, 1.)

⁶ 1930-luvulla astui voimaan intiaaniain uudelleenjärjestämislaki, joka mahdollisti virallisten heimoneuvostojen (engl. *tribal council*) perustamisen Yhdysvalloissa. Vaaleilla valittujen johtajien oli tarkoitus korvata vanhat päälliköt. Tämä antoi näennäisesti lisää itsemääräämisoikeutta, mutta painosti luopumaan joistakin vanhoista perinteistä ja yhteiskuntajärjestelmistä. (Andersson et al. 2013, 31.) Navajot haluavat käyttää itsestään mieluiten virallista termiä Navajo Nation, koska termi *kansa* on poliittisesti merkittävämpi ja yhtenäisempi kuin *heimo* (Andersson et al. 2013, 29–30). Toisaalta navajot viittaavat omaan kansaansa navajonkielisellä nimellä Diné tai Dineh, jotka tarkoittavat ihmistä tai kansaa (Page & Page 2010, 26).

⁷ Andersson & Henrikssonin (2010, 459) mukaan navajo-reservaatin pinta-ala on yhteensä 5,6 miljoonaa hehtaaria.

Monument Valley Navajo Tribal Park on yksi monista navajo-kansan reservaatissa sijaitsevista nähtävyyksistä ulottuen yli 37 000 hehtaarillaan⁸ sekä Arizonan että Utahin osavaltioiden alueelle. Navajot hallinnoivat kaikkia reservaatissa sijaitsevia matkakohteita, joihin kuuluvat myös esimerkiksi Antelope Canyon ja Canyon de Chelly, joista jälkimmäistä navajot hallinnoivat yhdessä National Park Servicen kanssa. (URL2.) Monument Valley ei ole kansallispuisto, vaikkakin jo 1900-luvun alussa se kiinnosti liittovaltiota erikoisena luonnonnähtävyytenä. Navajo-kansan alueelle suunniteltiin perustettavaksi suuri kansallispuisto, johon olisi kuulunut Monument Valleyn laakson ohella myös esimerkiksi Canyon de Chelly. Osa navajo-intiaaneista oli myötämielisiä liittovaltion hankkeelle, mutta vastustusta herätti ajatus lampaiden laidunmaiden luovutuksesta turistien hyväksi. (Henriksson 2014b, 176–177.) Laakson heimopuisto Monument Valley Navajo Tribal Park perustettiin heimoneuvoston toimesta vuonna 1958 (Linford 2000, 296).

Navajo-hallinnon alainen Navajo Nation Parks & Recreation -osasto on perustettu suojelemaan, ylläpitämään ja hallinnoimaan reservaatialueen puistoja ja monumentteja navajo-kansan hyväksi. Monument Valley on osaston virallisten internet-sivujen mukaan yksi valokuvatuimmista nähtävyyksistä maailmassa. Laakson hiekkakivimuodostelmat ulottuvat jopa 300 metrin korkeuteen muuten tasaisessa erämaassa. Maisema on täynnä tällaisia yksinäisiä kivipaaseja⁹, joiden seinämät ovat jyrkkiä, mutta huippu tasainen. (URL1.) Laakso ei ole vain varsinaisen heimopuiston kokoinen, vaan ulottuu sen ulkopuolellekin (Henriksson 2014b, 176). Monument Valley on tärkeä ja pyhä navajo-kansalle; se kuvataan navajo-mytologiassa suureksi hoganiksi, jonka ”ovenpielinä” toimivat kaksi valtavaa kalliomuodostelmaa. (Linford 2000, 296–297.)

Kivipaadet ovat saaneet erilaisten muotojensa mukaan nimiä. ”Kolme siskoa” (engl. *Three Sisters*) ovat vierekkäin olevia kapeita, mutta korkeita kivipilareita. ”Toteemipaalu” (engl. *Totem Pole*) taas on yksinäinen kivipilari, ja kaksi ”Kinnasta” (engl. *Mittens*) muistuttavat nimensä mukaisesti pystyssä olevia lapasia. Kivimuodostelmat ovat syntyneet miljoonien vuosien saatossa. Alkujaan koko laakso on ollut veden peitossa, mutta veden vetäytyessä hiekkasaarekkeet ovat tiivistyneet kiveksi. Tuulen ja veden aiheuttama eroosio on kuluttanut – ja kuluttaa yhä – kivimuodostelmia antaen niille erilaisia muotoja. (Linford 2000, 296.)

Pohjois-Amerikan tutkija Markku Henrikssonin mukaan Monument Valleyn kivipaadet ovat luoneet elokuvien avulla mielikuvan siitä, millainen on oikea Villi Länsi (Henriksson 2014b,

⁸ Alun perin lähteessä on ilmoitettu 91 696 eekkeriä, jonka olen muuttanut hehtaareiksi laskurin avulla.

⁹ Englanniksi näihin muodostelmiin viittaa ainakin kaksi käsitettä, *mesa* ja *butte*. *Butte* on kapeahko kivipaasi, *mesa* puolestaan on massiivinen, tasalakinen vuori.

176). Myös Thomas Harveyn mukaan elokuvaohjaaja John Ford teki Monument Valleysta myyttisen Amerikan ikonin ja modernin turistikohteen. Ford ohjasi ensimmäisen elokuvansa Monument Valleysta vuonna 1938. Stagecoach-elokuvan sanotaan tehneen myös John Wayne tähtenä. Ford palasi monta kertaa Monument Valleyn kuvaamaan westernnejä. (Harvey T. 2011, 12.) Harry Goulding teki kuitenkin tärkeän esityön elokuvateollisuuden tuomisessa Monument Valleyn. Hän perusti puolisonsa kanssa pienen kauppaa- ja turistikeskuksen Monument Valleyn vuonna 1925, ja kuultuaan elokuvayhtiön etsivän kuvauspaikkoja lounaisalueelta he matkustivat Hollywoodin elokuvastudioille mukanaan valokuvia Monument Valleysta. Pian tämän jälkeen Monument Valleysta tehtiin lännenelokuvien näyttämö. (Linford 2000, 290–291.) Gouldingin turistikylä, joka sijaitsee heimopuiston ulkopuolella, mutta aivan sisäänkäynnin tuntumassa, on nimetty amerikkalaisten perustajiensa mukaan. Paikalla toimii nykyään paitsi pieni lentokenttä, myös virkistys- ja majoituspalveluja, jotka näyttävät tukevan palveluillaan viereisen heimopuiston toimintaa. Motellin lisäksi Gouldingiin on sijoitettu huoltoasema, ravintola, suuri matkamuistomyymälä sekä museo, joka pyrkii jäljittelemään Gouldingin pariskunnan aikaista, 1900-luvulla toiminutta, kauppaa- ja asemaa.

1.3 Katsaus tutkimuskirjallisuuteen

Turismia on tutkittu kansainvälisesti viime vuosikymmeninä hyvin runsaasti. Turismia on käsitteenä pyritty määrittelemään ja erittelemään, ja sen sosiaalisia, taloudellisia ja kulttuurisia vaikutuksia paikallisväestöön on tutkittu. (Selänniemi 1999, 268.) Alan kirjallisuudessa nousee tavallisesti esiin klassikoita, joita käytetään ja joihin viitataan edelleen tuoreessa tutkimuksessa. Tällaisia teoksia ovat kirjoittaneet esimerkiksi Dean MacCannell, John Urry ja Erik Cohen, joihin tulen itsekin viittaamaan tämän tutkielman puitteissa.

Turismitutkimuksessa huomioidaan usein matkailijan näkökulma. Turismin teoriaa on rakennettu esimerkiksi pyhiinvaelluksen ja rituaalisen käyttäytymisen ympärille (Selänniemi 1999, 269; Urry & Larsen 2011, 10). Paljon on tutkittu sitä, miksi ihmiset matkustavat ja mitä ihmiset tekevät matkustellessaan (Urry & Larsen 2011, 119). Turismikirjallisuuteen merkittävästi vaikuttanut brittiläinen sosiologi John Urry ja Jonas Larsen toteavat klassikkoteoksen uudistetussa painoksessa *The Tourist Gaze 3.0* (2011) turismin olevan suurin teollisuuden ala maailmassa. He määrittelevät turismin vapaa-ajan aktiviteetiksi

nähden näin turismin arjesta ja työnteosta irtautumisena. Tätä näkemystä on myös kritisoitu toteamalla turismin olevan tänä päivänä jo niin tavanomaista, ettei sitä voi nähdä arjesta irrallisena. Turistit eivät jätä tapojaan ja ajattelumallejaan kotiin matkustaessaan. Turismille olennaista on siirtyminen paikasta toiseen, kodin tai työpaikan ulkopuolelle, kuitenkin niin, että tarkoitus on palata jossain vaiheessa kotiin. Fyysinen läsnä oleminen onkin merkittävä piirre turismissa. Turisti saa suoran, välittömän kokemuksen turistikohteesta. (Urry & Larsen 2011, 4–20, 192.)

John Urry on tuonut turismiin liittyvään keskusteluun merkittävän käsitteen, turistin katseen (engl. *tourist gaze*). Katsominen on hänen mukaansa opittua kykyä ja sosiaalisesti konstruoitua, aktiivista näkemistä ja erityisesti tulkitsemista. Jokainen katsoo maailmaa omien sosiokulttuuristen kehystensä kautta antaen samalla näkemälleen merkityksiä. Turistin katse kohdentuu erityisesti siihen, mihin se ei ole tottunut ja mikä on erilaista. (Urry & Larsen 2011, 1–3, 15–16.) Turistilla on matkakohteesta ennako-odotuksia, joita media ja muiden kokemukset ovat muovanneet. Turistin katse voidaankin nähdä pitkälti median muovaamana – turisti on nähnyt erilaisia kuvia kirjoissa, lehdissä, maalauksissa, postikorteissa, mainoksissa, televisiossa, elokuvissa, internetissä ja sosiaalisessa mediassa. (Urry & Larsen 2011, 116.) Katseen kohteesta tehdään objekti esimerkiksi ottamalla valokuvia, jotta kyseiseen hetkeen voi palata myöhemmin uudestaan. Monissa turistikohteissa on jollain tavoin merkitty, minne turistin tulisi katsoa. Oppaissa ja esitteissä kerrotaan tärkeimmät nähtävyydet ja mihin niissä pitäisi kiinnittää huomiota. (Urry & Larsen 2011, 4, 12.) Urryn ja Larsenin mukaan turistikokemuksessa keskeistä on juuri visuaalisuus, vaikka muutkin aistit ovat kokemuksessa vahvasti läsnä. Turistin katseen käsitettä on kritisoitu juuri sen takia, että se kiinnittää liikaa huomiota näkemisen aistiin, vaikka turistikokemukseen liittyy kuulemistä, tuntemista, maistamista ja haistamista – toisin sanoen toimintaa ja osallistumista. Näkemistä pidetään usein pinnallisena ja passiivisena aistimuksena, jonka avulla ei pääse pintaa syvemmälle. (Urry & Larsen 2011, 14, 18, 190, 195.)

Turismin sosiologiaa tutkinut amerikkalainen Dean MacCannell korostaa turistin hakevan matkakohteesta autenttisuutta, mikä voidaan nähdä eräänlaisena pyhän etsimisenä. Turisti on uuden ajan pyhiinvaeltaja, joka etsii autenttisuutta muista kulttuureista ja menneestä ajasta. Turisti pyrkii löytämään kulissien takaa autenttista elämää ja ns. takanäyttämön (engl. *backstage*). Tämän takia turismiteollisuus pyrkii rakentamaan keinotekoisesti näitä takanäyttämöitä. MacCannell kutsuu turismin rakentamia takahuoneita yleisesti lavastetuksi autenttisuudeksi (engl. *staged authenticity*), joka on käsitteenä vakiintunut

tutkimuskirjallisuuteen. (MacCannell 2008, 334–337; Urry & Larsen 2011, 10.) Näin MacCannell korostaa autenttisuuden olevan toisaalta turistin fantasia, jota ei sinällään ole olemassa, ja toisaalta autenttisuus on myös sosiaalinen konstruktio, jota tuotetaan turisteille.

Urry ja Larsen käyttävät post-turistin (engl. *post-tourist*) käsitettä kuvaamaan tämän päivän turisteja, jotka ovat tietoisia omasta turistin roolistaan ja siitä, että autenttinen takanäyttämö on turistin saavuttamattomissa. Post-turisti ymmärtää myös, että näennäisesti autenttiset paikalliset palvelut ovat turismiteollisuuden rakentamia, ja paikalliset saavat turismista tuloja, joita ilman eivät ehkä pärjäisi. Post-turisti osaa iloita tuotteistamisesta ja keinotekoisuudesta mieltämällä turismin eräänlaiseksi peliksi, jossa kullakin on oma roolinsa. (Urry 1995, 140; Urry & Larsen 2011, 114.)

Oma tutkielmani sijoittuu kulttuuriperintöturismin ja ns. alkuperäiskansaturismin tutkimuskentälle tarkastellessani erityisesti navajo-intiaanien heimopuistoa. Antropologi Valene Smith määrittelee artikkelissaan *Indigenous Tourism: the Four Hs* (1996) alkuperäiskansaturismin turismiteollisuuden alaksi, joka korostaa alkuperäiskansojen etnisyyttä turistiattraktiona. Smith ottaa esimerkiksi Yhdysvaltojen lounaisosissa sijaitsevan Grand Canyonin, joka jo 1990-luvulla houkutteli miljoonia turisteja vuosittain. Smithin mukaan tärkeimpänä antina turistit pitävät ensinnäkin kanjonimaisemaa, mutta myös alueen alkuperäiskansojen kulttuuria. Alkuperäiskansaturismista onkin tullut tuottoisaa liiketoimintaa niin heimoille kuin yksittäisille käsityöläisille ja intiaanioppaille. Toisaalta alkuperäiskansojen välillä on merkittäviä eroja siinä, miten ne sijoittuvat maantieteellisesti otollisiin paikkoihin. Jotkin kansat, kuten navajot ja hualapait, pystyvät käyttämään hyväkseen paikallisia luonnonihmeitä turistien houkuttelemiseksi. Tämä näkyy esimerkiksi Monument Valleyssa ja Grand Canyonilla. (Smith 1996, 283–287.)

Valene Smithin ohella Alexis Buntin (2010) pohtii myös, miten kulttuuriperintöä voi tuotteistaa kulttuuria ja alkuperäiskansaa kunnioittavalla tavalla. Mitä puolia kulttuurista voi tuoda kulutettavaksi, ja miten matkamuuistoja ja käsitöitä voi tuottaa suurelle määrälle turisteja kulttuuria kunnioittaen? Alkuperäiskansojen itse organisoima ja tuottama turismi on suhteellisen uusi ilmiö maailmanlaajuisesti, vaikka alkuperäiskansat ovat olleet turismin kohteena jo pitkään. Kulttuuriperinnön tuotteistamisesta on erilaisia käytäntöjä, mutta kulttuurin kunnioittamiseen tähtääviä ohjenuoria on vähän. Monissa paikoissa turismiteollisuus on näyttää potentiaalisimmalta elinkeinolta alkuperäisväestölle. Jos tuotteistaminen tapahtuu kulttuurisesti kestäväällä tavalla ja perinteitä kunnioittaen,

turismiteollisuutta voidaan pitää paitsi alkuperäiskansojen talouden myös kulttuurisen renessanssin kulmakivenä. (Smith 1996, 283–287; Buntin 2010, 285–306.)

Christina Beard-Moose kuvailee teoksessaan *Public Indians, Private Cherokees: Tourism and Tradition on Tribal Ground* (2009) turismin olevan nopeasti kasvava teollisuuden ala maailmanlaajuisesti. Beard-Moose on tutkinut erityisesti cherokee-intiaanien kulttuuriperinnön tuotteistamista North Carolinan osavaltiossa Yhdysvalloissa. Turismin alkuun panevana voimana Beard-Moose näkee cherokee-intiaanien tapauksessa erityisesti rautateiden rakentamisen, mutta lisäksi lähistöllä sijaitseva kansallispuisto Great Smoky Mountains on ollut merkittävä tekijä turistien houkuttelemiseksi alkuperäiskansojen maille. (Beard-Moose 2009, 2.) Yhdysvaltain lounaisalue on myös täynnä kansallispuistoja, jotka vetävät sekä kotimaisia että ulkomaisia matkailijoita puoleensa. Muiden nähtävyyksien läsnäolo tuo turisteja myös Monument Valleyn heimopuistoon, joka on esimerkiksi vain muutaman tunnin ajomatkan päässä Grand Canyonin, Zionin, Canyonlandsin ja Mesa Verden kansallispuistoista. Historic Route 66, yksi vanhimmista ja legendaarisimmista liittovaltion valtateistä, ohittaa myös navajojen reservaatin läheltä.

Tutkijat ovat olleet kiinnostuneita kulttuurisista teemapuistoista paitsi turistikohteena, myös välineenä paikallisen identiteetin rakentamisessa. Hamzah Muzaini (2017) on esimerkiksi tutkinut malesialaista teemapuistoa, joka pyrkii välittämään kulttuuriperintöä sekä paikallisille asukkaille että turisteille. Muzainin mukaan tällaiset teemapuistot yleensä liittävät esittelemänsä kulttuurin tiettyyn, rajattuun maantieteelliseen alueeseen ja niputtavat sen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi, joka on helpompi välittää turistille. Etniset teemapuistot ovat kuluttamisen paikkoja, joiden sisälle on koottu ko. kulttuuriin liittyviä attraktioita ja nähtävyyksiä. Kulttuuriset teemapuistot ovat yleistyneet 1900-luvun aikana ympäri maailmaa. Ne pyrkivät esittelemään paikallista historiaa, nykypäivää ja etnistä kulttuuria. Teemapuiston perustamisen taustalla on usein taloudellinen intressi, mikä näkyy siinä, että puistot suunnitellaan palvelemaan ”turistin katsetta”. Toisaalta teemapuistojen ja kulttuurikylien tarkoitus on myös suojella ja säilyttää paikallista kulttuuriperintöä, minkä takia kulttuuriset teemapuistot saattavat olla tärkeitä kollektiivisen identiteetin lujittamisen paikkoja. (Muzaini 2017, 244–246.) Siten kulttuurikylät ja teemapuistot ovatkin kohdennettu sekä paikallisväestölle että ulkopuolisille, kuten turisteille. Koska kulttuuriset teemapuistot kilpailevat muiden turistikohteiden tavoin keskenään kävijöistä, ne pyrkivät houkuttelemaan vierailijoita erilaisin keinoin ja tarjoamalla sekä viihdettä että tietopaketteja kulttuurista (engl. ”*edutainment*”). Matkailua ja työtä ei enää mielletä suoraviivaisesti toistensa vastakohtiksi,

vaan matkailuun liittyy usein uuden oppiminen. (Muzaini 2017, 246; Urry & Larsen 2011, 135.)

Tässä tutkielmassa pyrin antamaan deskriptiivisen näkökulman kulttuuriperintöturismiin. Tarkastelen, kuinka monin eri tavoin kulttuuriperintöä tuotetaan ja tarjoillaan turistille ottamalla huomioon myös tämän päivän turismissa tärkeän kokemuksellisen aspektin. Koska käsillä olevan tutkielman keskiössä on Yhdysvaltain lounaisosissa sijaitseva navajo-intiaanien heimopuisto, se paikantuu myös Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen tutkimuksen kentälle. Suomalaista tutkimuskirjallisuutta Amerikan alkuperäiskansoista ovat kirjoittaneet esimerkiksi Rani-Henrik Andersson, Riku Hämäläinen ja Saara Kekki (2013), jotka kuvailevat alkuperäiskansojen tutkimuksen olevan monitieteinen ja -metodinen näkökulma mantereen alkuperäiskansojen historiaan ja nykypäivään, politiikkaan, kulttuuriin ja uskontoihin. Intiaanitutkimus yleistyi 1900-luvun puolivälissä alkaneen alkuperäiskansojen poliittisen heräämisen myötä, jolloin Pohjois-Amerikassa alkuperäiskansat alkoivat puolustaa yhä enemmän oikeuksiaan. Tässä yhteydessä alkoi syntyä intiaanien itsensä kirjoittamaa kirjallisuutta ja akateemista tutkimusta. (Andersson & Hämäläinen & Kekki 2013, 52–53.) Devon Mihesuahin toimittama teos *Natives and Academics. Researching and Writing about American Indians* (1998) kokoaa yhteen ajatuksia alkuperäiskansoista tehdystä tutkimuskirjallisuudesta ja intiaanitutkimuksen eettisistä kysymyksistä.

Olellainen tutkimusalue tämän tutkimuksen kannalta on myös kuluttamisen ja tuotteistamisen tutkimus. David Chidesterin mukaan Pohjois-Amerikassa esimerkiksi kristinuskoon on vaikuttanut voimakas kuluttamisen ja tuotteistamisen kulttuuri. Tämä on johtanut muun muassa ns. Jumalan myymiseen ja uskonnollisten pyhäpäivien muuttumiseen kuluttajarituaaleiksi. (Chidester 2005, 31.) Vastaavasti näyttää siltä, että Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen kulttuuriperinnön tuotteistaminen on osa nykypäivää. Esimerkiksi perinteisten uskomusesineiden kiinnostavuus nähdään mahdollisuutena turismille ja erilaisille verkkokaupoille, jotka tarjoavat mitä omituisimpia esineitä ja palveluita, jotka eivät usein liity millään tavalla alkuperäiskansoihin, vaikka nimi antaisi olettaa näin. Yleisesti Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoja symboloimaan on tuotettu esineitä, joita myydään ympäri maailmaa, mistä esimerkkinä on unisieppari.

Erilaisia heimopuistoja on ollut ja on edelleen ympäri maailmaa. Chidesterillä on esimerkki 1970-luvulta Etelä-Afrikasta, jonne lavastettiin afrikkalaisia kulttuuriperinteitä esittelevä turistikylä ulkomaalaisia vierailijoita varten. (Chidester 2005, 179–180.) Nykyään erilaisia teema- ja heimopuistoja on yhä enemmän, ja ne vetävät turisteja puoleensa mainostamalla

vaihtelevasti elävää ja autenttista kulttuuria, uskontoa ja perinnettä. Näitä kohteita on myös tutkittu laajasti viime vuosikymmenten aikana (ks. esim. Beard-Moose 2009; Bunten 2010; Cipollari 2010; Mathisen 2010; Muzaini 2017; Waitt 2000).

2 KULTTUURIPERINTÖTURISMIN KÄSITTELLISTÄMINEN

2.1 Kulttuuriperintö ja sen aineellisuus ja aineettomuus

Kulttuuriperintö on merkittävä osa turismiteollisuutta nykypäivänä. Se on monitahoinen käsite, joka sisältää kulttuurin aineettomia ja aineellisia elementtejä. Keskeistä kulttuuriperinnölle on, että se on yhteisön tuottamaa. Kulttuuriperintö ei ole vain sitä, mitä ennen on tehty ja miten ennen on ajateltu jonkin yhteisön sisällä. Kulttuuriperintö on sitä, miten perinteisistä tavoista puhutaan tässä ajassa. (Watson 2014, 47.)

Erilaiset maantieteelliset paikat tuottavat ja niihin tuotetaan kulttuurisia merkityksiä. Myös yhteiskunnalliset, taloudelliset ja kulttuuriset tilat tuottavat paikkoja, antavat niille merkityksiä ja määrittävät, miten paikkaa tulee käyttää ja miten se tulee nähdä ja kokea. (Harvey T. 2011, 5.) Toisaalta yksilöt ja ryhmät voivat myös tuottaa kulttuuriperintöä, jolloin nousee esiin kysymys siitä, kuka oikeastaan kontrolloi kulttuuriperintöä ja mitä tarkoitusperiä on taustalla sekä mitä keinoja käytetään perinnön tuottamiseen turismin saralla. Watson korostaa vielä kulttuuriperinnön tuotteistamisen taipumusta tuottaa osittaisia totuuksia ja tarinoita. (Watson 2014, 41.) Nämä kysymykset ovat keskeisiä myös tämän tutkielman kannalta. Monument Valley on kulttuuriperintöturismin kohde nähdäkseen kahdesta eri näkökulmasta. Harveyn mukaan Monument Valleyn maisema on osa amerikkalaista kulttuuriperintöä ja nationalismia. Maisema on monien medioiden avulla tuotettu rajaseudun symboliksi, joka kuvastaa vapautta, rohkeutta, vaarallisuutta ja selviytymistä. Lännen ekspansio ja rajaseudun kesyttäminen nähdään amerikkalaisuuden ytimessä. (Harvey T. 2011, 9–10.) Toisaalta Monument Valley on kulttuuriperintökohde, joka tuotteistaa navajojen kulttuuriperintöä. Tässä tutkielmassa huomio on nimenomaan jälkimmäisessä näkökulmassa.

Angela Cavender Wilson kirjoittaa kulttuuriperinnöstä dakota-intiaanin näkökulmasta artikkelissaan *American Indian History or Non-Indian Perceptions of American Indian History?* (1998). Hän toteaa, että tuleville sukupolville välitettävään kulttuuriperintöön vaikuttaa kansan tahto selviytyä modernissa maailmassa. Tarinat ja uskomukset ovat

syntyneet eri kontekstissa kuin missä niitä myöhemmin kerrotaan ja jaetaan eteenpäin. Kansakunnan selviytyminen riippuu siitä, miten kulttuuriperintöä siirretään sukupolvelta toiselle. (Wilson 1998, 34–35.) Panintianismi (engl. *pan-Indianism*) tuottaa alkuperäiskansoille yhteistä kulttuuriperintöä. Käsitteenä panintianismi viittaa alkuperäiskansojen rajat ylittävään toimintaan, jonka ilmentymiä ovat esimerkiksi suuret powwow-juhlat, joihin kokoonnutaan eri puolilta Pohjois-Amerikkaa ja jotka liittävät eri intiaanikulttuureja yhteen. (Andersson et al. 2013, 96, 104.)

Kulttuuriperintö voi olla aineellista tai aineetonta. Aineetonta ovat käsitykset, tarinat ja arvot, jotka kuitenkin saavat aineellisia muotoja erilaisten esineiden ja ruumiillisuuden kautta. Aineellinen ja aineeton ovatkin kulttuurisen ilmiön erilaisia tarkastelukulmia. (Koski, Opas & Virtanen 2015, 103–104.) Aineetonta alkuperäiskansojen kulttuuriperintöä ovat esimerkiksi uskomukset ja tarinat, joita turisteille kerrotaan. Aineellisuuden kautta, esimerkiksi museoesineiden ja maiseman avulla, turistit pääsevät kosketuksiin alkuperäiskansojen aineettomaan kulttuuriperintöön. Aineellinen ja aineeton ovat olennaisia käsitteitä tutkielmassani, koska tuotteistaminen tapahtuu molemmilla tasoilla. Tuotteet, joita turisteille myydään, ovat sekä aineellisia että aineettomia. Aineellisia tuotteita ovat esimerkiksi matkamauistot, ja aineettomia tuotteita ovat erilaiset kokemukset ja elämykset.

Kulttuuriesineet ovat olennaisia Pohjois-Amerikan alkuperäisväestöjen identiteetin kannalta. Siksi monet alkuperäiskansat ovat järjestäneet näyttelyitä omasta kulttuuristaan. On kuitenkin olennaista pohtia, mitä näyttelyissä on asetettu esille, kenelle ne ovat suunnattu ja millainen tarina niillä halutaan kertoa. Museoiden kohderyhmänä on tavallisesti pidetty länsimaalaisia turisteja. (Hankaniemi 1998, 10; Watson 2014, 40.)

Turismi on varsin riippuvainen kulttuuriperinnön aineellisesta puolesta. Kulttuuriperintö nähdään usein museoissa kulttuurisen ja teknologisen kehittymisen aikajanana. (Watson 2014, 38.) Monument Valleyssa ja monessa muussa alkuperäiskansaa esittelevässä museossa esitetään juuri tällaista aikajanaa siitä, miten navajot tai yleisesti alkuperäisväestö ovat saaneet elinkeinonsa ja millaisia perinteiset työkalut ovat olleet. Watson nostaa myös esille kysymyksen, kuka päättää, mitä museoissa esitetään ja näytetään turisteille (Watson 2014, 40).

Turisteille esitettävä kulttuuriperintö on hyvin visuaalista. Museoinstituutio on lähtökohtaisesti perustunut autenttisina ja harvinaisina pidettyjen artefaktien esittämiseen. Kun museoissa kävijät näkevät joukon esineitä ja työkaluja, heidän tehtävänsä on kuvitella, miten kyseisiä artefakteja on joskus käytetty tai käytetään edelleen. Tällainen artefakteja

korostava historiankerronta sivuuttaa tai trivialisoi usein kulttuurin aineettomat piirteet sekä kulttuurin sisäiset ristiriidat. Museoiden luonne on kuitenkin muuttunut merkittävästi. Enää kävijöiden ei odoteta pelkästään seisovan ja katselevan näyttelyesineitä, vaan he pääsevät myös itse osallistumaan näyttelyyn. Niin sanotut elävät museot, interaktiiviset museot ja ulkoilmamuseot ovat haastaneet perinteiset museot, eikä museo ei ole enää pelkästään hiljainen ympäristö, koska muutkin aistit pyritään huomioimaan visuaalisuuden lisäksi. Tämä perustuu museon kohtaamaan kilpailuun yleisöstä. Teemapuistot ja kulttuurikeskukset ovat ohjanneet museoinstituution suunnan kohti markkinataloutta, ja näin museoihinkin liittyvät olennaisesti kahvilat ja matkamuistomyymälät. Populaarikulttuuri ja trendit vaikuttavat ja muuttavat museoiden roolia yhteiskunnassa. (Urry & Larsen 2011, 143–154.)

Taide on yksi kulttuuriperinnön puoli, joka edustaa sekä aineellisuutta että aineettomuutta. Amerikan alkuperäiskansoilla ei perinteisesti ole ollut erikseen käsitettä taide, koska taide ei ole erottautunut muista elämänalueista, vaan se on palvellut sosiaalisissa ja uskonnollisissa yhteyksissä. Taiteella on sosiaalisia ja seremoniaalisia tehtäviä, ja ymmärtääkseen taidetta onkin ymmärrettävä kyseistä kulttuuria. Nykyään kuitenkin alkuperäiskansat ovat kehittäneet perinteisiä käsitöitään myös turismia silmällä pitäen. Esineitä, joilla aiemmin on ollut tietty käyttötarkoitus, ei välttämättä käytetä enää lainkaan alkuperäisessä kontekstissaan, ja toisaalta perinteisen taiteen muotokieltä liitetään uusiin yhteyksiin. (Andersson et al. 2013, 134.)

2.2 Autenttisuus ja turismi

Yleisesti ajatellaan autenttisuuden käsitteen viittaavan siihen, että jokin asia tai esine on todistettavasti alkuperäinen, eikä kopio tai jäljennös (Mikula 2008, 9). Autenttisuuden korostaminen tällaisena ominaisuutena voimistui 1700-luvulla romantiikan aikakauden yhteydessä (Chidester 2005, 188). Toisaalta autenttisuus on saanut myöhemmin muita määritelmiä, ja keskustelu autenttisuudesta on avannut muita näkökulmia. Autenttisuus on ongelmallinen käsite esimerkiksi tilanteissa, joissa autenttisuus on lavastettu, koska lavastetun autenttisuuden voidaan nähdä silti tarjoavan autenttisia kokemuksia kokijalleen riippumatta esineen tai paikan alkuperästä. (Watson 2014, 44.) Lisäksi autenttisuuden käsitteen voidaan nähdä liittyvän valtakulttuurin ihannoimaan menneisyyteen. Modernin elämän hektisyyden ja jatkuvan muutospaineen on väitetty johtaneen siihen, että länsimaalainen turisti etsii autenttisuutta menneisyydestä ja vieraista kulttuureista. (Harvey

T. 2011, 5, 9.) Toisaalta on myös esitetty, että globalisoituneessa maailmassa autenttisuus on vain nostalgista fantasiaa. (Mikula 2008, 10).

Erik ja Scott Cohen ovat nimenneet kolme tapaa, jolla autenttisuudesta voidaan puhua. Ensimmäinen on objektiivinen autenttisuus, joka viittaa esineen tai asian aitouteen. Toinen on konstruoitu autenttisuus ja kolmas subjektiivinen autenttisuus, joka liittyy autenttisuuden henkilökohtaiseen kokemiseen. Konstruoitu autenttisuus viittaa siihen, että jokin asia tai esine on kokenut autenttisuuden tuottamisprosessin – toisin sanoen autenttisuus on jonkin tahon konstruoimaa. (Cohen & Cohen 2012, 1296.) Tämä on turismin ja myös tämän tutkielman kannalta merkittävä autenttisuuden laji, koska autenttisuuden käsitettä käytetään tuotteistamisessa ja markkinoinnissa hyväksi. Maja Mikula (2008, 10) väittääkin tuotteen markkina-arvon ja kysynnän kasvavan, mikäli se identifioidaan autenttiseksi.

Lavastetun autenttisuuden käsitteestä (engl. *staged authenticity*) on puhuttu paljon turismiin liittyvässä tutkimuskirjallisuudessa. Urry ja Larsen liittävät tähän näkemykseen teatterimaailman metaforia puhumalla näyttelijöistä, esiintyjistä, lavasteista ja ohjaajista. Turistikohde suunnitellaan ja lavastetaan turisteja silmällä pitäen. Turisteille tarjotaan tuotteita, joihin liittyy henkilökunnan, esimerkiksi oppaiden, esiintymistä ja käyttäytymistä tiettyjen mallien ja käsikirjoitusten mukaan. Toisaalta turistit eivät ole vain vastaanottava yleisö, vaan he voivat myös osallistua esitykseen. Kuluttaminen on jo eräässä mielessä osallistumista, koska se kuuluu turistin ennalta määrättyyn rooliin. (Urry & Larsen 2011, 190–191, 206.)

MacCannell kuitenkin korostaa, että lavastettu autenttisuus liittyy ennen kaikkea turistitilanteisiin, jotka näyttävät turistin näkökulmasta päällisin puolin aidoilta ja suunnittelemattomilta kohtaamisilta paikallisväestön kanssa. Turistit hakeutuvat takanäyttämöille etsiessään autenttisuutta, ja koska paikalliset tiedostavat tämän, he tuottavat näitä keinotekoisia takanäyttämöitä pyrkien täyttämään turistien odotuksia. (MacCannell 2008, 335–337.) Saldanha ja Klopfer (2014, 329) toteavat myös artikkelissaan, että paikalliset mukautuvat usein taloudellisen hyödyn toivossa turistien odotuksiin ja käyttäytyvät sen mukaisesti kertomalla kulttuuristaan asioita, joita he uskovat turistien haluavan kuulla.

Turismitutkimuksessa todetaan usein, että turistit hakevat usein matkoiltaan kokemuksia vanhoista kulttuureista ja entisajasta haluten mennä niin sanotusti ajassa taaksepäin. Kohteelta halutaan ”primitiivisyyttä” ja läheistä kontaktia luontoon. Moderni kansainvälinen turismi käyttääkin kohteenaan usein kulttuureja, jotka tukevat rajanvetoa modernin ja

perinteisen välillä, mutta myös ”me ja ne” -vastakkainasettelun välillä. Tämä rajanveto pohjautuu Stein Mathisenin mukaan länsimaisten mielikuvien pitkään historiaan ja myytteihin ”Toisesta”. Taustalla on ajatus eurooppalaisen kulttuurin paremmuudesta muihin kulttuureihin nähden. Tällainen rajanveto aiheuttaa turismissa eksotismia; autenttisuutta, alkuperäisyyttä ja erilaisuutta haetaan ”Toisesta”. (Mathisen 2010, 56.)

David Chidesterillä on esimerkki 2000-luvun shamaaniturismista, joka on käyttänyt autenttisuuden käsitettä myynnin edistämiseksi. Chidester kertoo zulu-shamaanista Credo Mutwasta, jota mainostetaan näkijäksi, parantajaksi ja rituaalispesialistiksi. Hänellä sanotaan olevan hallussaan autenttista ja vanhaa perinnetietoa, johon matkailija voi kuitenkin päästä osalliseksi. Kotimaassaan Etelä-Afrikassa shamaania on pidetty pääosin huijarina, mutta muualla – erityisesti Amerikassa – Credo Mutwa on kerännyt seuraajia edustamalla autenttista ääntä, jota moderni yhteiskunta ei ole pilannut. (Chidester 2005, 172–173, 185.) Mutwan tapauksessa autenttisuus on konstruoitu primitiivisyyden ja vanhan perinnetiedon ympärille. Länsimainen kulttuuri esitetään autenttisen ja perinteisen kulttuurin turmelijana. Chidesterin esimerkki shamaaniturismista on vain yksi esimerkki globaalista ilmiöstä.

2.3 Tuotteistava ja kaupallistava kulttuuriperintöturismi

Tuotteistaminen on yksi kulutusyhteiskunnan keskeisistä prosesseista. Tuotteistamisprosessilla viitataan yleisesti siihen, kuinka jostakin asiasta tehdään tuote, jota myydään tai käytetään myynnin edistämiseen mielikuvien kautta. Tuotteistettu asia voi olla henkilö tai kansa, käyttöesine, rakennelma, ruoka tai periaatteessa mikä tahansa. (Martikainen 2006, 2.) Populaarikulttuuri ja erityisesti turismi tuottavat kuluttajille tuotteita, jotka lupaavat siirtää kuluttajan irti arjesta (Selänniemi 1999, 277–278). Yhdysvalloissa ja myös muualla maailmaa populaarikulttuuri on saanut uskonnollisia piirteitä, mistä on esimerkkinä elokuvateollisuuden inspiroimat ns. pyhiinvaellusmatkat. Tuotteistamiseen luonteeseen kuuluu, että kuluttajia ohjataan esimerkiksi mainoksilla ja esitteillä haluamaan mitä erilaisempia tuotteita ja kokemuksia. (Chidester 2005, 3–6, 42.)

Eri alueiden alkuperäiskansoista ja heidän kulttuuristaan on tehty tuotteita ympäri maailmaa, ja erityisesti spirituaalisten tuotteiden vetovoima on lisääntynyt. Eri kulttuuriperinteiden elementtejä yhdistellään usein esimerkiksi New Age -henkisyudessa. Esimerkiksi afrikkalaisen ja amerikkalaisen alkuperäiskulttuurin elementtejä sekoitetaan usein toisiinsa

tuotteen vetovoiman kasvattamiseksi. (Chidester 2005, 189, 219.) Kiinnostus alkuperäiskansojen henkisyteen kasvoi 1960-luvulla. Tämä liittyy laajempaan uushenkisyyden ja uusien uskontojen kenttään. Intiaanikulttuureita on käytetty ja käytetään edelleen hyväksi henkisyysliikkeissä esimerkiksi viittaamalla parantaviin hoitoihin harhaanjohtavasti jonkin intiaanikansan nimellä – tästä on esimerkkinä ”navajoterapia” ja ”hopi-korvakynttiläterapia”, joilla ei ole mitään tekemistä kyseisten intiaanikulttuurien kanssa. (Andersson et al. 2013, 48.) Niin sanottujen valkoisten shamaanien, yrittäjien ja New Age -liikkeiden myötä alkuperäiskansojen henkisyttä tuotteistetaan ja myydään, ja pyhiä seremoniaesineitä voi ostaa postimyyntiluetteloista (Whitt 1998, 140–141). Tuotteistettu henkisyys keskittyy yksilöön ollen näin osa länsimaista individualismia. Alkuperäiskansojen kulttuuri on sitä vastoin yhteisöllistä; heimo ja heimon edut ovat keskiössä. (Whitt 1998, 163.) Turismi on myös luonteeltaan individualistista, vaikka matkailu on tavallisesti sosiaalinen tapahtuma. Turismi tarjoaa kokemuksia yksilöille, jotka voivat vapaasti valita runsaasta tarjonnasta haluamansa elämykset. Mainokset ja esitteet puhuttelevat teksteissään lukijaa kohdistamalla sanansa suoraan hänelle.

Turismi voidaan ymmärtää ns. kokemusteollisuutena, jolla on voimakas taloudellinen intressi tarjota matkailijoille paloja populaarikulttuurista (Mathisen 2010, 56). Kuluttaminen on linkitetty erottamattomasti viihteeseen, ja tuotteiden ostaminen on olennainen osa kokemusta. Chidester kuvaa heimopuistojen olevan eräänlaisia teemapuistoja, joihin on luotu oma maailmansa erilaisten kulissien, kuten arkkitehtuurin, maisemoinnin ja puvustuksen avulla. Tässä korostuu myös turistikohteen työntekijöiden rooli. Heiltä odotetaan puhuvan tietyistä asioista ja tietyllä tavalla. Heidän tulee pyrkiä luomaan mielikuva, että eivät itse asiassa tee työtä, vaan elävät heimopuistoa. (Chidester 2005, 142–143.) Monument Valleyssa maisema on osa kulissia, joka sopii rajaseudun ja Villin Lännen teemaan. Vaikka maisema onkin luonnollinen, se on myös osa tuotettua kokonaisuutta, joka luo mielikuvia ajattomasta ja koskemattomasta paikasta ja alkuperäiskansasta. Teemapuistot luovat kulissien avulla tilanteen, jossa turisti on läsnä sekä fyysisessä paikassa että fiktiivisessä tilassa, josta hänellä on mielikuvia (Urry & Larsen 2011, 125).

Muzaini suhtautuu kriittisesti kulttuuriperintöturismiin. Hänen mukaansa kulttuuristen teemapuistojen on vastattava kulutus-kulttuurien ja kuluttavien asiakkaiden kysyntään, minkä takia teemapuistojen on representoitava yksinkertaistettua ja standardia versiota kulttuuriperinnöstä. Teemapuistot ovat siten selektiivisiä. Vieras kulttuuri eli ”Toinen” konstruoidaan yhtenäiseksi, vaikka näin ei olisi. Teemapuistot esittävät paikallisen kulttuurin ja elämäntavan sellaisena kuin sen ”pitäisi” olla, ja eriävät näkemykset lakaistaan maton

alle. Tämä tyydyttää turistik, jotka kaipaavat viihdettä, epätavallista, poikkeavaa ja eksoottista. Paikalliset irrotetaan modernista maailmasta, ja näin kulttuuri leimataan usein staattiseksi. (Muzaini 2017, 246.) Watson toteaa myös, että usein kulttuuriperinnön tuotteistamisen seuraus on, että ”aito” kulttuuri uhrataan, jotta siitä saadaan esiin kaikkein vaikuttavimmat puolet ja vetoava esitys. Tämä tarkoittaa myös asioiden yksinkertaistamista. (Watson 2014, 42–43.) MacCannell kuitenkin kyseenalaistaa, onko tällaista ”aitoa” kulttuuria edes olemassa (MacCannell 2008, 337).

Turistik kaipaavat yhä enemmän ”Toisen” aktiivista kohtaamista, mikä näkyy tällaisten kokemusten etsintänä ja takaseuduille matkustamisena. ”Toinen” voi olla ajallisesti, maantieteellisesti tai etnisesti vieras. Turistik haluavat olla henkilökohtaisesti yhteydessä uuteen kulttuuriseen ympäristöön ja ihmisiin, jotka eroavat omasta, totutusta kulttuurista. (Muzaini 2017, 244–246.) Kokemuksellisuuden korostuminen turismissa tarkoittaa myös sitä, että turistikohteiden palvelutuotteiden on oltava enemmän kuin tavallista palvelua – niiden on oltava mieleenpainuvia ja yllättäviäkin. Turistikokemukselle ominaista on lisäksi se, että turistik ovat valmiita tekemään asioita, joita he eivät normaaleissa olosuhteissa tai kotiympäristössä tekisi. He uskaltavat kokeilemaan erilaisia aktiviteetteja, outoja ruokalajeja ja käyttävät rahaa huolettomasti. (Urry & Larsen 2011, 53, 115.)

Rajanvedot ja vastakkainasettelut yleensä yksinkertaistavat kulttuureja ja tekevät niistä staattisia ja stereotyyppisiä. Victoria Sanchezin mukaan stereotyyppiset mielikuvat intiaaneista ovat niin yleisiä Yhdysvalloissa, ettei niitä edes tiedosteta. Stereotypiat määrittävät suurelta osin sitä, miten valtakulttuuri ymmärtää alkuperäiskansoja. Amerikan alkuperäiskansojen käyttäminen esimerkiksi mainonnassa ei ole uusi ilmiö, vaan sitä on tapahtunut jo 1800-luvulla. Markkinoinnissa käytetyt mielikuvat intiaaneista ovat yhä varsin samankaltaisia kuin varhaiset stereotypiat, jotka sisälsivät intiaanikarikatuureja ja kärjistettyjä käsityksiä intiaanien yksinkertaisuudesta, luontosuhteesta, henkisyydestä, rohkeudesta ja voimasta. Yhä edelleen markkinoilla käytetyt mielikuvat intiaaneista jaloina villoina välittävät romantisoitua käsitystä alkuperäiskansoista. Stereotyyppien käyttäminen mainonnassa ja populaarikulttuurissa erottelee ja ulkopuolistaa alkuperäiskansat valtakulttuurista. Toisin sanoen stereotypiat tuottavat ”Toiseutta”. (Sanchez 2012, 153–155.)

Turismissa olennaista on mielikuvien ja turistikokemuksen yhteneväisyys. Tuotteiden myynti on riippuvainen yleisistä mielikuvista ja logoista. Chidesterin esimerkissä Disney-hahmot ovat itsessään tuotteita, jotka myyvät Disney-elokuvia, jotka taas myyvät videoita. Nämä tuottavat kysyntää Disneyn teemapuistoille, jotka myyvät erilaisia tuotteita kuluttajille, jotka taas myyvät elokuvia, ja näin koossa on loputon kehä itseensä viittaavia mainoksia.

(Chidester 2005, 143.) Monument Valley on paitsi maisema, myös mielikuva ja symboli, jota käytetään heimopuiston tuotteistamisessa ja matkamuuistojen myymisessä. Niin ikään Monument Valleyn tapauksessa elokuvat edistävät maiseman, ja sitä kautta heimopuiston, myymistä.

Merkittävät elokuvat ja sarjat luovat nykyään turistivirtoja alueille, jotka eivät ennen mediahuomiota olleet turistien suosiossa. Tällaista median inspiroimaa matkustamista voidaan pitää omalla tavalla pyhiinvaellusturismina, joka kohdistuu median tuottamiin tiloihin. Näissä turistikohteissa sekoittuvat usein todellisuus ja median luoma fiktiivinen maailma. (Urry & Larsen 2011, 116–117.) Monument Valley on myös osittain tällainen median luoma fiktiivinen tila, jota ovat tuottaneet esimerkiksi 1900-luvun western-elokuvat. Kaikkialla lounaisalueella huoltoasemat ja tavalliset sekatarvakaupat muistuttavat matkailijan olevan ”Villissä Lännessä” myymällä stetsoneita, cowboy-saappaita ja -vöitä sekä t-paitoja, joiden kuvasto kertaa stereotyyppioita intiaaneista ja lännen rajaseudusta.

Erik Cohen käyttää käsitettä turistitaidete (engl. *tourist art*) kuvailemaan etnistä taidetta ja käsityötä, joka on suunnattu turismin markkinoille ja yhteisön ulkopuolisille ostajille. Turistitaidete on monimutkainen ja tavallisesti ongelmallisena pidetty ilmiö, joka tuo esiin monia eettisiä kysymyksiä. Turisteille suunnatun taiteen ja käsityöteollisuuden voidaan nähdä tuhoavan, mutta myös säilyttävän ja jopa elvyttävän kulttuuria. Vaikka turistitaidetta on ollut kaupan niin kauan kuin ihmisiä on liikkunut paikasta toiseen, toisen maailmansodan jälkeen alkoi varsinainen laajamittainen etnisten ja pseudoetnisten tuotteiden markkinointi ja myynti. Kulttuurin ulkopuolisille ostajille suunnitellut tuotteet saattavat päätyä myös tuottajan oman yhteisön markkinoille. Joskus turismimarkkinoille suunnataan aivan uudenlaisia tuotteita, joilla ei ole mitään tekemistä paikallisen kulttuuriperinnön kanssa, mutta jotka silti houkuttelevat kuluttajia. (Cohen 1993, 1–2.)

Myytävien käsitöiden tuotanto voi Cohenin mukaan olla spontaania, jolloin tuotannolla pyritään vastaamaan matkailijoiden kysyntään, tai sponsoroitua, jolloin luodaan tuotteita, jotka mukautuvat vähitellen turismiteollisuuteen. Tuotteita suunnitellaan sopimaan turistien mieltymyksiin, vaikka tuote ei enää vastaisikaan tuottajan oman kulttuurin perinteisiä tekniikoita tai merkityksiä. Tuotteista tulee tuotannon kasvaessa tietyn standardin mukaisia. Niistä riisutaan usein monimutkaiset merkitykset ja yksityiskohdat, jotta ne olisivat helpommin turistin ymmärrettävissä. Massatuotanto on korvannut usein perinteiset käsityötekniikat ja luonnonmateriaalit, mutta autenttisuutta ihannoivan trendin takia perinteisinkin menetelmin valmistetaan edelleen tuotteita, mikä näkyy tosin tuotteen hinnoittelussa. (Cohen 1993, 3–5.)

Turistit liittävät tuotteisiin eri merkityksiä kuin tuottajakulttuuri. Tuotteita käytetään myös eri asioihin, kuin mitä varten ne ovat alun perin tuotettu – käyttöesineistä tehdään esimerkiksi koriste-esineitä. Kuluttajien ostokäyttäytyminen vaikuttaa tuotantoon, mikä näkyy Cohenin mukaan esimerkiksi miniatyyriversioiden valmistamisessa. Turistit haluavat usein matkamunistoksi tai tuliaisiksi esineitä, jotka mahtuvat matkalaukkuun, pysyvät ehjinä ja ovat kohtuullisen hintaisia. Miniatyyrit sopivat näihin kriteereihin. (Cohen 1993, 4–5; Smith 1996, 295.) Tämä näkyy myös Monument Valleyn matkamunistomyymälässä, jossa mokkasiineja ja tomahawkeja voi ostaa avaimenperän kokoisina. Navajojen perinteiset korut ovat myös tyypillisiä myytäviä tuotteita, jotka sopivat Cohenin ja Smithin mainitsemiin kriteereihin.

Monument Valleyn heimopuiston kontekstissa erityisen keskeistä on maiseman tuotteistaminen. Maisema on luonteeltaan hyvin visuaalinen tuote, mutta turismissa maisemaa ei enää pelkästään kuluteta katsomalla, vaan maisema on muuttunut ympäristöksi, jonne turisti voi hypätä ja jossa voi tehdä aktiviteetteja. Tästä on esimerkkinä luonto- ja seikkailuturismi, joissa aineellinen luonto koetaan aktiivisen turistikehon kautta. Nämäkin turismin muodot ovat riippuvaisia näköalasta ja visuaalisuudesta, vaikka kaikki aistit ovatkin toisiinsa yhteydessä tuottaen kokemuksen ympäristöstä. Urry ja Larsen käyttävätkin tästä termiä ”aistimaisema” (engl. *sensescape*). (Urry & Larsen 2011, 110–112, 195–196.) Monet matkailijat haluavat vieraila paikoissa, joissa ympäristö on vahingoittumatonta ja saastumatonta, mikä on sinänsä paradoksaalista, koska tällaiset ympäristöt vähenevät turismin lisääntyessä. Turismin edistämiseksi rakennetaan parempia kulkuyhteyksiä, jotka tuovat mukanaan yhä enemmän ihmisiä ja saasteita. (Urry 1995, 176, 192.)

Romantiikan aikakauden myötä ja matkailun lisääntyessä 1800-luvulla kaikenlainen luonto ja ympäristö alettiin mieltää potentiaaliseksi maisemaksi, jolla saattaisi olla vetovoimaa matkailijoita ajatellen. Taloja ja hotelleja alettiin rakentaa maisemaa silmällä pitäen. Ikkunat ja parvekkeet nähtiin kehyksinä, joista avautuva maisema miellettiin myös tuotteeksi – ikään kuin maalaukseksi. (Urry 1995, 198–199; Urry & Larsen 2011, 159.) Kameroiden ja valokuvauksen yleistymisen myötä maisemat alettiin nähdä kuvauksen kohteena, ja niitä alettiin rajata ja lavastaa sen mukaisesti. Kaupalliseen käyttöön tuotetut valokuvat pyrkivät luomaan paikkamyyttejä (engl. *place-myths*) ja mielikuvamaisemia, joista ihmiset haaveilevat ja jonne halutaan matkustaa. Tänä päivänä kuvia muokataan esimerkiksi liittämällä ja poistamalla osia sekä korostamalla värejä. Valokuvat sommitellaan siten, että katselija pystyy kuvittelemaan itsensä paikan päälle. (Urry & Larsen 2011, 173–176.)

Toisaalta turismista on myös muotoutunut valokuvauksellisten kohteiden haalimista. Uusia kohteita etsitään ja keräillään, eikä jo koettuun paikkaan välttämättä enää palata. Turistit uudelleen tuottavat näkemiään mainoskuvia etsimällä ja kuvaamalla vastaavia kohteita ja sommitteluja. Myös muiden matkailijoiden ottamat kuvat toimivat mainoksina. Valokuvuihin ikuistetaan maisemien lisäksi matkakumppaneita ja nykyään enenevässä määrin myös itseä. Näin luodaan henkilökohtaisia narratiiveja ja muistoja matkasta, jolloin kokemukseen voidaan palata myöhemmin katsomalla kuvia. Valokuva onkin eräänlainen matkamuuisto ja todiste matkakohteesta käymisestä. Valokuva muuttaa kuvauskohteen materiaksi, ja siitä tulee objekti. (Urry 1995, 176; Urry & Larsen 2011, 178–187, 226.)

Turistikohteet ovat tavallisesti paikkoja, jotka on rajattu niin, että ne muodostavat oman kuplansa. Tämä rajallinen alue on suunniteltu katsomista ja aistimista varten, ja sinne on koottu erityiset ja mieleenpainuvat tapahtumat ja esitykset. Turisti on tällä alueella suojaassa kontekstiin sopimattomilta asioilta. Vaikka turistit hakevat erilaisuutta kohteiltaan, heitä varten on tavallisesti myös jotain tavanomaista, kuten ravintoloita, jotka tarjoilevat tuttuja ruokia. (Urry & Larsen 2011, 127.)

Alkuperäiskansaturismin tutkijat ovat jakautuneet pitkälti kahteen leiriin, joista toinen puoltaa turismia mieltämällä sen tienä kehitykseen ja toinen varoittaa turismin tuomista vaaroista alkuperäiselle kulttuurille. Puoltavat näkemykset huomauttavat turismin tuovan taloudellista etua paikallisille, mutta kriittiset näkemykset väittävät turismin tuhoavan hauraita kulttuureja ja perinteitä. Turistit ja paikallisväestö kuitenkin luovat yhdessä miljöö, jossa molemmat osapuolet pyrkivät tarjoamaan toisilleen asioita, joita toisen odotetaan haluavan nähdä. (Cipollari 2010, 24; Urry & Larsen 2011, 193.)

2.4 Alkuperäiskansaturismin neljä ulottuvuutta

Valene Smith kuvaa artikkelissaan *Indigenous Tourism: The Four Hs* (1996), miten alkuperäiskansoihin kohdistuvassa turismissa käytetään turistikohteen eri ulottuvuuksia hyväksi. Smith itse käyttää artikkelissaan esimerkkinä Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoja, ja hän tarkastelee erityisesti arktisilla alueilla ja aavikkoalueilla eläviä kansoja. Smithin teoria vaikuttaa edelleenkin ajankohtaiselta, ja se näyttää toimivan useissa tämän päivän turistikohteissa – myös Monument Valleyssa. Smithin nimeämät ulottuvuudet tukevat analyysiini valitsemieni teemoja, joita olen pitänyt tärkeimpinä elementteinä navajojen kulttuuriperinnön tuotteistamisen kannalta.

Smithin mukaan alkuperäiskansaturismin ulottuvuudet voidaan jakaa neljään kategoriaan, jotka ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Ensimmäinen ulottuvuus on elinympäristö ja maantieteelliset puitteet (engl. *habitat*), toinen ulottuvuus on paikallinen kulttuuriperintö (engl. *heritage*), kolmas on historia (engl. *history*) ja viimeinen ulottuvuus on myytävät käsityöt (engl. *handicrafts*). Nämä neljä kategoriaa kuvailevat alkuperäiskansaturismia ilmiönä, joskin jokaisessa turistikohteessa painotukset ja vuorovaikutussuhteet kategorioiden välillä vaihtelevat. (Smith 1996, 287.) Myös Mimi Sheller ja John Urry (2004) ovat luokitelleet turismpotentiaalia samankaltaisilla kategorioilla. Turistikohteen resurssit voidaan heidän mukaansa vastaavasti jakaa maantieteellisiin, historiallisiin ja kulttuuriin liittyviin potentiaaleihin. (Sheller & Urry 2004, 3.)

Maantieteellisillä puitteilla on perustavanlaatuinen rooli turismissa. Ympäristö on resurssi, jota käytetään turistien houkuttelemiseen. Pohjois-Amerikan alkuperäiskansat ovat sijoittuneet monin paikoin alueille, joita pidetään edelleen ”villinä” ja koskemattomana, ja siten ne myös vetävät matkailijoita puoleensa. Tällaisia maantieteellisiä sijainteja ovat esimerkiksi arktiset alueet, aavikot ja kuivat arot sekä trooppiset alueet. Turistit sekoittavat mielikuviansa median luomaa nostalgiaa ja kärjistyksiä ilmaston ja maaston raakuudesta, ja näin alkuperäiskansoihin liitetään erilaisia selviytymistarinoita. Alkuperäiskansat ovat sopeutuneet elämään ja ansaitsemaan elantonsa omalla alueellaan, mutta massaturismin myötä nämä ympäristöt ovat saaneet myös uusia merkityksiä ja rahallista arvoa. Kokemuksia aavikon auringonnousuista ja -laskuista sekä sateen jälkeisestä kukkaloistosta markkinoidaan matkailusivustoilla ja esitteissä. (Smith 1996, 289–290.) Navajo-kansa on sopeutunut elämään luonnontieteellisesti monimuotoisella Yhdysvaltain lounaisalueella, joka usein kuvataan karuksi ja vaikeaksi maastoksi. Liittovaltiokin oli aikoinaan valmis luovuttamaan alueen reservaattimaaksi tietämättä sen runsaista luonnonvaroista. Reservaatissa sijaitsee monia luonnonmuodostelmia, joista navajot ovat tehneet matkailuvaltteja.

Toinen ulottuvuus eli kulttuuriperintö sisältää Smithin teoriassa yhteisön tiedot ja taidot, jotka on opittu sopeutumalla elinympäristöön, sekä uskomukset ja arvot, jotka merkityksellistävät elämää ja auttavat erottamaan oikean ja väärän. Joitakin perinteitä ei haluta eritellä kulttuurin ulkopuolisille. Esimerkiksi jotkin rituaalit ja seremoniat ovat turisteille avoimia, jotkin eivät. Parantamisseremoniat ovat usein sellaisia, joihin ei oteta vieraita mukaan. Kuitenkin alkuperäiskansojen kulttuuriperintö on merkittävä elementti, joka houkuttelee matkailijoita. (Smith 1996, 290–292.) Ehkä juuri perinteet, jotka alkuperäiskansat haluavat pitää omana tietonaan, kiehtovat turisteja. Salaperäisyys ja henkisyys ovat

alkuperäiskansojen kulttuuriperinnön piirteitä, jotka vetoavat vieraista kulttuureista kiinnostuneisiin turisteihin. Navajot ovat liittäneet elinympäristöönsä ja Monument Valleyn laaksoon uskomuksia, joita he jakavat turisteille esimerkiksi opastetuilla laaksokierroksilla.

Historian ulottuvuudella Smith viittaa menneisyyden tapahtumiin, jotka ovat vaikuttaneet alkuperäiskansaan jollain tavalla. Tällaisia vaikuttavia tapahtumia on kahdenlaisia Smithin mukaan. Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat tapahtumat, jotka ovat yhteisön oman kontrollin ulottumattomissa, kuten luonnonilmiöt, ja toiseen ryhmään kuuluvat tapahtumat, joihin ihmiset ovat itse vaikuttaneet, esimerkiksi sodat. Merkittäviä historiallisia tapahtumia yleisesti Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoille ovat eurooppalaisten saapuminen Amerikan mantereelle ja euroamerikkalaisen uudisasutuksen leviäminen länteen. Monilla Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoilla on takanaan rankka menneisyys. Menneisyys on muuttanut alkuperäiskansojen maailmankuvaa ja kulttuuriperintöä sekä vaikuttanut asenteisiin. Turistien on ymmärrettävä turistikohteen historiaa ymmärtääkseen sen nykyistä tilaa, uskomuksia ja suhtautumista ulkopuolisiin. (Smith 1996, 292.) Myös navajojen menneisyyteen kuuluu monia kansan suuntaan ja kulttuuriperintöön vaikuttavia tekijöitä. Navajojen historia on esitetty heimopuiston museossa aikajanan avulla, jolle on asetettu yhteiskunnallisia käännteitä, kuten liittovaltion pakottama pitkä marssi Bosque Redondon intiaanimaille, reservaattisopimus liittovaltion kanssa, toinen maailmansota ja kaivostoiminnan alkaminen.

Viimeinen ulottuvuus on käsityöt. Alkuperäiskansojen käsityöteollisuus on kasvanut nopeasti turismin lisääntyessä ja kysynnän kasvaessa. Alkuperäiskansojen elinympäristö on vaikuttanut kunkin kansan käsityöperinteeseen erityisesti siten, että käytetyt materiaalit vaihtelevat maantieteellisen sijainnin mukaan. Luonnosta saatavat materiaalit ovat muovanneet perinteistä käsityökulttuuria ja vaikuttavat paitsi käsitöiden menetelmiin, myös ulkonäköön ja koristeluun. Käsityöt ovat perinteisesti olleet käyttöesineitä, joilla on ollut tiettyjä funktioita ja joihin ovat vaikuttaneet myös uskomukset. Toisaalta historian tapahtumat ovat muokanneet käsityöperinnettä, ja vaikutteita ja uusia taitoja on saatu muilta kulttuureilta. Turismi hyödyntää käsityöperinnettä, mutta myös voimistaa ja elvyttää sitä, ja turismin myötä käsityöt ovat toisaalta saaneet joitakin uusia piirteitä. Käsityöt ovat olennainen osa turismia ja merkittävä tulonlähde alkuperäiskansoille. Tässä on etujen lisäksi omat haittapuolensa. Alkuperäiskansojen käsitöinä myytäviä tuotteita on paitsi reservaateissa, myös niiden ulkopuolella tukkuliikkeissä ja marketeissa ja itse asiassa melkein missä tahansa päin maailmaa. (Smith 1996, 294–295, 299.) Kulttuuriperinnön kaupallistaminen houkuttelee siis muitakin myyjiä. Etnisillä tuotteilla ei ole usein lainkaan tai

ainakaan riittävää suojausmekanismia tai tekijänoikeuksia. Yhteisön ulkopuolisilla markkinoilla on vaikutusta esimerkiksi alkuperäiskansojen omien tuotteiden hinnoitteluun, koska tuotteita kopioivat yritykset myyvät halvalla tuotettuja kappaleita – joskus näitä pseudotuotteita markkinoidaan myös alkuperäisinä ja autenttisina kappaleina. (Cohen 1993, 4.)

Smith kertoo neljän kategorian teorian (engl. *the Four Hs*) toimivan työkaluna, jonka avulla voidaan analysoida alkuperäiskansoja yhteisöinä sekä niiden vahvuuksia ja mahdollisia heikkouksia kulttuuriperintöturismin kannalta. Ympäristön, kulttuuriperinnön, historian ja käsityöteollisuuden kategoriat ovat kaikki yhteydessä toisiinsa, ja niiden kautta voidaan myös pyrkiä ymmärtämään alkuperäiskansojen nykytilannetta. (Smith 1996, 304.) Monument Valleyn heimopuistossa Smithin nimeämät ulottuvuudet ovat kaikki jollain tavalla esillä. Monument Valley on osa navajojen elinympäristöä, joka on osoittautunut turisteja kiinnostavaksi visuaaliseksi ja historialliseksi maisemaksi. Kulttuuriperinnön ulottuvuus on tämän tutkielman kannalta keskeinen alkuperäiskansaturismin elementti, ja navajojen kulttuuriperintö on vahvasti edustettuna niin aineellisella kuin aineettomalla tasolla Monument Valleyn heimopuiston turistipalveluissa. Heimopuisto tuotteistaa navajo-kansan ja alueen historiaa konkreettisesti esimerkiksi museoissa. Monument Valley on merkittävä paikka myös amerikkalaisen kulttuuriperinnön kannalta, koska alueen voidaan nähdä symboloivan amerikkalaisen identiteetin rakentumisen aikakautta ja rajaseutua. Käsityöt ovat niin ikään merkittävä alkuperäiskansaturismin ulottuvuus Monument Valleyssa. Matkamuiستoteollisuus keskittyy nimenomaan käsitöiden ympärille, minkä takia analyysissä olen eritellyt yleisimpiä turisteille myytäviä matkamuiستoja, joita markkinoidaan tutkimusaineistossa intiaanien tekeminä käsitöinä.

2.5 Kulttuuriperintöturismin kritiikkiä ja hyötyjä

Alkuperäiskansojen kulttuuriperinnön tuotteistaminen on varsin monimuotoinen ilmiö, sillä se liittyy kaikenlaisiin – sekä aineellisiin että aineettomiin – tuotteisiin, joita voidaan myydä ja kuluttaa turismin ja populaarikulttuurin markkinoilla. Alkuperäiskansojen tuotteistaminen ja kulttuuriperinnön myyminen on usein nähty haitallisena kulttuuri-imperialismin muotona tutkimuskirjallisuudessa. Alkuperäiskansojen kulttuurien tuotteistaminen on ilmiönä varsin syväälle juurtunut länsimaiseen kulttuuriin. Alkuperäiskansojen henkisen kulttuurin ja tiedon, esineiden ja rituaalien muokkaaminen kauppatavaraksi on osa laajaa ja pitkäkestoista

Amerikan alkuperäiskansojen tuotteistamisen prosessia. Erilaisten jäljennösten myynti ulottuu kauas euroamerikkalaisten ja alkuperäiskansojen välisiin suhteisiin. Kulttuuri-imperialismi vahvistaa dominoivan kulttuurin poliittista valtaa, yhteiskunnallista kontrollia ja tuo taloudellista hyötyä valtakulttuurille. (Whitt 1998, 139–140.)

Kulttuuriperinnön tuotteistamisen sanotaan tekevän alkuperäiskansoista objekteja, joita länsimaalaiset kuluttavat. Toisaalta jotkin alkuperäiskansat tuotteistavat myös itse omaa kulttuuriaan, mikä saattaa aiheuttaa ristiriitoja kulttuurin sisällä. Bunten esittää, että on kuitenkin mahdollista tuottaa kulttuurisesti kestävää turismia, kunhan lähtökohdat ovat kansan yhteisen edun rakentamisessa. Alkuperäiskansojen kulttuuriperintö on kansan kaikkien jäsenten yhteistä omaisuutta, joten yksi ihminen ei voi päättää siitä, mitä kulttuurista paljastetaan ulkopuolisille. (Bunten 2010, 285–297.)

Mihesuah korostaa, että intiaaneilla ei ole vain yhtä ääntä tai näkökulmaa. Osa intiaaneista ylläpitää ja suojelee voimakkaammin traditioita, eivätkä jotkut halua kirjallistaa tai tekstualisoida historiaansa, uskomuksiaan tai ylipäänsä kulttuuriaan. Tämä voi johtua siitä, että joitakin asioita pidetään liian yksityisinä tai pyhinä jaettavaksi ulkopuolisille. (Mihesuah 1998b, 3-4, 11.) Intiaanikansoilla on erilaisia näkemyksiä siitä, millaista tietoa ja kuinka paljon voi jakaa ulkopuolisten kanssa. Jotkin kansat ovat erityisen tarkkoja seremoniallisista ja rituaalisista perinteistä. (Trimble 1993, xiv.) Jotkin alkuperäiskansat siis suojelevat voimakkaammin traditioitaan länsimaiselta tavalta tallentaa kulttuuria. Heidän kulttuuriinsa kuuluu, että tarinoita kerrotaan vain niille, joille niitä on relevanttia kertoa. Traditioita halutaan säilyttää omaa kansaa varten. (Allen 1998, 56–57.) Devon Mihesuah muistuttaa, ettei koskaan ole ollut yhtenäistä ”intiaanien maailmankatsomusta” edes saman heimon sisällä. Kulttuuriset epäselvyydet ja ristiriidat ovat olleet ja ovat yhä yleisiä intiaanien keskuudessa. (Mihesuah 1998c, 37–38.)

Turismin, jonka kohteena intiaanit ovat, on otettava huomioon alkuperäiskansojen joukosta mahdollisesti nouseva kritiikki liittyen vääristyneisiin ja kaupallistuneisiin representaatioihin, joita turisteille esitetään. (Mathisen 2010, 56.) Monument Valleyn heimopuisto on esimerkki alkuperäiskansan itse tuottamasta turismista, mutta navajo-kansan sisällä on varmasti jakautuneita mielipiteitä turismista ja kulttuuriperinnön valjastamisesta elinkeinoksi. Esimerkiksi Monument Valleyn vierailijakeskuksen infolaatta kertoo, että kun heimopuisto perustettiin vuonna 1958, osa navajoista kannatti päätöstä ja osa suhtautui kielteisesti puiston tuomaan turismiin (KM2017).

Mihesuah sanoo joidenkin perinteitä kunnioittavien intiaanien, jotka vastustavat kulttuuriperinnön mukautumista moderniin elämäntapaan, pitävän itseään parempina intiaaneja kuin yhteiskuntaan sopeutuvat intiaanit (Mihesuah 1998c, 39). Niitä intiaaneja, jotka eivät halua kulttuuriaan jaettavaksi, saatetaan toisaalta syyttää itserakkaasta kieltäytymisestä perinnetiedon jakamisesta. Jotkut väittävät, että henkistä tietoa ei voi omistaa kuten autoa tai taloa, sillä se kuuluu kaikille ihmisille tasapuolisesti (Whitt 1998, 144–145). New Age -liikkeiden henkisyden etsijät ovat kiinnostuneita juuri alkuperäiskansojen perinnetiedosta ja siitä, miten olla harmoniassa luonnon kanssa (Chidester 2005, 173). Kulttuuri-imperialismia perustellaankin esimerkiksi vetoamalla yhteiseen omaisuuteen. Omaisuus, joka ei kuulu kenellekään, on omaisuutta, joka kuuluu kaikille. Omaisuuteen liittyvät kysymykset ovat hallinneet euroamerikkalaisten ja alkuperäiskansojen välistä suhdetta alusta alkaen. Esimerkkinä voidaan pitää alkuperäiskansojen perinteistä musiikkia, joka on Yhdysvalloissa lain mukaan yhteistä omaisuutta. Laki ei siis tarjoa tekijänoikeuksia tai suojelua alkuperäiskansojen musiikille, mutta jos kuka tahansa yksityinen henkilö käyttää sitä, musiikista tulee yksityistä omaisuutta, jota tekijänoikeus suojelee. Tekijänoikeus on ihmisoikeus, mutta ainoastaan yksilölle suunnattu. (Whitt 1998, 147–151.)

Useimmiten, kun pohditaan kulttuuriperintöturismin hyötyjä, mainitaan ensimmäisenä turismin taloudelliset hyödyt paikalliselle väestölle. Watson nostaa esille myös turismin tietoa lisäävän vaikutuksen, arvojen välittämisen sekä kulttuuriperinnön suojelemisen ja säilyttämisen. Kulttuuriperinnön kaupallistamiseen liittyvä keskustelu on yleisesti pyörinyt lähinnä turismin haitallisten vaikutusten ympärillä, joihin lukeutuvat ympäristöhaitat sekä yhteiskunnalliset ja kulttuuriset vaikutukset turistikohteessa. Taloudellisetkin hyödyt saattavat saada negatiivisen sävyn, jos tuotot jakautuvat epätasaisesti paikallisväestön kesken. (Watson 2014, 34–37.)

Beard-Moosen (2009) haastattelemat cherokee-intiaanit totesivat turismin pitäneen heidät cherokee-intiaaneina, koska turistit ovat valmiita maksamaan nähdäkseen ”autenttisia intiaaneja” ja intiaaniperinteitä. Haastateltujen naisten mukaan tämän takia cherokeet ovat elvyttäneet monia perinteitä ja käsityötaitoja takaisin kulttuuriinsa. Turistit tuovat mukanaan paitsi odotuksensa, myös rahaa, jota reservaateissa tarvitaan jatkuvasti. Vaikka turismi tuo joitakin ongelmia, se on silti välttämättömyys. (Beard-Moose 2009, 4–5.)

Kulttuuriperintöturismilla on taipumus tehdä tuotteita sellaisista asioista, joita on helppo myydä ja kuluttaa. Tällaiset tuotteet voivat olla esimerkiksi visuaalisia ja näyttäviä, merkittäviä tapahtumia, karismaattisia hahmoja tai jotain, mikä liittyy väkivaltaan tai

sodankäyntiin. Toisaalta voidaan pohtia, onko kohtuutonta syyttää kulttuuriperintöturismia historian vääristelemisestä, kun historia itse on luonteeltaan samankaltainen kuin kulttuuriperintö. Historia on yhtä lailla jonkun käsitys menneestä, ja sellaisena se on vain ”osittainen totuus”. Watson erottelee globaalin turismiteollisuuden ja paikallisen, pienemmän mittakaavan turismin. Näiden tavat esittää ja tuottaa kulttuuriperintöä eroavat Watsonin mukaan toisistaan. (Watson 2014, 40–47.)

Amerikan alkuperäiskansojen on katsottu olevan tavalla tai toisella katoava kansanryhmä. Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen tutkija Simo Hankaniemen mukaan vahvaa kulttuuri-identiteettiä vailla oleva intiaaniväestöä uhkaa lopulta vapautus erioikeuksista ja reservaattimaista. Näin ollen alkuperäiskansojen onkin rakennettava historiaan, kulttuuriin ja paikkaan pohjautuvaa identiteettiään ja pyrittävä erottautumaan. Stereotyyppioita käytetäänkin usein itse asiassa kuilun syventämiseen alkuperäiskansojen ja länsimaisen kulttuurin välillä. (Hankaniemi 1998, 8–10.)

3 AINEISTO JA TUTKIMUSMENETELMÄT

Seuraavaksi esittelen tutkielman aineistoja, aineiston hankintaa ja käytettyjä analyysimenetelmiä. Esitteet ja oppaat muodostavat keskeisen primaariaineiston, jota vasten peilaan omia kokemuksia ja havaintoja Monument Valleyn heimopuistossa. Tehtäväni on tutkia, miten eri tavoin navajo-kansan kulttuuriperintöä tuotteistetaan Monument Valleyn ja kuinka stereotyyppioita mahdollisesti hyödynnetään turismissa. Navajo-kansa on itse kehittänyt alueensa turismia, ja näin ollen he ovat päättäneet, mitä puolia kulttuuriperinnöstä esitetään turisteille. Toisaalta turismia toteutetaan myös turistien ehdoilla, koska matkailijoita pyritään houkuttelemaan esittelemällä kulttuurista sellaisia puolia, joita turistien odotetaan haluavan nähdä ja kokea.

Analyysimenetelmänä käytän laadullista sisällönanalyysiä, jonka avulla olen poiminut aineistosta esiin nousevia tuotteistamisen tapoja. Dokumenttianalyysi on myös hyödyllinen lähestymistapa tutkielmassa käytettyyn esiteaineistoon, joka on luonteeltaan turisteille suunnattua mainosmateriaalia. Luvun päätteeksi pohdin vielä tutkimuksen eettisiä kysymyksiä, jotka linkittyvät vahvasti yleiseen alkuperäiskansatutkimuksen problematisointiin.

3.1 Esitteet ja mainokset

Tutkimusaineistoni koostuu turisteille suunnatusta opasmateriaalista, jossa Monument Valley mainitaan ja navajo-kansaa kuvaillaan tavalla tai toisella. Esitteitä on yhteensä kuusi kappaletta, joiden sisältö vaihtelee laajuudeltaan ja syvyydeltään. Osa kiinnittää enemmän huomiota maisemaan, osa alkuperäiskansojen kulttuuriperintöön. Yhtä esitettä (ES1) lukuun ottamatta olen kerännyt kaikki oppaat ”neljän nurkan alueelta” hotellien vastaanottotiloista ja vierailijakeskusten esitehyllyiltä. Heimopuiston sisäänkäynnillä kaikille vierailijoille jaettava opaste kertoo pelkästään Monument Valleyn heimopuistosta, kun taas muut oppaat sisältävät tietoa myös muista navajo-reservaatin kohteista ja/tai naapuriosavaltioiden turistikohdeista. Kolme esitettä (ES1–ES3) ovat navajo-kansan itse tuottamia, toiset kolme (ES4–ES6) ovat ulkopuolisten tekemiä oppaita. Esitteet olen kerännyt syyskuussa 2014, helmikuussa 2015 ja huhtikuussa 2017.

Monument Valleyn vierailijaesitteen (ES1) olen saanut jokaisena vierailukertana heimopuiston sisäänkäynnillä, ja esite näyttää pysyneen aivan samanlaisena näiden vuosien aikana. Esite on tiivis yleistietopaketti Monument Valleyn heimopuistosta. Vaikka vierailija ei poistuisi omasta autostaan koko matkan aikana ja kiertäisi vain laaksoreitin, sisäänpääsymaksun yhteydessä jaettava vierailijaesite tarjoaa tietoa laakson geologiasta, navajo-kansasta ja kulttuurista sekä heimopuiston palveluista. Esitteessä suuren tilan vie laakson kartta, jonka avulla matkailija voi suunnistaa laaksossa ja tunnistaa ympäröivät kivipaadet. *The 7 Wonders of Navajoland* -opas (ES2) on Navajo Nation Parks & Recreation -osaston tuottama julkaisu, joka pitää sisällään tietoa reservaatin mailla sijaitsevista nähtävyyksistä. Se on myös täynnä mainoksia, jotka markkinoivat retkiä, myymälöitä ja hotelleja. Opas myös kertoo reservaatin säännöistä ja erillisten lupien hankkimisesta ja varoittaa syrjäseuduilla retkeileviä hankalista olosuhteista. *Discover Beautiful Navajo* -oppaan (ES3) on tuottanut Navajo Nation Tourism Department. Se on monipuolinen katsaus reservaatin puistoihin, museoihin, kauppa-asemiin ja kasinoihin. Lisäksi oppaassa on oma osionsa navajojen historialle, kulttuurille ja uskomusperinteelle.

Arizona State Parks -opas (ES4) esittelee Arizonan alueen nähtävyyksiä ja mahdollisia aktiviteetteja sekä neuvoo käytännön asioissa, kuten leiriytymisessä ja lupien hankkimisessa. Osavaltion historialle ja kulttuurille on varattu oma osionsa, joka korostaa erityisesti esihistoriallista menneisyyttä ja arkeologisia löytöjä, mutta tässä yhteydessä esite mainitsee myös tänä päivänä alueella asuvia kansoja, näin ollen myös navajot, nimeltä. *Arizona State Parks* -opas on ainoa esite, jossa ei ole lainkaan kuvaa Monument Valleystä.

Grand Circle -esite (ES5) keskittyy markkinoimaan lounaisalueen eri osavaltioiden nähtävyyksiä. Se sisältää paljon retkimainoksia ja valokuvia luonnonnähtävyyksistä. ”*Land of Ancients*” -osion alla kuvataan paikallisia, alueella yhä eläviä alkuperäiskansoja rinnakkain muinaisten esihistoriallisten kulttuurien kanssa. *Grand Canyon Journal* -esite (ES6) kertoo nimestään huolimatta muistakin nähtävyyksistä kuin Grand Canyonista, joskin kanjoni esitetään kuitenkin selkeästi päänähtävyytenä. Esite antaa neuvoja leiriytymiseen ja varusteiden valitsemiseen ja erittelee mahdollisia päiväretkiä aikatauluineen. Historia-palstan alla kerrotaan lähinnä alueen arkeologisista löydöistä, joskin samassa yhteydessä navajot mainitaan yhä tänä päivänä lounaisosissa elävänä kansana.

Pohjois-Amerikan kulttuuriin ja historiaan perehtynyt professori Markku Henriksson on todennut, että turistikohteissa jaettavien esitteiden ja opastekylltien yleinen tarkoitus on varmistaa, että matkakohteissa vierailevat saavat oikean kuvan luonnosta, historiasta ja paikallisesta kulttuurista. Opasteiden laatimisessa hankalaa on, miten saada suuren yleisön kenties virheelliset tai vanhentuneet käsitykset oikaistua. Suurin osa turistien tiedosta tulee lukemalla etukäteen erilaisia esitteitä, mutta myös vierailemalla kohteiden internet-sivuilla. (Henriksson 2014a, 27; Waitt 2000, 853.) Toisaalta opasteiden tulisi olla myös helppolukuisia ja mukaansatempaavia, jotta matkailija jaksaisi tutustua niihin, vaikka hänellä olisikin ennakkokäsityksiä aiheesta ja kohteesta.

Sen lisäksi, että mainosesitteissä ja matkakohteessa jaettavissa esitteissä annetaan taustatietoa esimerkiksi alueen historiasta ja kulttuurista, niillä halutaan avata, millaisia kokemuksellisia ja toiminnallisia elementtejä matkailijalle on tarjolla kohteessa. Historiaan ja alueen kulttuuriin liittyvä laajempi tiedollinen anti on tarjolla matkakohteessa vierailijakeskuksen (engl. *visitor center*) tai museon yhteydessä. Esitteissä pyritään luomaan kuvin ja tekstein sellainen tila, johon matkailija haluaa astua. Tutkielmani kannalta on kiinnostavaa, minkälaista kulttuuriperintöä tuotetaan esite- ja opastemateriaalissa. Mitkä seikat korostuvat navajo-kansan kulttuuriperinnössä ja mitä on ehkä jätetty syrjään?

3.2 Etnografia ja osallistuva havainnointi

Tutkielman aineisto koostuu esitemateriaalin lisäksi kenttämuistiinpanoista, jotka perustuvat havaintoihini Monument Valleyn heimopuistossa vieraillessani. Esitteet eivät yksin kerro kattavasti, minkälainen ilmiö kulttuuriperinnön tuotteistaminen on Monument Valleyssa, sillä esitteisiin on valittu lähinnä sellaisia teemoja, joilla matkailijoita houkutellaan heimopuistoon.

Tämän takia onkin tärkeää havainnoida, miten paikan päällä navajo-kansan kulttuuriperinnön hyödyntäminen tapahtuu.

Etnografisella tutkimuksella tarkoitetaan ihmisten tutkimista heidän omassa toimintaympäristössään, mutta se on myös sopiva lähtökohta eletyn ja koetun todellisuuden tutkimisessa. Harvey G. huomauttaa, että kenttä voi olla maantieteellisesti hyvinkin kaukana, jolloin tutkijan on vierailtava mahdollisesti useamman kerran kohteessa. Kenttätöön tärkein tehtävä on osallistuva havainnointi, ja aktiivisella läsnäololla onkin merkittävä rooli aineiston keräämisessä. Osallistuvaan havainnointiin kuuluu muiden ihmisten tarkkailu, mutta myös oma kokemus osallistumisesta. Näin ollen kyseessä ei ole pelkästään deskriptiivinen aineiston keruun tapa. Aineisto voidaan tallentaa esimerkiksi kenttämuistiinpanoja ja päiväkirjoja tekemällä. (Harvey G. 2011, 217–218.)

Etnografisen kenttätöön olen tehnyt syyskuussa 2014, helmikuussa 2015 ja huhtikuussa 2017. Nämä kolme vierailukertaa ovat olleet päivän mittaisia, ja olen yöpynyt Monument Valleyn heimopuiston viereisessä Gouldingin turistikylässä sekä lähikaupungeissa. Heimopuistossa vierailu alkusyksyllä ajoittui turistisesonkiin, kun taas helmikuussa Monument Valleyssa on talvikausi ja turisteja huomattavasti vähemmän. Huhtikuussa vuonna 2017 vieraillessani turistisesonki ei ollut vielä ehtinyt kunnolla alkaa. Kunakin vierailukertana olen ottanut valokuvia ja kirjoittanut päivän päätteeksi muistiinpanoja kokemuksistani. Joitakin muistiinpanoja olen kirjoittanut myös älypuhelimien muistiinpanovälineillä vierailun aikana. Jokaisella vierailukerralla olen ajanut autolla omatoimisen laaksokierroksen ja käynyt vierailukeskuksessa museoissa, matkamuistomyymälässä ja kahvila-ravintolassa. Viimeisimmällä vierailukerralla vuonna 2017 osallistuin myös opastetulle ratsastuskierrokselle, joka kesti kolmisen tuntia.

Omassa tutkielmassani on myös autoetnografisia piirteitä, mikä antaa mahdollisuuden henkilökohtaiselle näkemykselle, joka kumpuaa kirjoittajan omasta kokemuksesta. Etnografia sinänsä on tulkintaa, mikä nostaa esille kysymyksiä objektiivisuudesta. (Wall 2008, 40). Tutkielmassa onkin syytä käyttää myös muita tutkimusmenetelmiä kuin havainnointia, ja tässä tutkielmassa perustelen näkemyksiäni erityisesti matkaesitteiden analyysillä. Aiempi tutkimuskirjallisuus ja teoriat vaikuttavat myös tulkintoihin, joita aineiston pohjalta rakentuu. Tutkijan tulee varoa omien mielipiteiden esittämistä ja olla rehellinen omasta kirjoittamisestaan ja tutkimuksen takana piilevästä motivaatiosta (Wall 2008, 40).

Etnografisen tekstin odotetaan kertovan totuudenmukaisesti tutkitusta kohteesta. Wall kuitenkin huomauttaa, että koska tutkija ei voi kuitenkaan täydellisesti palata alkuperäiseen

kokemukseen, kirjoittaminen tapahtuu muistelemalla representaatioita, ja representaatiot ovat taas tutkijan omia konstruktioita. Näin täydellisen objektiivisuuden saavuttaminen on tutkijan ulottumattomissa. (Wall 2008, 42.) James Clifford kuvailee etnografioita fiktioiksi, mikä ei kuitenkaan tarkoita, että etnografiat olisivat totuuden vastakohtia tai vääriä. Käyttämällä fiktio-sanaa Clifford esittää, että etnografiat ovat kykenemättömiä paljastamaan ja raportoimaan todellisuutta kokonaisuudessaan. Etnografia voi kertoa vain osittaisen totuuden (engl. *partial truth*). Etnografiat ovat tutkijan konstruoimia narratiiveja todellisuudesta, ja siten ne ovat vaillinaisia ja kuvastavat subjektiivisia tulkintoja. (Clifford 2010, 6–7.) Etnografiset analyysit ja johtopäätökset perustuvat aineistoon, joka on tuotettu kentällä etnografian systemaattisen valinnan ja havaintojen määrittämänä. Jo aineiston valinnassa on tapahtunut määrittelyä ja kategorioiden luomista, mikä Cliffordin mukaan on etnografisen fiktion pohja. (Clifford 2010, 6–10; Harvey G. 2011, 218; Pink 2013, 20.) Tutkijan on otettava huomioon myös se, että aineistona toimivat kuvat ovat otettu siksi, että niiden kohde on koettu merkitykselliseksi. Näin tutkija tuottaa itse merkityksiä jo aineiston keruun aikana – taustalla on tutkijan omat lähtökohdat ja kulttuuritausta. (Pink 2013, 29.)

Tutkimuksen metodit ja käytännöt ovat erottamattomasti sidoksissa tutkijan omiin ja tutkimuksen viitekehyksen arvoihin. Jokaisella tutkijalla on lähtöoletukset, jotka ohjaavat tutkimuksen kulkua ja mitä tutkija ottaa huomioon ja miten representoi. Etnografian on tehtävä jatkuvaa itsereflektiota, jottei hän syllistyisi näkemään vain omia lähtöoletuksia tukevia asioita tai tekisi oletuksia ilman todisteita. Tärkeää on yrittää etäännyttää itsensä omista havainnoista. Tutkimuksessa käytetään usein muistin tukena jonkinlaista dokumenttiaineistoa, kuten muistiinpanoja ja valokuvia, joiden pohjalta voidaan tehdä tulkintoja ja väitteitä. Kenttätyö ja etnografian kirjoittaminen eivät ole muistista irrallisia, vaan muisti muovaa niitä ja muodostaa representaatioita kokemuksista. (Wall 2008, 42–45.)

Saldanha ja Klopfer käyttävät käsitettä tutkimusturismi (engl. *research tourism*) kuvaamaan kriittisesti turismia, johon liittyy tutkimusentekoa. Yleensä tutkimusturismi kohdistuu kehitysmaihin. Tutkija on lähtökohtaisesti itse turisti, joka kerää lyhyillä vierailuillaan materiaalia tutkimusaiheesta ja samalla kuluttaa kulttuuria muiden turistien tapaan. Saldanha ja Klopfer kyseenalaistavatkin tulkintojen tekemisen tällaisten turistivierailujen perusteella, koska matkoilta kerätty tieto jää usein pinnalliseksi. Tutkijoista ei tule vieraan kulttuurin asiantuntijoita lyhyessä ajassa. Tämän takia tutkijoiden olisikin tarpeellista tiedostaa ja kirjoittaa auki rajoitukset ja puutteet, jotka liittyvät lyhyihin vierailuihin perustuvaan tutkimukseen. Tärkeää on myös tiedostaa ja tuoda julki syy tehdä tutkimusta. (Saldanha & Klopfer 2014, 326–330.)

Kenttätyön etuna näen suoran ja henkilökohtaisen yhteyden kohteeseen, Monument Valleyn heimopuistoon, ihmisiin, kulttuuriin ja paikkaan. Tällä tavoin koen itse tuotteistamisen paikan päällä turistina muiden joukossa. Minulla on siis kaksoisrooli – yhtäältä olen turisti ja toisaalta teen havaintoja etnografian silmin. Paikan päällä havaintojen tekeminen on hyödyllistä, joskin pitempikestoinen tutkimus olisi toki kattavampaa. Toisaalta turistipalvelut eivät näytä muuttuneen juurikaan tutkimuksen teon aikana eri vuosina – Monument Valleyn vierailijaesite on pysynyt jopa aivan samanlaisena vuodesta 2014 vuoteen 2017. Hyödyllisenä näen esimerkiksi sen, että olen päässyt kokemaan sekä turistisesongin että hiljaisemman talvikauden. Tutkimuksessa koen myös varsin hyödyllisenä vertailevan tiedon, jota olen saanut vierailemalla muissakin suosituissa turistikohdeissa Yhdysvaltojen länsi- ja lounaisosissa. Paikan päällä tehty havainnointi on ollut tärkeää paitsi siltä kannalta, että olen saanut koottua esitteitä, jotka ovat tärkeä osa tutkielmani aineistoa, niin myös siltä kannalta, että esitteet eivät aina kohtaa realistisesti turistikohdeita. Esitteet luovat oman mielikuvan kohteesta, mutta eivät kerro, millainen kohde todella on.

3.3 Sisällönanalyysi

Tutkielman primaariaineistona käytän matkaesitteitä ja oppaita, jotka olen kerännyt Yhdysvaltain lounaisosista. Tutkielmani liittyy näiden esitteiden lähiluvun lisäksi havainnointi paikan päällä Monument Valley Navajo Tribal Park -heimopuistossa, minkä takia tukeudun myös tekemiini kenttämuistiinpanoihin. Omien kokemuksieni ja havaintojeni avulla kykenen tarkastelemaan, miten esitteistä saamani tieto on suhteessa aktuaaliseen kohteeseen. Esiteaineisto antaa tietoa siitä, minkälainen kuva Monument Valleystä ja navajo-kansasta halutaan antaa turistille, joka mahdollisesti suunnittelee vierailua heimopuistoon. Vierailijaesite (ES1) on tässä suhteessa erilainen luonteeltaan, sillä matkailija saa sen käsiinsä vasta sisäänpääsyn yhteydessä eli siinä vaiheessa, kun matkailija on jo tehnyt päätöksen vierailla kohteessa. Etnografisen havainnoinnin avulla saan käsityksen siitä, miten navajojen kulttuuriperinnön tuotteistaminen ilmenee paikan päällä erilaisten palveluiden kautta.

Aineiston analysoimisessa käytän sisällönanalyysin menetelmiä. Sisällönanalyysin perusteista on kirjoitettu paljon, mutta käytän tässä työssä pohjana artikkelia Content Analysis (2011), jonka ovat kirjoittaneet Chad Nelson ja Robert Woods Jr. Sisällönanalyysi on yleisesti käytetty tekstianalyysin muoto, jota käytetään jo olemassa olevien aineistojen

kartoittamiseen ja aineistosta löytyvien piirteiden kuvailemiseen. Analysoitavina aineistoina saattaa olla esimerkiksi haastatteluja tai kyselylomakkeita, joiden sisältöjä tutkija purkaa ja jäsentee. Sisällönanalyysin ohella käytetään usein muitakin menetelmiä tutkimuksen luotettavuuden lisäämiseksi. Sisällönanalyysi on kuitenkin käytännöllinen menetelmä, kun tutkija haluaa löytää jäsentämättömästä ja suurestakin aineistosta esimerkiksi säännönmukaisuuksia tai yhteisiä piirteitä. Toisaalta menetelmä toimii myös, kun aineistosta etsitään erottavia tekijöitä, tai jos halutaan tutkia valittuun ilmiöön liittyviä muutoksia. Vertailemisella on suuri merkitys aineiston käsittelyssä. (Nelson & Woods 2011, 109–111.) Menetelmätriangulaation käyttö perustuu tässä tutkielmassa juuri siihen, että tutkimuskohteesta eli Monument Valleyn heimopuistosta ja kulttuuriperinnön tuotteistamisen tavoista saa kattavamman kuvan ottamalla huomioon sekä esitteiden sisällön että etnografisen havainnoinnin tuottaman aineiston.

Sisällönanalyysin eräänä ongelmana voidaan pitää tekstien tulkinnallista luonnetta. Kun tutkija lukee ja käy läpi aineistoa, hän merkityksellistää sitä itselleen omilla tulkinnoillaan. Aineisto saa erilaisia merkityksiä eri lukijoilla, koska jokaisen tulkintoja ohjaavat yksilölliset näkemykset ja kokemukset. Aineiston tulkinta riippuu siis tutkijan perspektiivistä sekä hänen valitsemistaan käsitteistä ja tutkimuksellisesta viitekehystä. Tutkija tekee aineistosta johtopäätöksiä, mutta päätelmien tekemisessä on oltava loogisesti johdonmukainen. (Nelson & Woods 2011, 112.)

Sisällönanalyysiin kuuluu tyypillisiä vaiheita. Ensimmäinen askel on aineiston valinta ja rajaaminen sen mukaan, mikä on relevanttia tutkimukselle ja tutkimuskysymyksille. Aineiston on oltava riittävä ja kattava, jotta siitä voidaan tehdä päätelmiä. Lähiluvun jälkeen tutkija luokittelee aineistoa ja kokoaa teemoja, jotka kuvaavat aineistoa. Sekin on merkillepantavaa, jos aineistosta puuttuu jotain. Kun tutkija ryhtyy rakentamaan kategorioita, hän voi käyttää hyväkseen aiempaa tutkimusta vertailemalla ja yhdistelemällä muiden teorioita omaan tutkielmaan. (Nelson & Woods 2011, 112–113.)

Käsillä olevassa tutkielmassa olen teemoitellut tekstiaineistoa sen omista lähtökohdista käsin, joskin paikan päällä tekemäni havainnot tukevat tekemiäni valintoja siitä, mitä teemoja tekstiaineistosta eli esitteistä nostan esiin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että esitteitä tarkastelemalla olen huomannut toistuvia piirteitä, miten navajojen kulttuuriperintöä representoidaan ja tuotteistetaan ja millaisena turistikohteena Monument Valley kuvataan niissä. Esitteiden sisällön perusteella olen siis valinnut tavallisimmat esiin nousevat teemat, jotka mielestäni kuvaavat navajojen kulttuuriperinnön tuotteistamista kokonaisvaltaisesti. Näin ollen analyysini on luokiteltavissa aineistolähtöiseksi.

3.4 Dokumenttianalyysi

Sisällönanalyysin lisäksi tutkielmani kannalta hyödyllinen lähestymistapa aineistoon on dokumenttianalyysi. Grace Davien ja David Wyattin artikkeli Document Analysis (2011) avaa dokumenttianalyysin perusteita ja antaa monipuoliset lähtökohdat siihen, miten aineistoon kannattaa suhtautua – omassa tutkielmassani tämä kohdentuu erityisesti aineistonani toimiviin turistiesitteisiin ja mainoksiin.

Dokumentiksi voidaan yleisesti luokitella monenlainen tutkimusmateriaali erilaisista artefakteista virallisiin asiakirjoihin, sillä tarkkaa rajaa on hankala määrittellä Davien ja Wyattin mukaan. Myös elektroniset aineistot ovat dokumentteja, ja tiedon siirtyessä yhä enemmän internetiin, erilaiset aineistot ovat helpommin tutkijan ulottuvilla. Dokumentit ovat lähtökohtaisesti aina enemmän kuin pelkkä tekstisisältö. Dokumentit ovat yksilön tai jonkin yhteisön tuottamia, ja siten ne sijoittuvat tiettyyn sosiohistorialliseen kontekstiin, jota tutkijan tulee ymmärtää voidakseen ymmärtää itse dokumenttia. Dokumentit tarjoavat tietoa yhteiskunnallisista trendeistä omilta aikakausiltaan. Ne kuvaavat ihmisten elämää, ajatuksia, uskomuksia ja käytäntöjä, mutta paljastavat myös yhteiskunnallisia ilmiöitä, asenteita ja yhteisöllisesti jaettuja uskomuksia. Teksti heijastaa näin paitsi kirjoittajan omia näkemyksiä, myös vallitsevaa aikaa. Dokumentteja tuotetaan yhteiskunnassa vallitsevien periaatteiden ja muottien avulla. Yksilöillä ja ryhmillä on omat tarkoituksensa ja motiivinsa tekstiä tuottaessaan, ja dokumenteilla on näin myös oma kohdeyleisönsä. Dokumentit muodostavat monipuolisen tutkimusaineiston, kunhan tutkija on tietoinen dokumenttien luonteesta. (Davie & Wyatt 2011, 151–157.) Käsillä olevan tutkimuksen esitteet ovat tekstidokumentteja, joiden luonteeseen kuuluu turistikohteen mainostaminen ja matkailijoiden houkuttelevuus turistikohteeseen. Tämä näkyy erityisesti esitteiden kielessä; teksti on suunnattu turistille, jota neuvotaan imperatiivin sanamuotoja käyttäen näkemään ja kokemaan navajojen kulttuuri. Teksteissä käytetään myös runsaasti adjektiiveja ja superlatiiveja houkuttelevuuden lisäämiseksi.

Tärkeä dokumenttien erottelu on jako julkisiin, avoimiin materiaaleihin ja henkilökohtaisiin dokumentteihin, kuten päiväkirjoihin ja kirjeisiin. Dokumentit voidaan myös erotella esimerkiksi jakamalla ne säännöllisesti uusiutuviin tallenteisiin, kuten lehtiin ja mainosesitteisiin, ja yksittäisiin tallenteisiin, jotka ovat usein episodiluonteisia ja yksilöiden tuottamia. Dokumentin sisältöön vaikuttaa, onko tuote tehty tutkijalle erityisesti vai onko se niin sanotusti tutkijasta riippumaton. Tutkimuksen aineistona toimivien dokumenttien on

oltava jollain tavalla yhteydessä toisiinsa, oli kyse sitten yhteisestä teemasta, tekijästä tai vastaanottajasta. (Davie & Wyatt 2011, 152.) Tämän tutkielman primaariaineisto koostuu yleisistä, kaikkien saatavilla olevista esitteistä. Esitteiden tarkoitus on mainostaa alueen turistikohteita ja tehdä niistä mahdollisimman houkuttelevia – näin ollen esitteillä on yhteinen teema ja tarkoitus. Esitteiden lukijakunnan oletetaan olevan amerikkalaisia tai ulkomaalaisia turisteja ja alueen turistikohteiden potentiaalisia asiakkaita.

Henkilökohtaiset dokumentit, kuten päiväkirjat, tarjoavat Davien ja Wyattin mukaan runsaasti välitöntä tietoa tutkittavasta kohteesta, mutta suurin ongelma lienee aineistojen saatavuus. Avoimien materiaalien kohdalla ei ole samanlaista ”näkymättömyyden” ongelmaa, sillä julkiset aineistot ovat helpommin tutkijan ulottuvilla. Viralliset dokumentit eivät kerro niinkään yksilöiden asenteista ja arvoista, vaan yleisemmin yhteiskunnasta. (Davie & Wyatt 2011, 154–156.)

Tutkijan ei tule vaikuttaa dokumenttien sisältöön tai antaa niistä vääränlaista kuvaa oman tutkimuksen edistämiseksi. Analyysi on siis riippuvainen dokumenttien sisällöstä (Davie & Wyatt 2011, 155). Käsillä oleva tutkielma on aineistolähtöinen, ja analyysiluvun teemat olen poiminut aineistosta sisällönanalyysin menetelmiä käyttäen. Analyysiluvuissa olen kääntänyt englanninkielisiä tekstejä suomeksi, mutta olen myös pyrkinyt kirjaamaan englanninkieliset alkuperäistekstit alaviitteisiin.

3.5 Tutkielman eettistä pohdintaa

Tutkielmani sijoittuu alkuperäiskansojen tutkimuksen kentälle, joten on tärkeää tuoda esiin yleistä eettistä keskustelua intiaaneihin kohdistuvasta tutkimuksesta ja vallankäytöstä. Alkuperäiskansoista kertovassa kirjallisuudessa on huomionarvoista nostaa esille, kuka kirjoittaa ja miksi, ja mitä mieltä tutkimuskohde on tutkimuksesta ja kirjoituksista. Nämä kysymykset liittyvät tutkimuksen eettisiin pohdintoihin, ja ne sivuutetaan Angela Wilsonin mukaan aivan liian usein, vaikka tutkimuskohteella olisikin paljon sanottavaa. Pohjois-Amerikan alkuperäiskansat ovat tutkimuskenttä, jota ovat dominoineet valkoiset, miespuoliset tutkijat. Wilsonin mukaan juuri sen takia tutkimuskirjallisuutta tulisikin käsitellä nimenomaan ulkopuolisten käsityksinä alkuperäiskansoista. Wilson toivookin, että intiaaneille annettaisiin mahdollisuus kommentoida tutkimusta jo kirjoitusvaiheessa – näin välttyttäisiin väärinymmärryksiltä ja käänkövirheiltä. (Wilson 1998, 23–25.)

Devon Mihesuah toteaa monien alkuperäiskansojen olevan tyytymättömiä tapaan, jolla intiaaneja on tutkittu ja miten heistä ja heidän esi-isistään on kirjoitettu. He eivät halua olla vain tutkimuksen objekteja. Näin ollen alkuperäiskansoihin kohdistuvan tutkimuksen tulisi ottaa huomioon myös intiaanien perspektiivi. Alkuperäiskansojen oma ääni ja näkökulma sivuutetaan usein, koska suullista perinnettä pidetään epäluotettavana, puolueellisena ja epätarkkana. Mihesuah muistuttaa kuitenkin, että kaikki historia on tavalla tai toisella puolueellista – sitä kirjoitetaan jostain näkökulmasta ja jollekin yleisölle. Kirjoittajat tarjoavat kulttuuritaustastaan riippumatta omasta näkökulmastaan mielekkään näkemyksen tutkimuskohteesta. Tärkeää onkin pohtia sitä, kuka kirjoituksista hyötyy ja miksi niitä tehdään. Suurin osa intiaanitutkimusten ja -historioiden lukijoista on länsimaalaisia. Monet länsimaiset kirjoittajat ovat valta-asemassa siten, että he luovat standardeja sille, mitä ja miten alkuperäiskansoista pitää kirjoittaa. Yleisesti hyväksytyistä historiankirjoituksista ja antropologisista kirjoituksista suurin osa on ei-intiaanien käsialaa. Tämä on johtanut jopa siihen, että saadakseen kirjoituksilleen hyväksyntää, alkuperäiskansoihin kuuluvat kirjoittajat saattavat tehdä kompromisseja ja omaksua länsimaalaisia tapoja kirjoittaa intiaaneista. (Mihesuah 1998a, x; 1998b, 1–13.)

Mihesuah pohtii, korjaantuisiko epäsuhta länsimaisten ja intiaanitaustaisten kirjoittajien välillä, jos alkuperäiskansat kirjoittaisivat enemmän itse kulttuuristaan ja kansaansa liittyvästä historiasta. Joidenkin alkuperäiskansojen keskuudessa rohkaistaankin kirjoittamaan omasta kansastaan. Suurin osa Pohjois-Amerikan intiaanikirjailijoista on kuitenkin romaanikirjailijoita ja runoilijoita, eivätkä monet intiaanit halua ylipäänsä kirjoittaa oman kansansa kulttuurista, saati sitten muista alkuperäiskansoista. Omasta kansastakin kirjoittaminen koetaan vaikeaksi ja monimutkaiseksi, koska kirjoittamiseen liittyy aina henkilökohtaisia, emotionaalisia sekä poliittisiä kysymyksiä. (Allen 1998, 56–63; Mihesuah 1998b, 11–13.)

En ota tutkielmallani itse kantaa siihen, miten alkuperäiskansojen kulttuuriperinnön tuotteistamiseen pitäisi suhtautua tai onko se oikein tai väärin jonkun osapuolen kannalta. Aiheesta on silti keskusteltu paljon, ja mielestäni on relevanttia ottaa myös näitä kannanottoja ja perusteluja esille, kuten olen tehnyt teoreettisessa viitekehysessä luvussa 2. Monument Valleyn heimopuistossa navajot ovat itse oman kulttuuriperintönsä tuotteistajia, joskin osassa esitemateriaalissa myös länsimaalaisten tekemä tuotteistaminen näkyy (ES4–ES6). Alkuperäiskansojen representoinnissa on siis kyse vallankäytöstä. Heimopuistossa navajot pyrkivät itse kontrolloimaan sitä, mitä puolia kulttuuriperinnöstä esitetään turisteille. Toisaalta alkuperäiskansat joutuvat mukautumaan myös siihen, mitä

turistit odottavat matkakohteelta, ja turistien houkuttelemiseksi saatetaan joutua käyttämään stereotyyppioita ja yksinkertaistuksia.

Aineiston hankkimisessa ja käyttämisessä en näe eettisiä ongelmia, koska esitemateriaali on julkista. Henkilötietosuojaan liittyvät kysymykset eivät myöskään liity käsillä olevaan tutkimukseen, koska tutkielma ei sisällä tietoa yksittäisistä henkilöistä. En pyri esittämään väittämiä siitä, minkälainen on autenttinen tai perinteinen navajo-kulttuuri, vaan tuon esille aineistosta kumpuavia kuvauksia. Tarkoitukseni on tarkastella ja tuoda esitteistä esiin piirteitä mahdollisimman totuudenmukaisesti, irrottamatta sanoja niiden alkuperäisestä kontekstista.

4 KULTTUURIPERINNÖSTÄ TUOTTEEKSI

Analyysiluvuissa käsittelen matkaesitteistä nousevia teemoja. Aloitan esittelemällä navajo-kansan perinteisinä pidettyjä käsitöitä, joita tuotetaan matkamuuistoiksi turisteille. Jotkin esineet eivät ole ominaisia pelkästään navajoille, vaan niitä tuotetaan ja myydään kaikkialla Yhdysvalloissa ns. yleisintiaanituotteina. Matkamuuistomyymälöistä kirjoitan omassa luvussa, koska ne on tavallisesti erikseen mainittu esitemateriaalissa, ja ne myös muodostavat oman merkityksellisen kokonaisuutensa turismissa ylipäänsä. Ravintolat ja museot tuotteistavat kulttuuriperintöä omalla tavallaan – ne nousevat niin ikään selkeästi esiin materiaalissa erillisinä huomionarvoisina osa-alueinaan. Matkamuuistomyymälät, ravintolat ja museot tuotteistavat kulttuuriperintöä erityisesti aineellisesti, mutta aineeton kulttuuriperintö on silti merkittävässä roolissa monissa myytävissä tuotteissa.

Analysoin myös opastettuja ja omatoimisia laaksokierroksia kokemustuotteina, joita tarjotaan turisteille. Opastetut kierrokset tuotteistavat erityisesti aineetonta kulttuuriperintöä, kuten navajo-kansan uskomuksia ja tarinoita, mutta tuotteistaminen tapahtuu kuitenkin aineellisuuden kautta. Viimeisessä analyysiluvussa tarkastelen Monument Valleyyn ja navajo-kansan tuotteistettua ajattomuutta ja henkisyttä, jotka ilmenevät esitemateriaalissa erityisesti sanavalinnoissa, joilla pyritään houkuttelemaan turisteja.

4.1 Navajojen perinteisinä pidetyt käsityöt ja uskomusesineet matkamuuistoina

Valene Smithin teorian mukaan käsityöt ovat yksi alkuperäiskansoihin kohdistuvan kulttuuriperintöturismin ulottuvuus. Käsityöt ja matkamuuistot ovat ehkä näkyvin navajojen kulttuuriperintötuote, jota turisteille tarjotaan Monument Valleyn heimopuistossa. *Discover Beautiful Navajo* -opas toteaa navajo-kansan reservaatin olevan ”elegantin taiteen mekka”¹⁰ (ES3). Monument Valleyn sisäänkäynnillä jaetussa esitteessä mainitaan, että ”majesteettinen maisema inspiroi paikallisia asukkaita työstämään upeaa taidetta, minkä voi havaita heidän käsintehdyistä matoistaan, keramiikastaan ja autenttisista koruistaan”¹¹ (ES1). Kuuluisan maiseman ja myytävien käsityötuotteiden välille luodaan tällä tavoin yhteys, ja käsitöiden paikallisuutta korostetaan. Navajojen luovuus ilmenee oppaan mukaan ”maailmanlaajuisesti tunnetuissa” ja ”ylivertaisissa” huopatoissa, punotuissa koreissa, käsintehdyissä keramiikassa, kauniissa hopea- ja turkoosikoruissa sekä huolellisesti tehdyissä maalauksissa ja veistoksissa. Opas neuvoo myös kiinnittämään huomiota siihen, miten taiteilijat ovat tuotteissaan yhdistelleet perinteistä ja modernia taidetta. (ES3.) Kaikki matkamuuistomyymälöissä myytävät tuotteet silti tuskin ovat käsintehdyjä tai paikallisten tuottamia, koska tuotteita on tarjolla laidasta laitaan erilaisilla hintalapuilla varustettuina. Tässä alaluvussa erittelen navajo-tuotteita, joille annetaan erityisiä merkityksiä esitteissä ja joiden näen olevan tyypillisiä turisteille myytäviä tuotteita.

Navajojen käsityöperinteeseen on vaikuttanut voimakkaasti pueblokulttuuri¹². Espanjalaisia paenneita puebloja asettui 1600-luvun lopulla asumaan navajo-intiaanien kyliin, ja samalla näiden kahden alkuperäiskansan kulttuurit saivat vaikutteita toisiltaan. Navajoiden käsityökulttuuriin tarttuivat esimerkiksi kachina- ja keramiikkaperinteet sekä kudontatekniikka. (Page & Page 2010, 47–48; Trimble 1993, 132.) *The 7 Wonders of Navajoland*, *Grand Circle* ja *Grand Canyon Journal* mainostavat navajo-käsitöiden lisäksi erityisesti hopi-intiaanien perinnetaidetta (ES2, ES5, ES6), ja Gouldingin matkamuuistomyymälässä hopien keramiikkatöille on oma hyllynsä. Käytännössä navajojen

¹⁰ Alkuperäisteksti engl. ”a mecca for elegant art” (ES3).

¹¹ Alkuperäisteksti engl. ”The majestic scenery inspires families to fashion their work into incredible art thru hand-woven rugs, sand paintings, pottery and authentic jewelry” (ES1).

¹² Puebloilla viitataan yleisesti Yhdysvaltain lounaisalueen maata viljeleviin intiaanikansoihin, joskaan pueblot eivät ole yhtenäinen ryhmä, vaan he puhuvat useaa kieltä ja heillä on erilaisia kulttuurisia erityispiirteitä. Esimerkiksi zunit ja hopit ovat pueblokansoja. (Andersson et al. 2013, 106.)

naapurikansoja ei ole kuitenkaan mainittu millään tavalla itse heimopuistossa. Tästä huolimatta Monument Valleyssa navajo-kulttuuriin sekoittunut pueblokulttuuri näkyy konkreettisesti esimerkiksi ravintoloissa ja matkamuistomyymälöissä, joissa kachina-nukkeja käytetään koristelussa ja tilojen ”lavastamisessa”, ja niitä on myös myytävänä. (KM2017.) Sana *kachina* viittaa pueblo-uskomusten henkiolentoihin, joita nuket esittävät (Page & Page 2010, 48). Kachinalla voidaan tarkoittaa itse asiassa kolmea eri asiaa. Ensinnäkin ne ovat välittäjä- ja henkiolentoja, jotka pystyvät vaikuttamaan ihmisten elämään sekä hyvässä että pahassa. Toiseksi kachinalla viitataan naamioituneeseen rituaalitanssijaan, jonka tarkoitus on tuoda rituaalissa henget läsnä oleviksi. Kolmanneksi kachinalla tarkoitetaan jo edellä mainittua nukkea, joka esittää henkiolentoa. Kachina-nuket eivät liity suoranaisesti rituaaleihin, vaan niillä välitetään perinnettä nuorille sukupolville. Nykyään nukkeperinne on ottanut oman paikkansa taiteenlajina, ja siten ne ovat päätyneet myös markkinoille ja matkamuistomyymälöiden hyllylle. (Andersson et al. 2013, 56–57; Trimble 1993, 45.)

Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoihin liitetään yleisesti useita erilaisia uskomusesineitä. Tällaisia ovat esimerkiksi unisiepparit, toivomusrasiat (engl. *dream box*) ja rohtopyörät (engl. *medicine wheel*), joilla on merkittävä asema matkamuistoesineiden kirjossa ympäri Yhdysvaltoja. Myös Monument Valleyssa monenlaisia intiaanesineiden jäljitelmiä myydään matkamuistomyymälöissä ja pienillä torikojuilla. Uskomusesineiden ohella tyypillisiä ovat jouset ja nuolet sekä tomahawk-kirveet. Koriste-esineisiin, joihin liittyy olennaisesti jokin uskomus tai tarina, on usein liitetty selitysteksti turisteja varten. Eräässä tarkastelemassani tomahawkissa selite kertoo tuotteen olevan alkuperäiskansojen käsin tekemä jäljitelmä.¹³ Selite sisältää myös tarinan, jonka mukaan perinteisesti Amerikan alkuperäiskansat käyttivät jousia, nuolia ja tomahawkia päivittäin metsästykseseen sekä oman alueensa puolustamiseen. Aseita ja rauhanpiippuja säilytettiin myös kotona esillä, koska ne suojasivat pahoilta voimilta. Kyseisessä selitteessä perinteisistä tavoista puhutaan imperfektissä, mikä luokittelee nämä perinteet jo osaksi menneisyyttä. Selitteen lopulla mainitaan vielä, että liittovaltion laki kieltää arkeologisten esineiden keräilyä ja myynnin, mutta nykyään alkuperäiskansat tekevät tarkkoja jäljennöksiä näistä esineistä. Siten tuotteet ”edustavat yhä jaloutta, voimaa, arvokkuutta ja rohkeutta”¹⁴. (KM2017.) Selitteen mainitsevat ominaisuudet edustavat varsin stereotyyppisiä kuvauksia Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoista ja tuottavat representaatioita jalosta villistä.

¹³ Selitteen alkuperäisteksti engl. ”Native American Artifact Reproduction. Handmade in the USA by Native Americans”.

¹⁴ Alkuperäisteksti engl. ”continue to represent nobleness, strength, dignity, and courage”.

Tomahawkeja on käytetty alkuperäiskansojen keskuudessa taistelu- ja työvälineenä. Toisaalta joissakin seremonioissa on myös käytetty rituaaliin tarkoitettuja koristeltuja tomahawkeja. Tomahawk sisältää usein piipun, joten sillä voi myös polttaa tupakkaa. Piipulliset tomahawkit syntyivät osaksi eurooppalaisten ja alkuperäiskansojen kaupankäyntiä. Joka tapauksessa tomahawkit ovat myös esimerkkejä alkuperäiskansojen taiteesta, koska ne sisältävät paljon koristeita ja yksityiskohtia. Tomahawkit ovat levinneet myös eri kansojen keskuudessa. Alun perin pää oli tehty kivistä ja vasta eurooppalaisten myötä metallista. (Andersson et al. 2013, 145–146.) Monument Valleyssa matkamuuistoina myytävissä tomahawkeissa käytetään koristelussa sulkia, nahkaa ja turkoosikiveä (KM2017).

Piippu on Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoilla kuulunut laajalti tupakan rituaaliseen käyttöön, joskin tupakan polttaminen piipussa ei ole vanhimpia tapoja käyttää tupakkaa. Piippurituualit ovat olleet useimmiten osa laajempaa rituaalista kokonaisuutta, jolloin piipun polttamisella on luotu erityinen suhde osanottajien välille. Alkuperäiskansoilla piipunpolton on nähty olevan merkki luottamuksellisesta suhteesta, minkä takia piippua poltettiin esimerkiksi rauhanneuvotteluissa euroamerikkalaisten kanssa. Tässä yhteydessä onkin muodostunut käsite rauhanpiipusta. Toisaalta piipulla on ollut muitakin käyttöyhteyksiä, minkä takia piippumalleja on paljon erilaisia. Piipunpesät saattavat olla yksinkertaisia tai hyvinkin koristeellisia. Seremoniapiippujen varret ovat usein pitkiä ja koristeltuja esimerkiksi piikkisianpiikeillä, lasihelmillä tai sulilla. Piippu on paitsi seremonialliseen käyttöön tarkoitettu väline, mutta myös itsessään eräänlainen symboli. (Andersson et al. 2013, 99–100.)

Navajojen tunnettuja käsitöitä ovat hopea- ja turkoosikorut, joita myydään myös Monument Valleyn matkamuuistomyymälöissä. *Discover Beautiful Navajo* korostaa juuri hopeankäsittelytaitojen olevan ominaista navajoille (ES3), ja vierailijaesite mainitsee turkoosikiven olevan taloudellisesti arvokas luonnonvara navajoille (ES1). *Discover Beautiful Navajo* kertoo turkoosikivellä olevan lisäksi uskonnollisia merkityksiä ja sen edustavan myös yleistä hyvinvointia (ES3).

Koruista tyypillisimmät ovat concha-korut, ketoh-rannekorut sekä kurpitsankukkakorut. Concha-koru on metallinen, pyöreä tai soikea koriste, jota käytetään esimerkiksi yössä. Conchat kuuluvat myös esimerkiksi tasankointiaanien perinteeseen. Navajojen erityispiirre on, että he valmistavat conchat tunnetusti käyttäen turkoosikiveä ja hopeaa. Siten ne voivat olla hyvinkin arvokkaita. Navajojen ketoh-koriste on perinteisesti ollut navajo-miesten nahkainen rannesuoja, joka on peittänyt jousiampujan ranteen jänteen iskun varalta. Myöhemmin rannesuoja on menettänyt vanhan käyttötarkoituksensa ja ottanut uuden

aseman käsikoristeena, jonka valmistuksessa käytetään niin ikään tavallisesti turkoosia ja hopeaa. Kurpitsankukkakaulakoru koostuu hopeisista helmistä, puolikuun muotoisesta naja- tai nazha-koristeesta sekä kurpitsankukan muotoisista koristeista. Navajojen lisäksi jotkin pueblo-kansat valmistavat kurpitsankukkakoruja. Monissa navajojen hopeakoristeissa on vaikutteita espanjalaisten koristelusta, mutta nykyään nämä korut ovat muodostaneet oman lounaisalueen intiaaneille tyypillisen ja perinteisenä pidetyn esinetyypin. Usein tämä käsityömuoto mielletään vanhaksi alkuperäiskansojen perinteeksi, mutta lounaisalueen intiaanit oppivat hopean käytön vasta 1800-luvun puolivälin jälkeen espanjalaisilta, mikä mainitaan myös *Discover Beautiful Navajo* -esitteessä ja vierailijakeskuksen museossa. (ES3; Andersson et al. 2013, 24–25, 64, 75–76.) Turismin lisääntyessä 1900-luvulla lounaisalueella huomattiin hopea- ja turkoosikorujen potentiaali matkamunistona (Trimble 1993, 149). Hopean ja turkoosin arvokkuudesta johtuen korut ovat myymälöissä lukittuna lasitettujen hyllyjen sisällä (KM2014, KM2017).

Hiekkamaalaus on navajoille tyypillinen ja perinteinen rituaalitaidemuoto (ES1, ES3), jota myydään nykyään myös turistitaiteena. Hiekkamaalauksesta muotoutui turistiystävällinen versio 1900-luvun puolivälissä matkailun lisääntyessä alueella. Perinteisesti tapa liittyy läheisesti rituaaleihin ja erityisesti parantamisrituaaleihin, ja maalauksilla onkin voimakas symbolinen merkitys. *Discover Beautiful Navajo* (ES3) kertoo hiekkamaalauksitaiteen pohjautuvan uskomuksiin Pyhistä Ihmisistä (engl. *Holy People*). Navajoilla on useita satoja erilaisia maalauksia, jotka kytkeytyvät eri rituaaleihin. Myyntiin tarkoitettut hiekkamaalaukset ovat jollain tavalla muunneltuja versioita seremoniallisista maalauksukuvioista, etteivät ne loukkaisi navajo-uskomusten Pyhiä Ihmisiä. Perinteisesti hiekkamaalaukset tehdään hoganissa siten, että tasaiselle pinnalle ripotellaan erivärisiä pigmenttejä. Seremoniassa maalaukseen välittyy uskomuksen mukaan Pyhien Ihmisten voimaa, ja kun esimerkiksi parannettava potilas istuu maalauksen päälle, tämä voima välittyy maalauksesta häneen. Maalaus tuhotaan rituaalin lopuksi. (Andersson et al. 2013, 35; Trimble 1993, 152.) Turisteille hiekkamaalauksia myydään käsitöinä, joissa pigmentti on kiinnitetty jonkinlaiseen laattaan, aluseen tai tauluun (KM2017). Nämä matkamunistot eroavat alkuperäisestä hiekkamaalausperinteestä siten, että tradition mukaan hiekkamaalauksia ei säilytetä, vaan se tuhotaan. Perinteiset hiekkamaalaukset, jotka taiteillaan tavallisesti maantasolle, ovat merkittävästi isompia kooltaan kuin turisteille myytävät tuotteet.

Monet alkuperäiskansojen perinteet ja uskonnolliset ideat ovat levinneet kulttuuristen ja kansallisten rajojen yli. Myös tarinoita, joiden väitetään kuuluvan alkuperäiskansojen vanhaan kulttuuriperintöön, on levinnyt. Unisieppari on uskomusesine, jota tavataan ympäri

Yhdysvaltoja alkuperäiskansasta riippumatta. Unisiepparin tarkoitus on suodattaa pahat unet hyvien unien joukosta. Siitä, miten unisiepparin uskotaan toimivan, voi olla useampi versio. Monument Valleyn matkamuistomyymälässä myytävän unisiepparin tuoteselosteessa kerrotaan, että pahat unet eksyvät unisiepparin verkkoon, kun unisieppari asetetaan roikkumaan nukkumapaikan ylle. Hyvät unet sen sijaan löytävät tiensä unisiepparin verkon keskukseen, sieltä unisiepparissa roikkuviin sulkiin ja lopulta nukkujan mieleen. Joidenkin näkemyksien mukaan unisiepparilegendat ovat lähtöisin ojibwa-intiaaneilta, mutta tämä on myös vahvasti kyseenalaistettu. Unisiepparin arvioidaan olevan pitkälti kulttuurisen muuntelun tulos. (Andersson et al. 2013, 155.)

Unisieppareita myydään paljon erilaisia Yhdysvaltojen lounaisalueella ja Monument Valleyssa. Niissä käytetään eri materiaaleja, jotka symboloivat eri asioita, mutta tavallisesti koristelussa käytetään höyheniä ja helmiä tai kiviä. Joihinkin unisieppareihin on lisätty toteemieläimiä, kuten karhuja, kotkia ja kilpikonna. Unisiepparin keskellä olevalla kivellä sanotaan olevan erilaisia tehtäviä. Esimerkiksi turkoosikivellä esitetään olevan parantavia vaikutuksia, mutta myös onnea ja iloa tuovia voimia. Nahka on Monument Valleyssa tyypillinen materiaali unisiepparissa. (KM2014, KM2015.)

Rohtokehä (engl. *medicine wheel*) on unisiepparin kaltainen matkamuistoesine, joka on tavallinen näky kauppojen hyllyillä Yhdysvalloissa. Rohtokehällä yleisesti tarkoitetaan kehän muotoista, symbolista kuviota. Rohtokehällä viitataan usein myös Yhdysvaltain Wyomingissa sijaitsevaan maantieteelliseen paikkaan, jossa on suuri esihistoriallinen kivikehä. Tällaisia vastaavia kivikehiä on löydetty muualtakin, ja niitä kaikkia kutsutaan tavallisesti englannin kielellä termillä *medicine wheel*. Vasta myöhemmin termi rohtokehä on vakiintunut tarkoittamaan ympyrää, jota halkoo kaksi ristikkäin menevää halkaisijaa. Rohtokehä esiintyy yleisesti monien intiaanikulttuurien seremoniallisessa taiteessa, mutta sen merkitys vaihtelee kansoittain ja heimoittain. Tulkintaan vaikuttaa milloin, missä tilanteessa ja kenen toimesta rohtokehä on valmistettu. Kehä kuitenkin yleisesti symboloi jatkuvuutta ja yhtenäisyyttä. Rohtokehä, kuten monet muutkin alkuperäiskansojen elementit ja perinteet, ovat saaneet uusia tulkintoja viimeisten vuosikymmenten aikana, ja monet piirteet ovat myös yhdenmukaistuneet eri kansojen välillä panintianismin myötä. Rohtokehä on myös tavallinen symboli esimerkiksi New Age -uskonnollisuudessa unisieppareiden kanssa. (Andersson et al. 2013, 84–85, 117–118.)

Keramiikka ja punotut korit mainitaan tyypilliseksi navajo-taiteeksi vierailijaesitteessä, *Discover Beautiful Navajo ja Grand Circle* -oppaissa (ES1, ES3, ES5). Smith (1996, 295) kertoo punontatöiden olevan navajoiden vanhimpia käsitöitä, joita käytettiin, kun navajot

olivat vielä metsästäjä-keräilijäkansaa – siis jo ennen navajojen omaksuttua maanviljelyn ja karjankasvatuksen. Esitteessä navajojen kerrotaan uskovan, että alun perin Pyhät Ihmiset punoivat koreja seremoniallisiin tarkoituksiin. Korin reunuksissa käytetään usein vaaleita sävyjä kuvaamaan auringonnousua, ja pohjan kuvio edustaa navajojen neljää pyhää vuorta. Punaiset sävyt kuvastavat auringonpaistetta ja terveyttä. Koreja käytetään seremoniallisten käytänteiden ohella arjessakin. (ES3.) Keramiikkatöiden todetaan kokeneen elpymisen turismin myötä. Kauppa-asemien perustaminen vähensi käsintehdyn keramiikan tarvetta 1900-luvun alussa, mutta nyt keramiikkaa valmistetaan paljon kaupalliseen käyttöön. Perinteiseen, niukkaan ja yksinkertaiseen tyyliin yhdistellään luovasti uutta. Tuotteen autenttisuus ilmenee esitteen mukaan siinä käytetystä lasitteesta. (ES3, ES5.)

Vierailijaesite kertoo käsinkudottujen huopien ja mattojen olevan navajoille ominainen käsityömuoto, ja Monument Valleyn matkamuistomyymälässä sanotaan lisäksi olevan vaikuttava mattokokoelma nähtävillä (ES1). Navajojen kudonnan todetaan olevan laadukasta käsityötä ja tyylin uniikkia (ES3). Villan kudonta ei ole kuitenkaan vanha navajoperinne, vaan se on vaikutteena saatu taito. 1900-luvulle tultaessa kutomisesta oli jo muodostunut merkittävä tulon lähde navajoille, ja navajo-huovasta tulikin yksi kaupankäynnin päätuotteista. Navajo-uskomuksen mukaan Spider Woman on opettanut aikoinaan navajoille kutomisen taidon. Perinteisiä kuvioita ja tyylejä tehdään edelleenkin, mutta joukkoon sekoitetaan usein taiteilijan omia näkemyksiä. (Trimble 1993, 147–148; Smith 1996, 295.) *Discover Beautiful Navajo* kertoo navajojen uskovan, että Spider Woman rakensi kangaspuut Pyhiltä Ihmisiltä saamiensa ohjeiden mukaan, minkä takia kudonta nähdään myös rituaalisena käsityönä (ES3).

Discover Beautiful Navajo -opas huomauttaa, että käsityötuotteet kannattaa ostaa luotettavalta lähteeltä tai suoraan valmistajalta, jotta ostettava tuote olisi varmasti autenttinen (ES3). Autenttisuuden korostaminen näkyy kulttuuriperinnön tuotteistamisessa erityisesti matkamuistomyymälässä, jossa osalle tuotteista on annettu sertifikaatti, joka kertoo käsityön olevan alkuperäiskansan valmistama autenttinen käsityö.¹⁵ Sertifikaatti-kylltti on aseteltu esimerkiksi keramiikkaesineiden edustalle. Joissakin pienissä matkamuistoesineissä, kuten edellä mainitussa tomahawkissa, tuoteseloste kertoo esineen olevan autenttinen käsityö. (KM2017.) Matkamuistojen autenttisuuden korostaminen sopii yhteen Mikulan ajatuksen kanssa, jonka mukaan tuotteen nimeäminen autenttiseksi lisää tuotteen markkina-arvoa ja kysyntää (Mikula 2008, 10). Autenttisuuden korostamisen lisäksi

¹⁵ Sertifikaattikylltin alkuperäisteksti engl. ”Certificate of Authenticity. Hand-crafted or painted by Native American Artisans”.

monia tuotteita myydään Monument Valleyn maisemalla. Maiseman liittäminen matkamuuistoesineeseen tekee maisemasta objektin, jonka turisti voi ostaa ja jonka avulla hän voi palata kokemukseen myöhemmin.

4.2 Matkamuuistomyymälät

Yhdysvalloissa matkamuuistomyymälä on tyypillinen osa matkakohdetta. Monissa paikoissa, myös Monument Valleyssa, matkamuuistomyymälä on keskeisellä paikalla ja osa vierailijakeskusta, josta matkailija saa tarvittaessa tietoa itse nähtävyydestä ja liikkumisesta kohteessa. Rakennus on suuri kokonaisuus, jossa sijaitsee myös kahvila-ravintola, hotelli ja museotiloja. Museon ja ravintolan läheisyys vaikuttaa varmasti matkamuuistomyymälän valikoimaan. Esimerkiksi Navajo Code Talkers -näyttelyssä vierailut ja lisätietoa haluava matkailija voi ostaa myymälästä aiheesta enemmän kertovia kirjoja. Myös museoesineiden jäljitelmiä ja ravintolassa käytettyä keramiikkaa ja musiikkia on myytävänä matkamuuistomyymälässä. (KM2015.) Siten eri turistipalvelut tukevat toistensa toimintaa ja lisäävät myyntiä.

Heimopuiston matkamuuistomyymälä Monument Valley Trading Post viittaa nimellään perinteisiin kauppa-asemiin, joissa vaihdettiin hyödykkeitä erityisesti 1800-luvulla ja 1900-luvun alkupuoliskolla. Myymälästä vierailijan on mahdollista löytää ja ostaa ”autenttisia käsin tehtyjä hopeakoruja, keramiikkaa, kuvia sekä hiekkamaalauksia”¹⁶, jotka ovat Monument Valleyn vierailijaesitteen mukaan paikallisten navajojen käsialaa. Lisäksi matkamuuistomyymälässä on esillä ”uskomaton käsinkudottujen navajo-mattojen kokoelma”¹⁷. (ES1.) Matkamuuistomyymälän tuotteiden markkinoinnissa painotetaan siis voimakkaasti tuotteiden autenttisuutta, paikallisuutta ja sitä, että ne on tehty käsin. Tätä väitettä tukevat useat esitteiden kuvat, joissa esiintyy navajo-käsityöläisiä, yleensä naisia, kutomassa tai maalaamassa. Esimerkiksi *The 7 Wonders of Navajoland* -oppaassa eräässä kuvassa istuu iäkäs navajo-nainen, jonka taakse on laskostettu symmetrisin kuvioin koristeltuja mattoja (ES2). Vastaavanlaisia mattoja on myynnissä juuri matkamuuistomyymälässä (KM2017).

Vierailijaesitteen mukaan myymälässä on tarjolla kaikkea postikorteista John Waynen fanituotteisiin (ES1). Lännenelokuvien rooli näkyy myymälässä muutenkin. Ostettavana on

¹⁶ Alkuperäisteksti engl. ”Discover authentic handmade silver jewelry, pottery, pictures and sand paintings” (ES1).

¹⁷ Alkuperäisteksti engl. ”a showcase of incredible hand-woven Navajo rug collection” (ES1).

esimerkiksi vanhantyylyisiä julisteita eri elokuvista sekä stetson-päähineitä, nahkavöitä ja -saappaita. (KM2014, KM2015.) Toisaalta stetsonien ja nahkatuotteiden myynti on varsin tavallista koko Yhdysvaltain lounaisalueella, jota markkinoidaan yleisesti nimenomaan tyypilliseksi lännen rajaseuduksi. Matkamuistomyymälän western-tuotteet vahvistavat näkemystä siitä, että Monument Valley voidaan mieltää myös amerikkalaisten kulttuuriperintökohteeksi.

Vierailijaesitteen lopussa kehoitetaan matkailijaa ostamaan myymälästä ”palanen Monument Valleyta” kotiin vietäväksi jonkin matkamuiston muodossa (ES1). Matkamuiston funktion onkin nähty liittyvän juuri siihen, että turisti voi palata matkakokemukseen uudelleen matkan jälkeenkin. Matkamuistoesineet myös objektivoivat maisemaa ja kulttuuriperintöä sekä muokkaavat ne kulutettavaan muotoon turistia varten.

Monument Valleyn matkamuistomyymälässä myytävät intiaanituotteet eivät rajoitu pelkästään navajo-kansan kulttuuriin, vaikka esitteet antavatkin usein näin olettaa. Tarjolla on nimittäin paljon myös ns. yleisintiaanituotteita, joita myydään kaikkialla Yhdysvalloissa. Muutamia tällaisia tuotteita olen maininnut edellisessä luvussa. Monument Valleyn matkamuistomyymälän seinää koristaakin iso piirrosjuliste Pohjois- ja Väli-Amerikan kartasta, johon on sijoitettu Amerikan eri alkuperäiskansojen ja kieliryhmien nimiä ja piirretty tunnettujen intiaanien kasvoja. Karttaan on merkitty myös kullekin alueelle ominaisia alkuperäiskansoihin liittyviä piirteitä, kuten luoteisosien toteemipaalut ja tasankointiaanien valtavat sulkapäähineet. (KM2015.)

Vierailijaesitteen kartassa on lyhyesti mainittu myös Goulding's Lodge, joka on turistikeskittymä aivan heimopuiston vieressä. Huoltoasemalla myydään intiaaniaiheisiä matkamuistoja polttoaineen, päivittäistavaroiden ja välipalojen ohella. Gouldingin matkamuistomyymälässä myydään käytännössä samoja tuotteita kuin Monument Valley Navajo Tribal Parkin omassa matkamuistomyymälässä: cowboy-hattuja, moksasiineja, postikortteja, unisieppareita, navajojen käsitöinä tekemiä vaatteita ja perinteisiä nukkeja, joulukoristeita, turkoosikoruja, alkuperäiskansojen perinteistä ja modernia musiikkia sekä kirjoja. Gouldingin myymälässä tuotteita on kuitenkin luokiteltu siten, että navajojen tekemä keramiikka on varattu omalle osastolleen ja esimerkiksi hopi-intiaanien tekemät käsityöt ovat nimetty omalle hyllylleen. Näin Gouldingin matkamuistomyymälä erottelee lounaisalueen eri intiaanikulttuurit toisistaan, mitä ei tehdä kuitenkaan heimopuiston omassa myymälässä, jossa mainostetaan käsitöiden olevan joko navajoiden käsialaa tai sitten yleisesti Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen tuotteita. (KM2015, KM2017.)

Kaikkia matkamuistoja turistin ei tarvitse ostaa heimopuiston tai Gouldingin matkamuistomyymälöistä. Laakson kiertoajelun yhteydessä voi pysähtyä reitin varrelle pystytettyjen pienten kojujen luo, joissa paikalliset myyvät koriste-esineitä, koruja ja ruokia. Lisäksi muutaman mailin päässä heimopuiston ulkopuolella monet navajot kaupustelevat käsitöitä, perinteisiä herkkuja ja muita matkamuistoja tienvarsille vieriviereen pystytetyillä pöydillä. Näistä pienistä torialueista viestittävät jo kaukaa erilaiset liput ja viirit, jotka heiluvat tuulessa pitkän varren päässä. (KM2014.) Torialueet on huomioitu myös kahdessa navajojen itse tuottamassa esitteessä, joissa matkailijaa kehoitetaankin pysähtymään näille tekemään löytöjä. Esimerkiksi *The 7 Wonders of Navajoland* ja *Discover Beautiful Navajo* -oppaissa mainitaan, että reservaatissa jokaisen tunnetun nähtävyyden läheisyydestä on löydettävissä tällaisia myyntikojuja. Jälkimmäinen opas väläyttää vielä, että hyvällä tuurilla matkailija voi löytää ”palan laadukasta taidetta, jota vaalii lopun elämää”¹⁸. (ES2, ES3.) Monet myyjät tekevät käsitöitä ajankuluksi pöytänsä takana (KM2014), mikä vahvistaa turistille kuvaa tuotteiden autenttisuudesta.

The 7 Wonders of Navajoland -esite neuvoo imperatiivin sanamuotoa käyttäen tutkimaan ja tekemään ostoksia navajojen maalla (ES2).¹⁹ Tällaiset toimintakehotukset kuvastavat koko esitemateriaalin kieltä, joka on suunnattu turisteille ja joka konkreettisesti ohjaa kuluttamaan navajojen kulttuuriperintöä ostamalla tuotteita ja kokemuksia. Navajo-kulttuuriperintö objektivoidaan erilaisten matkamuistojen muodossa.

4.3 Ravintolat kulttuuriperinnön välittäjinä ja tuottajina

Monument Valleyn vierailijaesite lupaa ”maailmanluokan” ravintolaelämystä heimopuiston hotellin yhteydessä toimivassa ravintolassa, joka tarjoaa yleisestikin Yhdysvaltain lounaisalueelle tyypillisiä makuja (ES1). Silti ”makunystyröitä kutkuttavia” perinteisiä navajoruokia ei saa missään nimessä unohtaa, todetaan *Discover Beautiful Navajo* -esitteessä (ES3). Heimopuiston ravintolassa asioivaa kehoitetaan maistamaan navajojen ”ihka omia” ruokia, jotka valmistaa ”maineikas, paikallinen keittiömestari” (ES1). Perinteisenä ruoka-aineena mainitaan erityisesti maissi ja lammas (ES1, ES3).

Ruoka on yksi kulttuuriperinnön ulottuvuus. Kulttuurimatkailun pääasiallinen tavoite on kokea jotain erilaista (Waitt 2000, 838), ja näin ollen turisti odottaa myös matkakohteen

¹⁸ Alkuperäisteksti engl. ”a quality art piece you will treasure for a lifetime” (ES3).

¹⁹ Alkuperäisteksti engl. ”Explore and Shop the Navajo Nation” (ES2).

ruokakulttuurin olevan omanlaisensa. Paikallisväestöön kuuluva henkilökunta luo tunnetta ravintolan autenttisuudesta navajo-perinteen välittäjänä. Esitteissä alleviivataankin paikallista osaamista ja keittiöhenkilökuntaa.

Heimopuiston ravintola esitetään erityisenä paikkana paitsi ruokaperinteeltään, myös ainutlaatuiselta maisemaltaan. Esitteen mukaan heimopuiston ravintolan suurista ikkunoista avautuu ”valokuvauksellinen maisema” tunnetuille kivimuodostelmille. Houkuttimeksi esitteeseen on liitetty valokuva ravintolasta, jonka ikkunat tarjoavat auringonlaskun värjäämän maiseman laaksoon. (ES1.) Aistillinen ja erityisesti visuaalinen kuluttaminen on osa turismia - maisemasta sekä paikallisesta väestöstä tehdään turismin objekteja (Urry 1995, 192). *The 7 Wonders of Navajoland* -oppaan mukaan heimopuiston ravintola on erikoistunut navajojen perinneruokien lisäksi myös periamerikkalaiseen ruokamaailmaan (ES2). Ravintola näyttää tarjoavan matkailijalle erityislaatuista kokemusta tuottamalla voimakasta tunnetta paikan omaleimaisuudesta, mutta toisaalta ravintola tarjoaa myös turvallisen ja tutun vaihtoehdon eksoottisen rinnalle. Varmuuden vuoksi *The 7 Wonders of Navajoland* listaa sivuillaan amerikkalaisia pikaruokaketjuja, kuten McDonalds, Subway ja TacoBell, jotka palvelevat ympäri reservaattia (ES2).

Gouldingin ravintolan ruokalista sisältää omien sanojensa mukaan sekä tyypillistä amerikkalaista ruokaa että navajojen perinneherkkuja. Ravintola on sisustettu käyttäen samoja keramiikkaesineitä, joita matkailija voi ostaa viereisestä matkamuistomyymälästä. Esimerkiksi vesikannujen kylkiin on maalattu Monument Valleyn tyypillinen maisema kivimuodostelmineen. (KM2017.) Sisustuksella, kuten juuri ruukuilla, vesikannuilla ja seinille sijoitetuilla kachina-nukeilla, tuotetaan autenttisuutta turisteille. Tämä sopii yhteen Chidesterin ja Waittin ajatuksen kanssa, jonka mukaan fyysiset elementit ja rakenteet ovat tärkeä osa autenttisuuden tuottamisessa (Chidester 2005, 142–143; Waitt 2000, 857). Toisaalta koriste-esineiden ja ruukkujen sijoittelulla ravintolassa pyritään varmasti edistämään myös matkamuistomyymälän toimintaa.

Ravintoloissa on saatavilla navajo-teetä, jota myydään myös heimopuiston matkamuistomyymälässä. Paketin kyljessä lukee ”Yanabah Traditional Navajo Tea”, ja se on kuvitettu Monument Valleyn maisemalla ja samankaltaisilla kuviolla, joita navajot kutovat ryijyihin ja huopiin. Paketissa on myös tarina teen synnystä ja mistä sen nimi on peräisin. Tekstin mukaan ”neljän nurkan alueella” yrttiä on käytetty jo vuosisatojen ajan sen terveydellisten vaikutusten ja maun takia. Myös paketin kyljessä mainostetaan, että teetä on

”haudutettu perinteessä ja viisaudessa”²⁰. Paketissa on myös Yellow Bird -nimisen navajo-intiaanin tarina hänen isoäidistään, Yanabahista. Yellow Bird kertoo Yanabahin toimineen esikuvana ja inspiraation lähteenä, ja nyt navajo-teen lempeä maku tuo hänelle mieleen muistoja isoäidistä. Tekstin loppuun on vielä kirjoitettu loppulauselma, joka viittaa teen olevan suunnattu turismi- ja kulttuuriperintömarkkinoille: *”From my culture to yours... enjoy.”* (KM2017.) Yanabah-teen virallisilla internet-sivuilla Yellow Bird kertoo poimineensa teeyrttejä isoäitinsä kanssa tämän vielä eläessä. Yrttien keruun yhteydessä isoäidillä oli ollut tapana kertoa tarinoita esi-isistä ja perinteestä; näin hän oli varmistanut, etteivät perinteet kuole hänen mukanaan. (URL4.)

Kulttuuriin liittyy paljon tapoja ja perinteitä, joihin turisti ei pääse käsiksi ostamalla perinteisenä pidetyn tuotteen matkamuistomyymälästä tai ravintolasta. Joitakin perinteitä halutaan avata turisteille, mikä näkyy esimerkiksi yrttiteepaketin kyljessä selostuksena teen välittämästä kulttuuriperinnöstä. Ravintolassa käynti on osa kokonaisvaltaista turistikokemusta, jota myydään Monument Valleyssa, ja ravintola tarjoaa turistille mahdollisuuden kokea yksi kulttuuriperinnön ulottuvuus lisää. Merkille pantavaa on, että vain navajojen itse tuottamassa materiaalissa on huomioitu heimopuiston ravintola tai ylipäänsä paikallinen ruoka.

4.4 Museot ja näyttelyt

Museot ja näyttelyt keskittyvät yleensä esittelemään kulttuurin esineistöä. Tämä esineistö määrää sen, millainen kuva alkuperäiskansasta piirtyy katselijan mieleen. Monument Valleyssa on muutamia museoita ja näyttelyitä, jotka esittelevät navajo-kansan kulttuuriperintöä. Monument Valleyn esite mainitsee museot nimeltä, mutta ei kerro niiden sisällöstä juurikaan hogan-kylää lukuun ottamatta. Tekstissä sanotaan navajo-kulttuurista kertovan näyttelyn sisältävän Amerikan alkuperäiskansojen suurimman heimon ”ainutlaatuisia aarteita, jotka ovat edelleen korvaamattoman arvokkaita”²¹ navajojen kulttuuriperinnön kannalta (ES1). Muut esitteet eivät mainitse näyttelyjen olemassaolosta mitään, vaikka osa esitteistä antaa yleisesti tietoa esimerkiksi navajojen perinteisistä asumuksista, historiasta ja navajojen aktiivisuudesta toisessa maailmansodassa (ES2, ES3, ES5).

²⁰ Alkuperäisteksti engl. *”Steeped in tradition, steeped in wisdom”*.

²¹ Alkuperäisteksti engl. *”unique treasures once and still hold priceless value”* (ES1).

Vierailijakeskuksen infotaulu kertoo rakennuksen kokeneen suuren remontin vuonna 2009, jonka yhteydessä sisätilojen näyttelyitä uusittiin radikaalisti ja tilojen tarkoitus on nyt tutustuttaa vierailijat entistä paremmin navajo-kansan kulttuuriin. Paikallisten navajojen sanotaan vaikuttaneen merkittävästi näyttelyiden sisältöön. (KM2014.) Mainitseamalla paikallisten vaikutuksen infokyltti konstruoi museoiden autenttisuutta perinteisen navajo-elämäntavan kuvaajina.

Eteistilan ikkunat kehystävät laaksoon avautuvaa maisemaa. Ikkunan alapuolella on suuri infotaulu, joka kertoo vierailijan katselevan pyhää maisemaa, jota tulee kunnioittaa. Laakson sanotaan olevan täynnä paikkoja, joissa asustaa jumaluuksia, joille navajot vievät uhrilahjoja, ja laaksossa on myös runsaasti erityistä kasvillisuutta, joita käytetään seremonioissa. Näin ollen laakson rauhaa on kunnioitettava. Viereinen infotaulu kertoo lyhyesti alueen geologiasta selittäen kivimuodostelmien synnyn sekä tieteellisesti että navajojen uskomusten mukaan. (KM2014, KM2017.) Alueen maantieteellinen historia on edustettuna joko laajemmin tai ohimennen selitettynä monissa oppaissa (ES1, ES2, ES5, ES6), kun taas navajojen myyttiä alueen synnystä on avattu kahdessa oppaassa (ES2, ES3).

Näyttelyn eteistilassa eräässä taulussa on listattu tilastotietoa navajo-kansasta, asukasmäärästä, perheiden keskimääräisestä koosta ja vuosituloista sekä lampaiden määrästä. Samaisessa taulussa on erikseen mainittu monen navajo-perheen elävän köyhyysrajan alapuolella, mutta navajojen iloitsevan silti saadessaan asua kauniilla ja perinteisellä kotiseudullaan kasvattaen karjaa ja tehden käsitöitä. Navajojen kerrotaan tekevän paljon työtä sen eteen, että vanhat perinteet ja kieli pysyisivät elinvoimaisina modernin maailman keskellä. (KM2017.) Navajojen elämäntapojen ja elinkeinojen rajaaminen karjankasvatukseen, maanviljelykseen ja käsitöihin on esimerkki kansan ja kulttuurin esittämisestä yksinkertaisempaan kuin se todellisuudessa on, mistä on keskusteltu paljon tutkimuskirjallisuudessa (ks. esim. Muzaini 2017; Watson 2014).

Itse näyttelyn puolella taulut kertovat esimerkiksi navajojen uskomuksista ja myyteistä. Eräs teksti sisältää tarinan navajo-naisesta, joka monien koettelemusten saattelemana päätyi asumaan Monument Valleyyn. Naisen kerrotaan joutuneen ensin meksikolaisten vangiksi ja myöhemmin navajojen pitkälle marssille (engl. *Long Walk*) Bosque Redoon liittovaltion määräämälle intiaaniaalueelle. Osa tauluista kertoo Monument Valleyyn historiasta elokuvateollisuuden näkökulmasta, ja jotkut julisteet tarjoavat tietoa reservaatien kaivostoiminnasta, erityisesti uraanin louhinnasta, josta on seurannut vakavia terveyshaittoja ja pohjaveden saastumista. Suuri tietolaatta kokoaa pääpiirteet navajojen

hallintojärjestelmästä. Kokonaisen seinämän kokoinen aikajana piirtää kuvan navajojen historiasta 1500-luvulta alkaen kokoamalla yhteen esimerkiksi navajojen vaiheet espanjalaisten, meksikolaisten ja Yhdysvaltain liittohallituksen kanssa. Janalle ovat päätyneet myös runsaat luonnonvarat, kuten öljy, uraani ja hiili, joita reservaatien mailta on löytynyt 1900-luvun aikana ja jotka ovat aiheuttaneet myös harmia navajoille. Navajo-urheilijat edustavat modernia navajolaisuutta aikajanalla 1900-luvun loppupuolella. Itse näyttelyssä on myös kokoelma navajojen perinteistä esineistöä sisältäen esimerkiksi vaatteita, käsitöitä ja käsitöissä käytettyjä työkaluja. Käsitöistä on edustettuna samankaltaisia tuotteita, joita on myynnissä myös matkamuistomyymälässä: mattoja, ruukkuja, koreja ja koruja. (KM2017.) Näyttely näyttää tuottavan navajojen kulttuuriperintöä monenlaisten representaatioiden kerrostumina. Museossa nostetaan esille navajojen uskomusperinnettä, jossa näkyy suullisen tradition merkitys navajo-kansalle. Käsityöperinteen esitleminen on museolle tyypillinen tapa representoida kulttuuria. Toisaalta elokuvateollisuus esitetään yhtenä merkittävänä navajojen historian käännekohtana; elokuvien myötä Monument Valley tuli tunnetuksi suurelle yleisölle ja elokuvien vaikutus näkyy edelleenkin alueella. Niin elokuvateollisuuden kuin luonnonvarojen ja kaivostoiminnan esiin nostaminen liittävätkin navajot osaksi amerikkalaista historiaa.

Ulkoilmanäyttely, joka on nimetty Hogan-kyläksi, antaa kävijälleen esimerkkejä, millaisia ovat navajojen perinteiset asumukset. Hogan on yleensä kahdeksankulmainen asumus, jonka halkaisija voi olla kahdesta jopa kymmeneen metriä ja jonka rakentamisessa käytetään tavallisesti hirttä ja savea (Andersson et al. 2013, 39). Hogan-kylä sijaitsee huomaamattomasti parkkipaikan tuntumassa. Se on pieni alue, jolle on rakennettu muutama maamaja. Infokylttejä ei ole, joten vierailijan on turvauduttava tuloportilla saamansa esitteen antamaan tietoon. (KM2017.) Tämän esitteen mukaan hogan on luonnonmukaisista materiaaleista, kuten hiekasta ja vedestä, valmistettu asunto. Talvella sen kerrotaan pitävän hyvin nuotion tuomaa lämpöä sisällään, kun taas kesäisin hogan tarjoaa suojaa kuumuudelta. Vierailijaesite kertoo hoganin tarkoittavan navajon kielellä kotia. Samassa yhteydessä sanotaan, että navajo-kansan uskomusten keskiössä on ajatus elämän tasapainosta, mikä määrittää myös hoganeita, jotka voivat olla feminiinisiä tai maskuliinisia. Kartionmallinen asumus on maskuliininen, esite selventää. Sen sanotaan olevan nopea koota ja pakata mukaan, minkä takia se on tarkoitettu väliaikaiseksi asumukseksi, jonka voi ottaa matkaan. Pyöreänmallinen koti on feminiininen ja tarkoitettu pysyväksi asumukseksi. Kooltaan se on suurempi, joten useampi mahtuu majoittumaan siihen. Esitteen mukaan tänä päivänä hoganeita voi nähdä edelleen nykyaikaisesti suunniteltujen talojen läheisyydessä,

koska niitä käytetään yhä seremonioissa ja suositaan vanhempien navajojen keskuudessa. (ES1.) Myös *Grand Circle* -esite korostaa näiden maa-aineksesta tehtyjen asumusten olevan edelleen navajojen käytössä ja kiinnittää huomiota siihen, että hoganin oviaukko on aina suunnattu itään, kohti auringonnousua (ES5). Anderssonin, Hämäläisen ja Kekin mukaan hogan on yksi navajojen identiteetin kulmakivistä, joka on pitänyt merkityksensä seremonioiden suorituspaikkana (Andersson et al. 2013, 39).

Discover Beautiful Navajo -opas kiinnittää erityistä huomiota hoganin symboliikkaan ja harmoniaan. Esitteen mukaan katto symboloi taivasta, seinät kuvaavat vuoria, kukkuloita ja puita, ja lattia on kosketuksissa maan kanssa. Maskuliininen hogan kuvataan ”aggressiiviseksi paikaksi”, jossa ”tehdään sotasuunnitelmia” ja pidetään seremonioita. Feminiininen hogan on perheen koti ja suoja, johon liittyy ”rauha ja ystävällisyys”. (ES3.)

Vierailijakeskuksen sisätiloissa sijaitsee perinteisen navajo-kansan esittelyn ohella *Navajo Code Talkers* -näyttely, joka tutustuttaa matkailijan navajo-kansan rooliin toisessa maailmansodassa. Tämä näyttely koostuu lähinnä sodanaikaisista valokuvista ja infotauluista (KM2017). *Code Talkers* -näyttely liittää navajot osaksi amerikkalaista historiaa. Toinen maailmansota mielletään yleisesti kiinnostavaksi aiheeksi, ja kuten Watson esittää, sota ja väkivalta ovat tuotteita, joita kuluttajille on helppo myydä (Watson 2014, 40–47). Vierailijaesite mainitsee tämän näyttelyn vain nimeltä, mutta *The 7 Wonders of Navajoland* ja *Discover Beautiful Navajo* -esitteet kertovat yhden aukeaman verran navajo-sotilaista ja veteraanien muistomerkistä, joka on pystytetty Monument Valleyn ulkopuolelle reservaatin pääkaupunkiin (ES2, ES3).

Toisen maailmansodan aikana merkittävä määrä intiaaneja lähti reservaateistaan antaakseen oman panoksensa sotaan Yhdysvaltain puolesta. Vaikka ensimmäisen maailmansodan aikana navajot eivät juurikaan osallistuneet sotaan, toisen maailmansodan aikana arviolta 3600 navajoa palveli Yhdysvaltain armeijaa. Lisäksi tuhansia navajoja jätti reservaattinsa auttaakseen sodan aikaisessa tuotannossa ja teollisuudessa. (Trimble 1993, 24, 160.) Noin 420 navajo-miestä palveli koodareina ja salaisten viestien välittäjinä Tyynellä merellä. Japanilaiset eivät kyenneet ratkaisemaan navajojen kieleen perustuvaa koodia, jonka he luulivat pohjautuvan englanninkieliseen salakielijärjestelmään. *The 7 Wonders of Navajoland* ja *Discover Beautiful Navajo* -esitteet huomauttavat koodareiden olleen historioitsijoiden mielestä avain toisen maailmansodan voittamiseen (ES2, ES3). Navajot arvostavat edelleen sotaveteraaneja, ja vuonna 2009 reservaatin pääkaupunkiin Window Rockin pystytettiin muistopatsas sodissa palvelleiden navajojen kunniaksi. (Trimble 1993, 161; Andersson & Henriksson 2010, 339.) *The 7 Wonders of Navajoland* -esite mainostaa

sotahistoriallisen katsauksen lopuksi navajokaupustelijoita, jotka myyvät muistomerkin läheisyydessä käsintehtyjä koruja ja muita esineitä (ES2).

4.5 Opastetut ja omatoimiset kierrokset laaksossa

Monument Valleyn laaksomaisema on tärkeä turisteja vetävä elementti heimopuistossa. Kuva maisemasta edustaakin heimopuistoa kaikissa esitteissä, lukuunottamatta *Arizona State Parks* -opasta, jossa Monument Valley on muutenkin mainittu lähinnä ohimennen ja osana karttaa (ES4). Vaikka *Grand Canyon Journal* -esite ei sinänsä kerro paljoa itse Monument Valleystä, opaslehdessä on aukeaman kokoinen kuva Monument Valleyn maisemasta ja otsikko, joka viittaa reissuun lähtemiseen (ES6). Laaksokierros tarjoaa vierailijalle mahdollisuuden päästä sisään maisemaan, joko oppaan kera tai omatoimisesti. Monument Valleyn esite kehottaa matkailijaa hakemaan tietoa vaellusmahdollisuuksista, omatoimisesta kiertoajelusta ja opastetuista kierroksista vierailijakeskuksesta. Esitteessä on kuitenkin mukana kartta, jonka avulla vierailija voi ajaa myös suoraan laaksoon. (ES1.)

The 7 Wonders of Navajoland mainostaa runsaasti erilaisia opastettuja kiertoajeluita ympäri reservaattia. Erään operaattorin mainoksessa kerrotaan, kuinka vierailija saa ”täydellisen kokemuksen Monument Valleystä” esimerkiksi osallistumalla jeppikierrokselle tai opastetulle vaellukselle. (ES2.) *Discover Beautiful Navajo* -esite kertoo, miten vierailija voi kokea laakson esimerkiksi ratsastamalla, ja tekstin vieressä on kuva pienestä lapsesta ponin selässä (ES3). *Grand Circle* -opas kuvailee maiseman kutsuvan matkailijaa vaeltamaan, ratsastamaan ja valokuvaamaan – kiipeily on kuitenkin kiellettyä. Jokaisen vuodenajan kerrotaan tarjoavan omia hyviä puoliaan. Astuttuaan maisemaan matkailija kokee ympäröivän rauhan ja ”ymmärtää, kuinka ihmiset tunsivat tuhat vuotta sitten”²². Opastetuilla kierroksilla matkailija pääsee myös tutustumaan arkeologisiin fossiileihin. Retkien laajuus vaihtelee lyhyistä kierroksista yön yli kestävään leiriytymiseen laaksossa. (ES5.)

Discover Beautiful Navajo -esite perustelee, miksi matkailijan pitäisi valita opastettu retki. Vaikka omatoiminen tutustuminen ympäristöön on myös kokemuksen arvoista, oppaan avulla turisti kokee maiseman navajon näkökulmasta, joka on aivan erilainen tapa tulkita maailmaa kuin amerikkalainen tapa. Opas vastaa kysymyksiin ja auttaa matkailijaa paitsi perehtymään

²² Alkuperäisteksti engl. ”understand how people felt a thousand years ago” (ES5).

navajo-kulttuuriin ja henkisyYTEEN, kenties myös ”löytämään itsensä”.²³ Oppaan mukana matkailija pääsee myös ”syrjäseuduille”, joihin turisteilla ei muuten olisi lupaa mennä. (ES3.) Tässä ilmenee tutkimuskirjallisuudessa esiin nousevat teemat takanäyttämöstä, jonne turistit toivovat pääsevänsä. Esitteen mainitsemat ”syrjäseudut” konstruoidaan vaikuttamaan takanäyttämöltä, vaikka todellisuudessa nämä takanäyttämöt ovat turisteja varten rakennettuja. Esitteessä korostuva navajojen erilainen maailmankatsomus tuottaa mielikuvaa ”Toisesta”.

Omatoimisena kävelykierroksena Monument Valleyssa mainostetaan Wildcat Trailia, joka on noin 5,3 kilometriä pitkä vaellus pehmeässä autiomaahiekassa laakson kivipaaden ympäri (ES1). Vierailijakeskusta lähinnä oleva kivipatsas on kooltaan tarpeeksi pieni, ettei ympärikäytävistä tule liian pitkä matka. Kauempaa katsottuna maasto näyttää tasaiselta, mutta todellisuudessa reitillä on nousuja ja laskuja, ja pehmeä hiekka hankaloittaa kulkua. (KM2015.) Esitteen mukaan kierros tarjoaa upeat näkymät laakson pohjalta käsin katsottuna. Toisaalta esite muistuttaa matkailijaa ottamaan tarpeeksi nestettä mukaan, koska polun varrella ei ole saatavana vettä saati muita palveluita. Wildcat Trail on myös ainoa tilaisuus omatoimiseen kävelykierrokseen laaksossa, sillä teiden ulkopuolella vaeltaminen on muutoin kiellettyä ja muilla kävelyreiteillä oppaan on oltava aina mukana. (ES1.) Ilmeisesti kierroksella halutaan tarjota ”rajaseutu”-elämystä kokijalle. Reitti on merkitty käytännön syistä pienillä kivikasoilla, mutta sateiden aikaan polun jäljet huuhtoutuvat veden mukana ja sadevesi muovaa uusia uria, jolloin reittiä on hankala erottaa. Polku on kuitenkin ilmeisen tarkoituksellisesti tehty alkeelliseksi. (KM2015.)

Laaksossa autolla ajettava omatoiminen kierros on 27 kilometriä pitkä. Vierailijaesite neuvoo varattavaksi 1,5–2 tuntia koko kierroksen läpi kulkemiseen. (ES1.) Reitti kulkee pitkin kuoppaista ja hankalaa hiekkatietä. Tie kapenee ennen puoliväliä yksisuuntaiseksi reitin johdattaessa valtavan kivimuodostelman, Rain God Mesan, ympäri. Matkan varrella on useita pysähtymispaikkoja, joissa maisemaa ja kivinähtävyyksiä voi vapaasti valokuvata. Vuodenajasta riippuen navajot ovat pystyttäneet näille pysähtymispaikoille pieniä kojuja, joissa he myyvät käsitöitään, kuten koruja ja herkkuja. Kesä on sesonkiaikaa, ja silloin kojuja on huomattavasti enemmän kuin talvikuukausina. Sesonkikautena laakso on myös täynnä henkilöautoja ja navajo-oppaiden jeepejä, jotka pursuavat turisteja. Matkan varrella on

²³ Koko alkuperäisteksti engl. ”Navajo guide will enlighten you on your journey to Discover Navajo, Discover the Spirit and Discover Yourself” (ES3).

myös hevosaitauksia, koska matkailijoille on tarjolla opastettuja ratsastuskierroksia laaksossa. (KM2014, KM2015.)

Näyttelijä John Waynen mukaan on nimetty näköalapaikka vierailijakeskuksen tuntumassa. Paikalla on kyltti, joka kertoo kohdan olleen Waynen mieluisin paikka Monument Valleyssa (KM2014). Vierailijaesite mainitsee juuri laaksossa kuvattujen lännenelokuvien tehneen Waynen kuuluisaksi. Lisäksi esite mainitsee Waynen kutsuneen koko laaksoa ”jumalten aarteeksi”. (ES1.) Myös ohjaaja John Fordille on omistettu laaksossa oma näköalapaikkansa (engl. *John Ford's Point*), jossa turistin on mahdollisuus kuvata palkkiota vastaan navajoja perinteisissä asuissaan hevosen selässä. Lisäksi maksusta vierailijat voivat itse nousta hevosen selkään kuvattavaksi. (KM2014.) Elokuvamaailman mukaan nimetyt kohdat heimopuistossa luovat mielikuvaa Monument Valleysta amerikkalaisena kulttuuriperintökohteena, ei niinkään navajo-kansan kulttuuriperintökohteena.

Monument Valleyn parkkipaikalla on kojuja, jotka myyvät erilaisia opastettuja kiertoajeluita laaksossa. Osa kojuista mainostaa ratsastuskierroksia, osa jeeppiajelua. Kierroksia on mahdollista ostaa eripituisina, ja sesongista riippuu, pitääkö kierros varata etukäteen. Esimerkiksi ratsastuskierros voi kestää tunnista kuuteen tuntiin, eikä erityistä ratsastustaitoa vaadita. Kierrokseen kuuluu paikallisen navajon opastus alueilla, jonne turistilla ei ole muuten pääsyä, esimerkiksi Mysteerilaaksossa (engl. *Mystery Valley*). Ratsastuskierrokset alkavat laaksosta, jonne täytyy ensin ajaa omalla autolla. Aitauksissa odottaa hevosia, jotka lepäävät ja syövät turistikierrosten välissä. Hevosia on eritasoisia ratsastajia varten, ja vasta-alkajille oppaat kertovat ratsastuksen perusasiat, joilla pärjää oma-aloitteisesti hevosen kanssa. Ratsastuskypärää ei ole pakko käyttää, mutta opas tarjoaa kaikille cowboy-hattua suojaksi auringolta. Miespuolinen, pitkätukkainen navajo-opas on itse pukeutunut vaaleisiin housuihin, kauluspaitaan ja hyvin länsimaiseen tapaan lenkkareihin. Hänellä on musta huivi ja aurinkolasit suojaamassa auringolta. Hevoset on varustettu lännensatulalla, johon kuuluvat oppaan sanojen mukaan leveät jalustimet ja paksu satulahuopa. Lännensatulan tarkoitus on olla ratsastajaystävällinen siten, että ratsastaja jaksaa olla hevosen selässä useita tunteja. Tämä on oppaan mukaan tarpeellista, koska navajo-perinteisiin kuuluu edelleen villihevesten jahtaaminen. Laaksokierroksella opas näyttää esimerkkipaikan, jossa villihevoset saa ahdistettua nurkkaan ja lassottua. Lännensatulan nappi on tarkoitettu lasso kiinnittämistä varten. Ratsastajan on pidettävä yhdellä kädellä ohjaimista ratsastuksen aikana, jotta toinen käsi olisi vapaana lassoamista varten. (KM2017.)

Ratsastaminen ja hevoset liitetään usein Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen kulttuuriin. Myös *The 7 Wonders of Navajoland*, *Discover Beautiful Navajo*, *Grand Circle* ja *Grand Canyon Journal* -esitteet sisältävät kuvia hevosista Monument Valleyn tai yleisesti navajo-intiaanien yhteydessä (ES2, ES3, ES5, ES6). Hevosilla ja ratsastamisella on myös yhteys rajaseudun ja Villin Lännen representointiin. Opas kertoo navajojen olevan taitavia ratsastajia ja monen harrastavan rodeota, joka on hänen sanojensa mukaan tyypillinen harrastus koko lounaisalueella (KM2017). Navajojen reservaatissa kisataankin vuosittain siitä, kuka pysyy parhaiten satulassa. Myös *The 7 Wonders of Navajoland* ja *Discover Beautiful Navajo* -esitteet kertovat Yhdysvaltojen itsenäisyyspäivänä järjestettävistä rodeokisoista sekä navajo-kansan Navajo Nation Fair -tapahtumasta. Molemmat rodeotapahtumat ovat avoimia yleisölle, ja ne sisältävät myös esimerkiksi paraateja, powwow-kisoja, karja- ja käsityönäyttelyitä. Navajo Nation Fair on suurimpia intiaanitapahtumia koko Yhdysvalloissa, johon osallistuu muitakin Pohjois-Amerikan alkuperäiskansoja. (ES2, ES3.)

Kierroksella opas kertoo navajojen perinteisistä uskomuksista, parantavista kasveista, historiasta ja kivimuodostelmista. Opas selittää uskomuksista preesens-muodossa antaen näin käsityksen, että navajot uskovat edelleen perinteisiin. Esimerkiksi joidenkin aavikon kasvien hän sanoo lievittävän kipua, jotkin parantavat näköä ja muita aisteja. (KM2017.) Monilla aavikon kasveilla kerrotaan siis olevan jonkinlainen lääkinällinen käyttötarkoitus navajoille. Trimble toteaa, että navajot ajattelevat yleisesti joidenkin sairauksien olevan parannettavissa länsimaisella lääkinällä, jotkin taudit taas paranevat navajojen perinteisillä metodeilla, jotkin sairaudet eivät parane kummallakaan (Trimble 1993, 190–191).

Ratsastusreitti vie ensin elokuvien kuvauspaikoille, ja opas antaa yleiskatsauksen siitä, mitä joissakin elokuvakohtauksissa on tapahtunut. Matka jatkuu navajojen pyhänä pitämälle kalliuseinämälle, joka on täynnä vanhoja seinämaalauksia. Opas kertoo, että vaikka ulkopuolisilta on pääsy kielletty tälle alueelle ilman asiaankuuluvaa opastusta, jotkut ovat silti tehneet ilkivaltaa ja piirtäneet liiduilla kalliomaalausten päälle. Samalla paikalla on sinisiä ja ruskeita ruukunpalasia, joiden opas sanoo olevan ”esi-isiensä aikaisia”. (KM2017.) Arkeologisista löydöistä on esitteissä paljon mainintoja, ja koko lounaisalue on tunnettu runsaista kalliomaalauslöydöistä sekä monista kallioon rakennetuista kylistä (ES3, ES4, ES5, ES6). Kierroksella opas nimeää kivipaasin toisensa perään, mutta kertoo kivimuodostelmien nimien olevan pitkälti amerikkalaisten uudisasukkaiden antamia. Myös vierailijaesite kertoo nimien olevan amerikkalaisten siirtolaisten luomia, vaikka joidenkin kivipaasien nimeämisessä on käytetty navajojen uskomuksia (ES1).

Opastettu ratsastuskierros antaa paljon tietoa navajojen uskomuksista ja yhteydestä luontoon. Vaikka oppailla on varmasti etukäteen valikoituja asioita, joita heidän on tarkoitus kertoa laaksokierroksen aikana, turistien esittämät kysymykset johdattavat osaltaan keskustelua. Navajo-opas ei ole pukeutunut erityiseen rekvisiittaan turisteja varten, mutta ratsastuksen lomassa hän laulaa navajonkielisiä lauluja. Joillakin kierroksilla oppaat soittavat myös rumpuja ja tarjoilevat navajojen perinneruokia. Turisteja rohkaistaan valokuvaamaan paljon, ja oppaat myös tarjoutuvat itse ottamaan kuvia turisteista. Myös ratsastuskierroksen päätteeksi opas ehdottaa valokuvaa, ottaa vastaan mahdolliset juomar rahat ja rohkaisee jättämään arvion kokemuksesta TripAdvisoriin. (KM2017.) Perinteisenä esitetty navajo-kulttuuri ja moderni amerikkalainen elämäntapa risteävät ratsastuskierroksella esimerkiksi konkreettisesti siinä, että turisteille kerrotaan navajo-uskomuksista ja elämäntavasta ja toisaalta turisteja kehoitetaan arvioimaan turistipalvelua sosiaalisessa mediassa.

4.6 Monument Valleyn ja navajo-kansan tuotettu ajattomuus ja henkisyys

Monument Valley on ”paikka, jossa aika on pysähtynyt”²⁴, todetaan vierailijaesitteessä. Matkailija voi tuntea ”viimeisen lännen rajaseudun harmonian ja rauhan” sekä nähdä ”laaksossa asuvan kansan eläneen jo pitkään yksinkertaista elämää”.²⁵ (ES1.) Nämä mainoslauseet niputtavat mielestäni yhteen, kuinka esitemateriaalissa Monument Valley kuvataan muinaisena maisemana, joka on pysynyt muuttumattomana ja koskemattomana ja jossa navajo-kansa asuu ja elää vielä perinteisin tavoin.

Navajojen kulttuuriperinnön liittäminen ympäröivään luontoon ilmenee opastetuilla kierroksilla, joilla oppaat kertovat Monument Valleyn maiseman yhteyksistä navajojen uskomuksiin ja perinteisiin, joita annetaan ymmärtää harjoitettavan vielä alueella. Myös esitteet korostavat iskulauseillaan Monument Valleyn laaksoa kulttuurisena luontoelämyksenä. Vierailijaesitteen mainoslause kuvaa Monument Valleyn olevan paikka, jossa ”Maa kohtaa Taivaan”²⁶, viitaten näin sekä navajojen uskomuksiin että konkreettiseen maisemaan (ES1). *The 7 Wonders of Navajoland* -esitteen alussa matkailijaa houkuteltaan

²⁴ Alkuperäisteksti engl. ”the place where time stands still” (ES1).

²⁵ Alkuperäistekstit engl. ”the harmony and peace of the last western frontier” ja ”The people who live inside the valley have long sustained life through simple living” (ES1).

²⁶ Alkuperäisteksti engl. ”Where the Earth meets the Sky” (ES1).

tutustumaan alueeseen, jonka erityislaatuista ”kulttuuria ei voi löytää mistään muualta”²⁷. Esitteen nimi viittaa navajojen alueen ”seitsemään ihmeeseen”, jotka kaikki liitetään tekstissä sekä navajojen kulttuuriin että luontoon. (ES2.) *Grand Canyon Journal* sisältää mainoksen, joka neuvoo tutkimaan navajojen maata, joka on ”muinainen, mutta joka ei ole kaukana”²⁸. Samassa esitteessä Monument Valleyn maiseman kuvateksti kertoo matkailijan löytävän lounaisalueelta luonnonihmeitä, maailmanluokan puistoja, kiehtovaa historiaa ja elinvoimaista kulttuuria. (ES6.)

Arizona State Parks -opas neuvoo tutustumaan lounaisalueen kulttuurihistoriaan yhtä lailla kuin luonnonhistoriaan, mikäli matkailija haluaa saada kokonaiskäsityksen seudusta. Opas mainitsee alkuperäiskansojen asuttaneen pitkään Arizonan aluetta ja ensimmäisten paleointiaanien eläneen metsästäjä-keräilijäkansana jopa 15 000 vuotta sitten. Opas kutsuu näitä ensimmäisiä alueen asukkaita ”varhaisiksi arizonalaisiksi”, joiden sanotaan sopeutuneen hyvin ”kuivaan ja vaaralliseen seutuun”. Erikseen todetaan, että Arizona on siinä erityisessä asemassa suhteessa muihin osavaltioihin, että Arizonan alueella eläneet alkuperäiskansat ovat monin paikoin onnistuneet säilyttämään kulttuurisen identiteettinsä ja myös pitämään itsellään perinteistä kotiseutuaan. (ES4.) Näillä sanoilla esite tuottaa mielikuvaa koko Arizonan erityislaatuisuudesta, mutta myös kuvaa paikallisen kulttuuriperinnön autenttisuudesta.

Maiseman ja kulttuuriperinnön ajattomuuteen ja pyhyteen viittaavat myös myytit, joita jotkut esitteet kertovat. *The 7 Wonders of Navajoland* -oppaan ensimmäisellä sivulla on navajojen luomiskertomus, joka kertoo Diné-kansan eli navajojen matkanneen kolmen maailman kautta nykyiseen maailmaan, jossa elävät myös Pyhät Ihmiset. Pyhät Ihmiset edellyttävät navajoilta harmonisen elämäntavan ylläpitämistä ja kykenevät halutessaan vaikuttamaan tavallisten ihmisten elämään. Harmonian ylläpitämiseen liittyy esitteen mukaan myös vieraiden kunnioittaminen. Navajoilla on vanha perinne kohdella kaikkia vierailijoita kunnioitettavina vieraina, joille tarjotaan suojaa, lämpöä ja ruokaa. Vastineeksi vieraanvaraisuudesta turisteja pyydetään nauttimaan ympäristöstä ja kunnioittamaan sitä. (ES2.)

Navajojen itse tuottamassa esitemateriaalissa (ES1–ES3) vierailijat toivotetaan tervetulleeksi navajonkielisellä tervehdyksellä ”*Yá’át’ééh*”. Kieli on yksi vieraan kulttuurin ulottuvuus, jota käytetään turismissa hyväksi. Kielellä tuotetaan ”Toiseutta” osoittamalla,

²⁷ Alkuperäisteksti engl. ”a culture like no other” (ES2).

²⁸ Alkuperäisteksti engl. ”Discover a land from long ago, but not far away” (ES6).

kuinka erilainen se on valtakieleliin nähden. *Discover Beautiful Navajo* antaa navajon kielestä myös toisen esimerkin esittelemällä seremoniallisen rukouksen, jota käytetään ”*Blessing Way*” -siunausrituaaleissa. Esite kertoo, että navajo-uskomuksen mukaan ”navajojen kieli on perinteisen navajo-filosofian ja kulttuurin sielu”²⁹. (ES3.)

Vierailijaesitteessä mainitaan, että heimopuiston hotelli on rakennettu huomioiden ympäröivä luonto. Hotellissa matkailija voikin tuntea ”Maan olevan lähempänä kuin koskaan ennen”³⁰. Hotellin parvekkeet ja ikkunat kehystävät majesteettista maisemaa, joka on koettava ”kerran elämässä”. (ES1.) Luonto ja maa elollistetaan navajojen itse tuottamissa esitteissä alkuperäiskansojen kulttuurille tyypillisesti. *Discover Beautiful Navajo* ja *The 7 Wonders of Navajoland* -esitteet puhuvat luonnosta Äiti Maana ja Isä Taivaana tai mainitsevat yleisesti luontoäidin (ES2, ES3).

Monument Valleyn matkamuistomyymälää, ravintolaa ja laaksoreitin varren pieniä ”*All Native*” -matkamuistokoituja koristavat pienet hahmot, jotka toistuvat myös Monument Valleyn ulkopuolella (KM2017). *Kokopelli* on symbolinen ja voimakkaasti tuotteistettu alkuperäiskansojen uskomushahmo. Trickster- eli kujeilijahahmona sekä hedelmällisyyden jumaluutena tunnettu olento kuvataan yleensä kyttyräselkäisenä huilunsoittajana, joka esiintyy monissa paikoissa ja erilaisissa yhteyksissä Yhdysvaltain lounaisalueella. Kokopellin huilunsoiton sanotaan karkottavan talven ja tuovan kevään. Kokopelli-hahmon tiedetään olleen tunnettu jo muinaisilla anasazeilla, ja se esiintyy yleisesti lounaisalueen kalliomaalauksissa. (Andersson et al. 2013, 66–67.) Kokopelli näyttää irtautuneen alkuperäisestä merkityksestään ja muodostuneen eräänlaiseksi lounaisalueen symboliksi, jota näkee koristamassa erilaisia tuotteita ja turistien suosimia ravintoloita ja kahviloita.

Heimopuiston kivipaadet ja maisema liitetään voimakkaasti navajojen kulttuuriperintöön esitemateriaalissa ja Monument Valleyn turistituotteissa. *The 7 Wonders of Navajoland* kertoo navajoilla olevan tietoa laakson ”kätköissä olevista aarteista”³¹ (ES2). Muodostelmien nimet tuottavat historian, kulttuurin ja maiseman yhteenkuuluvuutta. Toiset nimet viittaavat selkeästi kallion muotoon, kun taas toiset nimet perustuvat alkuperäiskansojen uskomuksiin. Esimerkiksi Elephant Butte ja Camel Butte näyttävät tietyistä kulumista aivan norsulta ja kamelilta, mutta Rain God Mesa ja Yei Bi Chei ovat arvoituksellisempia.

²⁹ Alkuperäisteksti engl. ”*The soul of traditional Navajo philosophy and culture is the Navajo language*” (ES3).

³⁰ Alkuperäisteksti engl. ”*you will feel closer to the Earth as you have ever been*” (ES1).

³¹ Alkuperäisteksti engl. ”*knowledge of hidden treasures*” (ES2).

Monument Valleyn vierailijaesite nimeää heimopuiston sisällä sijaitsevat kivimuodostelmat ja kertoo, mistä nimi on peräisin. Esitteen mukaan nimet ovat Monument Valleyn varhaisten uudisasukkaiden käsialaa, ja he ovat käyttäneet nimeämisessä apuna mielikuvitusta ja monumentin muotoa. East Mitten Butte ja West Mitten Butte ovat lapasen tai käden mallisia kivimuodostelmia, mutta vierailijaesitteessä sanotaan, että niihin liittyy myös uskomus, jonka mukaan ne ovat ”hengellisiä olentoja”, jotka vartioivat laaksoa. The Hub -niminen kivijärkäle symboloi esitteen mukaan vankkurin pyörän keskiötä, mutta navajoille se viittaa erityisesti hoganin keskellä sijaitsevaan nuotioon. Rain God Mesa on saanut nimensä navajoiden sateenjumalalta, jota rukoillaan ja kiitellään veden saannista. Totem Pole on ohut ja korkea kivipylväs – vierailijaesitteen mukaan oiva esimerkki siitä, miten eroosio kuluttaa kiveä – jonka nimi viittaa luoteisten intiaanikansojen puusta veistelemiin, myyttisiä tai historiallisia aiheita sisältäviin paaluihin. Toteemipaalun vieressä sijaitsee Yei Bi Chei, jonka kerrotaan saaneen nimensä navajo-intiaanien jumalten mukaan. Spearhead Mesa on yksi suurimmista kivimuodostelmista laaksoreitin varrella, mutta se on nimetty pienen ulkoneman mukaan, joka näyttää vierailijaesitteen mukaan keihäältä tai nuolelta. Mystery Valley on laakson varsinaisen kulkureitin ulkopuolella, ja siten sen ulkomuoto jää matkailijalle arvoitukseksi, ellei tämä osallistu opastetulle kierrokselle, joka vie kauemmas. Vierailijaesitteessä on kartta, johon on piirretty laaksoreitin lisäksi opastetut polut, jotka johtavat esitteen mukaan ”takamaille”. (ES1.)

Osa kivimuodostelmista on nimetty selkeästi länsimaalaisesti. Vierailijaesite mainitsee, että Merrick Butte ja Mitchell Mesa ovat saaneet nimensä kahdelta kenraali Custerin mieheltä, jotka marssittivat tuhansia navajointiaaneja vankeuteen New Mexican osavaltioon Fort Sumneriin vuonna 1864. The Three Sisters on kolmesta pilarista muodostunut kivikokonaisuus, joka viittaa esitteen mukaan katoliseen nunnaan ja kahteen kokelaaseen. Yksi kivimuodostelmista, Cly Butte, on sen sijaan saanut nimensä tunnetun navajo-parantajan mukaan, ja esitteen mukaan tämä on myös haudattuna kivimuodostelman juurelle. (ES1.)

Kivimuodostelmat ovat Monument Valleyssa elementti, jonka avulla tuotetaan tunnetta ajan pysähtymisestä ja menneisyyteen astumisesta. Matkaesitteissä kuvat Monument Valleysta ovat hyvin tyypillisesti maisemakuvia, joissa ei ole ihmisiä. Tämä tuottaa mielikuvia koskemattomuudesta. Jotkin kivimuodostelmista on tuotteistettu voimakkaammin kuin toiset. Monument Valleyn maisema on esitteissä tyypillisesti kuvattu suunnasta, jossa etualalla näkyy joko toinen tai molemmat laaksoa vartioivat ”lapaset” (ES1, ES2, ES3, ES5). Toinen tyypillinen kuvakulma on maantiemaisema, jossa Monument Valley piirtyy taustalle

asfaltoidun tien halkoessa erämaata. Tällaisella kuvastolla luodaan kontrastia nykyajan ja menneisyyden välille – asfaltoitu tie edustaa modernia aikaa ja koskematon, avara luonto kuvastaa menneisyyttä. *Grand Canyon Journal* kuvaa aukeamallaan juuri tällaisen Monument Valleyn maantiemaiseman (ES6), joka on myös tunnettu Forrest Gump -elokuvan (1994) käännekohtauksesta. Maiseman keskeinen piirre monumenttien lisäksi on punainen hiekka, joka on ominainen lounaisalueelle. Punahiekan erityisyyttä käytetään hyödyksi turismissa, ja myös Monument Valleyn matkamuistomyymälässä myydään punahiekalla värjättyjä paitoja, lasinalusia ja joulukoristeita.

Mielikuva koskemattomasta ja ajattomasta maisemasta tuottaa myös mielikuvaa paikallisesta kansasta, joka elää perinteisin tavoin. Paikkaan liitetyt ominaisuudet liitetään myös siellä elävään kansaan, koska elinympäristö rajaa elinkeinoja, tapoja ja perinteitä, kuten Valene Smith on esittänyt (ks. luku 2.4). Vierailijaesitteessä tämä näkyy esimerkiksi tekstissä, joka kuvaa laaksossa ajan olevan pysähtynyt ja navajojen harjoittavan perinteisiä elinkeinoja kasvattamalla karjaa ja viljelemällä maissia. (ES1.) *Discover Beautiful Navajo* sanoo navajojen maalla matkailevan ”astuvan ajassa taaksepäin”³². Perinteiset opit ja arvot ovat esitteen mukaan pysyneet voimakkaina navajo-kansan keskuudessa huolimatta monista vastoinkäymisistä, ja perinteisiä rukouksia, lauluja ja seremonioita harjoitetaan edelleen. Traditiota välitetään sukupolvelta toiselle, jotta harmonia ja tasapaino säilyisivät maan päällä, esite kertoo. (ES3.) Myös *The 7 Wonders of Navajoland* sanoo navajojen pyrkivän harmoniaan, ja henkisyiden ilmenevän esimerkiksi jokaisena aamuna suoritettavana rukouksena auringonnousua kohti. Esitteessä kerrotaan, että navajo-maan luonnonihmeet ovat myös paikalliselle väestölle tärkeitä ja pyhiä paikkoja, jotka vahvistavat henkistä kokemusta ja yhteyttä luontoäitiin. (ES2.)

Toisaalta esimerkiksi *Grand Circle* -esitteessä navajoja kuvataan myös voimakkaana ja elinvoimaisena kansana, joka on kyennyt mukautumaan historian saatossa uusiin tilanteisiin. Navajojen kerrotaan yhdistelevän perinteitä ja modernia elämäntapaa, mikä näkyy esimerkiksi perinteisten käsitöiden elpymisessä. (ES5.) *The 7 Wonders of Navajoland* ja *Discover Beautiful Navajo* -esitteet toteavat navajojen hallintojärjestelmän olevan kehittynyt ja voimakas ja navajojen katseen olevan kohti tulevaisuutta (ES2, ES3). Hankaniemi toteaa enemmistön Pohjois-Amerikan intiaaneista olevan nykyään kristittyjä (Hankaniemi 1998, 11), mikä näkyy niin ikään lounaisalueella intiaanireservaateissa, joihin on perustettu paljon kirkkoja ja seurakuntia. Monument Valleyssa kristinuskon vaikutteet

³² Alkuperäisteksti engl. ”step back into time” (ES3).

eivät kuitenkaan näy millään tavalla. Monument Valleyn kiinnostavuus turistien näkökulmasta perustuukin paljolti siihen uskomukseen, että navajot yhä tänäkin päivänä elävät perinteisin tavoin. Näin voi päätellä sekä esitteistä että oppaiden tarinoista.

5 KESKEISET TULOKSET

Tutkielman tarkoitus on ollut selvittää, kuinka navajo-kansan kulttuuriperintöä tuotteistetaan Monument Valleyn heimopuistossa. Aineistosta on noussut kuusi teemaa, joita olen käsitellyt analyysiluvuissa: perinteisenä pidetyt käsityöt, matkamuiistomyymälät, ravintolat, museot, opastetut ja omatoimiset laaksokierrokset sekä Monument Valleyn maiseman ja navajojen tuotettu ajattomuus ja henkisyys. Navajojen kulttuuriperintöä tuotteistetaan aineellisesti ja aineettomasti edellä lueteltujen teemojen kautta, ja kokemuksellisuuden korostaminen turistipalveluissa näkyy erityisesti esitteiden teksteissä. Kulttuuriperinnön käsitteen ohella olennainen autenttisuuden käsite ilmenee erityisesti aineellisten turistipalveluiden kohdalla, kuten matkamuiistomyymälässä ja ravintolassa. Valene Smithin teoria alkuperäiskansaturismin neljästä ulottuvuudesta – elinympäristö, kulttuuriperintö, historia ja käsityöt – tukee hyvin aineistosta löytyneitä teemoja.

Esitteitä tarkasteltaessa navajo-kulttuuri näyttää olevan yksi Monument Valleyn ulottuvuus – ei kuitenkaan itse kohde, vaikka puiston nimi onkin Navajo Tribal Park. Se, mitä turistit tulevat kohteessa ensiarvoisesti katsomaan, on erityislaatuinen luonnonmaisema. Esitetty alkuperäiskansojen kulttuuriperintö vaikuttaa olevan paljolti turismin ehdoilla rakennettu, ja esitemateriaalissa korostetaan turisteja houkuttelevia asioita, mikä on mainosmateriaalin luonteelle tyypillistä.

Näkemykseni, että alkuperäiskansan kulttuuri on vain yksi kohteen ulottuvuus, eikä niinkään pääasiallinen turistien kiinnostuksen kohde, puoltaa se, että Monument Valleyssa navajokansasta kerrotaan tarkemmin vain erillisissä museoissa ja vapaasti valittavilla, maksullisilla opaskierroksilla. Monument Valleyn laaksoreitin varrella ei ole kylttejä, jotka sisältäisivät muuta tietoa kuin kivimuodostelman nimen. Laaksossa alkuperäiskansojen läsnäoloa ei huomaakaan muuten kuin navajojen matkamuiistokojujen muodossa ja joidenkin kivimuodostelmien nimissä.

Navajo-kansan perinteiset käsityöt ovat merkittävä turismin ulottuvuus, jonka kautta kulttuuriperintöä tuotteistetaan. Valene Smithin teoriassakin käsityöt mainitaan yhtenä

turismin osa-alueena. Käsityöt linkittyvät Monument Valleyn maisemaan ainakin muutamalla eri tavalla. Ensinnäkin matkaesitteiden tekstissä näkyy ”maisema inspiraation lähteenä” -teema, joka viittaa maiseman inspiroivaan vaikutukseen navajo-taiteessa. Toisaalta maisema ja navajojen elinympäristö myös rajaavat perinteisten käsitöiden materiaaleja, koska monesti käsityöt tehdään luonnonmateriaaleista. Navajot käyttävätkin paljon alueelle ominaista turkoosikiveä ja punahiekkaa matkamuuistoesineissään. Kolmas seikka, joka linkittää maiseman ja käsityöt yhteen, on maiseman kuvaaminen itse käsityötuotteessa. Monument Valleyn maisema koristaa usein esimerkiksi keramiikkaesineitä.

Esitemateriaalissa navajojen käsitöitä kuvaillaan ylistävin sanoin ja kerrotaan monien käsityömuotojen elpyneen turismin myötä. Tuotteiden sanotaan myös edustavan navajojen arvoja ja uskomuksia, vaikka ne olisivatkin alkuperäisten esineiden jäljennöksiä. Toisaalta monet matkamuuistomyymälässä myytävät esineet näyttävät varsin stereotyyppisiltä ns. yleisintiaanituotteilta, joita edustavat esimerkiksi unisiepparit, tomahawkit, mokkasiinit, jouset ja nuolet. Autenttisuuden konstruoiminen näkyy erityisesti matkamuuistomyymälässä, jossa esimerkiksi keramiikkaesineet, kuten ruukut, ovat sijoitettu tuotteiden aitoudesta ilmoittavan sertifikaatti-kyllin taakse. Monissa pienissä matkamuuistoissa on myös tuote-esite, joka kertoo tuotteen merkityksen alkuperäiskansalle ja ilmoittaa tuotteen olevan aito käsityö. Mielenkiintoista on, että runsaita torialueita, joilla navajot kauppaavat käsitöitään ja perinneruokiaan, ei mainita ollenkaan ei-navajojen tuottamassa esitemateriaalissa, vaikka näiden torialueiden merkitys on heimopuistossa yllättävän suuri. Monument Valleyn vierailija, joka ei käy vierailijakeskuksessa ja haluaa vain kiertää laaksoreitin, saa navajokulttuurista käsityksen nimenomaan näiden matkamuuistokojujen kautta, koska laaksossa ei ole erityisiä infokylttejä. Toki kaikilla vierailijoilla on sisääntuloportilla saatu vierailijaesite antamassa tietoa.

Ruoka on yksi kulttuuriperinnön ulottuvuus, ja navajo-kansan itse tuottaman esitemateriaalin mukaan Monument Valleyn ravintola tarjoaa turistille mahdollisuuden valita navajojen perinneruokien ja periamerikkalaisten ruokien väliltä. Muut esitteet eivät kiinnitä lainkaan huomiota ruokakulttuuriin. Sekä Monument Valleyn että lähellä sijaitsevan Gouldingin ravintolan fyysinen ympäristö on suunniteltu vastaamaan matkailijoiden odotuksia. Ravintolatilat on koristeltu erilaisilla käsitöillä ja alkuperäiskansoille tyypillisillä koristeilla. Vierailijaesitteessä heimopuiston ravintola linkitetään vielä Monument Valleyn maisemaan mainitsemalla erikseen ruokailutilan ikkunoista avautuva näköala.

Valene Smithin teoriassa historia on yksi elementti, joka liittyy alkuperäiskansoihin kohdistuvaan turismiin. Menneisyys määrittää sitä, miten alkuperäiskansat suhtautuvat

vierailijoihin ja turismiin, ja toisaalta historia on teema, jota turisteille voidaan tuotteistaa. Monument Valleyssa museot pyrkivät rakentamaan turisteille navajo-kansasta kuvaa, joka kokoaa kulttuurin mielenkiintoisimmat piirteet. Tällainen valikoiminen johtaa yleensä kulttuurin ja kulttuuriperinnön yksinkertaistamiseen, koska näyttelyihin valitut teemat rajaavat aina jotain ulkopuolelle. Navajojen kulttuuriperinnöstä on valittu jaettavaksi esimerkiksi käsityöt sekä joitakin uskomuksia ja myyttejä. Päänäyttelyssä esillä oleva navajojen historian aikajana ja Code Talkers -museo näyttävät korostavan sitä, että navajot ovat osa amerikkalaista historiaa. Turismissa väkivaltaisiin tapahtumiin liittyvä historia ja sotahistoria mielletään yhdeksi helpoimmin myytävistä teemoista.

Maisema on Monument Valleyn laakson houkutteleva ja turisteja vetävä tekijä. Laaksokierroksen muodossa matkailijalle tarjotaan mahdollisuus päästä sisään maisemaan, ja esitemateriaalissa sanotaan vielä, että laaksossa matkailija pääsee tuntemaan menneisyyden ja rajaseudun läsnäolon. Omatoimisella kierroksella turisti on täysin vierailijaesitteen antaman tiedon varassa, koska itse laaksossa ei ole muuta informaatiota kuin kivimonumenttien nimikylttejä. Tällä tavoin opastetuista kierroksista tehdään houkutteleva vaihtoehto turistille. Opastetuilla kierroksilla tuodaan esiin navajojen aineeton kulttuuriperintö; oppaat kertovat uskomuksista ja myyteistä, jotka liittyvät maisemaan ja ympäröivään kasvillisuuteen. Toisaalta opastetuilla kierroksilla tuotetaan ja vahvistetaan stereotyyppioita rajaseudusta. Opas kertoo lännenelokuvista, villihevosten jahtaamisesta ja lassojen käyttämisestä eli niin sanotusta cowboy-elämästä, joka on varmasti turisteja kiinnostava teema. Matkamuistomyymälöissä myytävät western-tuotteet tukevat ajatusta siitä, että Monument Valley on myös osa amerikkalaista kulttuuriperintöä. Cowboy-saappaat ja stetsonit tuottavat paikasta mielikuvaa lännen rajaseutuna, joka yleisesti nähdään kontrastina modernille yhteiskunnalle.

Esitemateriaalissa Monument Valley kuvataan hyvin usein muuttumattomana ja muinaisena kohteena, jossa aika on pysähtynyt. Paikkaan liitettyjä ominaisuuksia liitetään myös paikalliseen kansaan. Kulttuuriperinnön autenttisuutta konstruoidaan esitteissä viittaamalla alkuperäiskansojen historialliseen jatkumoon koko lounaisalueella. Aineistossa navajokansa kuvataan ainutlaatuisena kansana, jonka aineelliseen ja aineettomaan kulttuuriperintöön maisema on vaikuttanut. Turisti saa käsityksen esimerkiksi kivimuodostelmiin liitetystä tarinoista ja uskomuksista opastetuilla kierroksilla ja vierailijaesitteestä.

”Toiseutta” tuotetaan esimerkiksi esittelemällä vierasta kieltä, mikä on tyypillistä navajojen itse tuottamalle esitemateriaalille. Navajojen kieli on visuaalisesti hyvin erilainen kuin

englannin kieli. Esitteissä huomioidaan navajojen maailmankatsomuksen erilaisuus suhteessa länsimaalaiseen tapaan ymmärtää maailmaa. Tämäkin vahvistaa stereotyyppioita ja tuottaa ”Toiseutta”. Esitteissä on moninaisia turisteille suunnattuja toimintakehotuksia, kuten ”tutki”, ”löydä”, ”koe” ja ”shoppaile”, jotka kohdistuvat tyypillisesti koko navajo-kulttuuriin ja navajo-kansaan. Sanavalinnat tuotteistavat kulttuurin objektiksi, jonka turisti voi kokea tai ostaa itselleen. Toisaalta joissakin esitteissä navajot esitetään myös aktiivisena subjektina. Heitä kuvaillaan voimakkaaksi ja elinvoimaiseksi kansaksi, joka on onnistunut ylläpitämään kulttuurisen identiteettinsä muutospaineen alla.

Turistiattraktiona Monument Valley symboloi alkukantaista ja villiä luontoa, joka on pysynyt koskemattomana ja rakentamattomana erämaana. Toinen Monument Valleyn attraktio kohdentuu paikalliseen kulttuuriin, navajo-kansaan, jonka elinympäristö laakso on. Länsimainen kiinnostus alkuperäiskansoja kohtaan liittyy niiden erilaisuuteen omaan kulttuuriin nähden. Toisaalta Monument Valley on eräässä mielessä historiallinen turistikohde, koska laakso on tunnettu elokuvamiljöönä ja symboloi westernien rajaseutumaisemaa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTUTKIMUSMAHDOLLISUUDET

Matkailu ja turismi ovat maailmanlaajuisesti koko ajan kasvavia ilmiöitä, ja ne tarjoavat niin uskontotieteelle kuin monelle muullekin alalle runsaasti sovellusmahdollisuuksia ajankohtaisten yhteiskunnallisten kysymysten käsittelyyn. Kulttuuriperintö ja turismi ovat kietoutuneet vahvasti yhteen monessa turistikohteessa ympäri maailmaa. Turismi on sosiaalisen kuluttamisen muoto, jonka kohde ei kuitenkaan ole vain passiivinen objekti, vaan vahvasti mukana tuotteistamisprosessissa. Sekä turistit että turismin kohteet ovat vallankäyttäjiä, jotka vaikuttavat turistikokemukseen ja tuotteistamiseen. Turistikohteen ylläpitäminen on jatkuvaa markkinoimista, uusien trendien ja kuluttamisen tapojen seuraamista sekä uusien tuotteiden luomista.

Selvitäkseen modernissa maailmassa alkuperäiskansat ovat joutuneet sopeutumaan länsimaiseen yhteiskuntaan ja kapitalismiin. Tästä sopeutumisesta on mielestäni osoituksena nimenomaan turismin hyväksikäyttäminen. Turismi tuo tuloja paikalliselle väestölle, ja samalla se myös tuottaa ja ylläpitää alkuperäiskansojen erityistä asemaa Yhdysvalloissa. Turismin myötä vähemmistö-kulttuurit ovat alkaneet uudelleen arvioimaan omaa erityislaatuisuuttaan, kulttuuriaan ja identiteettiään, sekä keinoja, miten oma kulttuuri

säilyttää tärkeät piirteensä kaupallistumisen keskellä. Turismiin kuuluu, että alkuperäiskansoista tehdään kiinnostavia, kulutettavia paketteja länsimaisille matkailijoille, mutta tuotteistamisen tapoja on monenlaisia.

Monument Valleyn tapauksessa kulttuuriperinnön kaupallistaminen ja turismi tuovat elinkeinoja paikallisille, ja turismilla vaikutetaan matkailijoiden representaatioihin navajokansasta. Tuotteistaminen on siinä mielessä navajojen etujen mukaista. Turismin avulla navajot pyrkivät sopeutumaan ympäröivään amerikkalaiseen yhteiskuntaan. Jatkuva muutospaine on kaikkien alkuperäiskansojen rasitteena. Selviytyäkseen yhteiskunnassa alkuperäisväestön on tasapainoteltava perinteisen maailmankatsomuksen ja modernin, amerikkalaisen elämäntavan välillä.

Navajo-kansa tunnetaan erityisesti mukautuvuudestaan. Navajot saapuivat suhteellisen myöhään Yhdysvaltain lounaisalueelle ja loivat perinteitä ottamalla vaikutteita naapurikansoilta, espanjalaisilta ja euroamerikkalaisilta. Erialaisten vastoinkäymisten jälkeen navajoista on kuitenkin muotoutunut yhteiskunnallinen ja poliittinen toimija, ja he pyrkivät vaikuttamaan itse siihen, miten omaa kulttuuria tuotteistetaan ulkopuolisille. Monument Valley on itsessään tuote, joka symboloi Yhdysvaltain lounaisalueen karua, mutta kaunista erämaata. Toisaalta se symboloi myös amerikkalaisen nationalismin ja historian kannalta keskeisiä asioita, kuten rajaseutua ja Villiä Lääntä. Monument Valley sijaitsee navajointiaanien mailla, mutta se mielletään silti yleisesti perinteiseksi amerikkalaiseksi maisemaksi ja siten myös amerikkalaisten yhteiseksi omaisuudeksi. Monument Valleyn heimopuistossa risteävätkin sekä navajo-kansan kulttuuriperintö että amerikkalainen kulttuuriperintö.

Tässä tutkielmassa olen tehnyt katsauksen siihen, miten navajojen kulttuuriperintöä tuotteistetaan Monument Valley Navajo Tribal Park -nimisessä heimopuistossa. Kyseessä on tapaustutkimus, jota voisi laajentaa tutkimalla systemaattisemmin, ovatko tässä tutkielmassa löydetyt tuotteistamisen tavat yleistettävissä myös muihin alkuperäiskansoihin ja muihin turistikohteisiin Yhdysvalloissa. Mielenkiintoista olisi myös tutkia tarkemmin, kuinka Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen itse harjoittama kulttuurin tuotteistaminen eroaa esimerkiksi kansallispuistojen alkuperäiskansoja tuotteistavista tavoista. Kulttuuriperinnön tuotteistaminen on maailmanlaajuinen ilmiö, joten samanlainen tutkimus on relevanttia Yhdysvaltain ulkopuolellakin. Esimerkiksi saamelaisen kulttuuriperinnön tuotteistamista on jo tarkasteltu suhteellisen paljon pohjoismaisessa tutkimuksessa. Tuotteistaminen on kuitenkin ilmiö, joka kehittyy jatkuvasti uusien trendien ja turismin

kehityksen myötä, joten kulttuuriperintö- ja turismitutkimuksen on pysyttävä tämän kehityksen mukana.

LÄHDELUETTELO

Primaariaineisto

Esitemateriaali:

- ES1 *Monument Valley Navajo Tribal Park* -vierailijaesite. Navajo Nation Parks & Recreation Department, Window Rock, AZ. Syyskuu 2014.
- ES2 *The 7 Wonders of Navajoland* -opas. Navajo Nation Parks & Recreation Department, Window Rock, AZ. Helmikuu 2015.
- ES3 *Discover Beautiful Navajo* -opas. Navajo Nation Tourism Department, Window Rock, AZ. Helmikuu 2015.
- ES4 *Arizona State Parks* -opas. American Park Network, New York, NY. Helmikuu 2015.
- ES5 *Grand Circle: Official 2014 Travel Planner* -opas. Grand Circle Association, Santa Fe, NM. Syyskuu 2014.
- ES6 *Grand Canyon Journal. National Park Travel Guide 2015*. National Park Trips Media, Boulder, CO. Helmikuu 2015.

Kenttämuistiinpanot:

- KM2014 Kenttämuistiinpanot Monument Valleyn heimopuistossa vuonna 2014.
- KM2015 Kenttämuistiinpanot Monument Valleyn heimopuistossa vuonna 2015.
- KM2017 Kenttämuistiinpanot Monument Valleyn heimopuistossa vuonna 2017.

Esitemateriaali ja kenttämuistiinpanot ovat tutkielman tekijän hallussa.

Internet-lähteet

Navajo Nation Parks & Recreation -osaston viralliset internet-sivut:

- URL1 <http://www.navajonationparks.org/htm/monumentvalley.htm>. Viitattu 11.10.2017.

URL2 <http://www.navajonationparks.org/parks.htm>. Viitattu 11.10.2017.

Navajo Nation Visitor Survey 2011 -kyselytutkimus, Northern Arizona University:

URL3 <http://navajobusiness.com/pdf/Ads/NavajoNationFinalReport5-4-12.pdf>.
Viitattu 8.10.2018

Yanabah Traditional Navajo Tea -viralliset internet-sivut:

URL4 <http://www.yanabah.com>. Viitattu 7.8.2018.

Tutkimuskirjallisuus

Allen, Paula Gunn

1998 Special Problems in Teaching Leslie Marmon Silko's Ceremony. – Teoksessa Devon A. Mihesuah (toim.), *Natives and Academics. Researching and Writing about American Indians*, 55-64. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press.

Andersson, Rani-Henrik & Markku Henriksson

2010 *Intiaanit. Pohjois-Amerikan alkuperäiskansojen historia*. Helsinki: Gaudeamus.

Andersson, Rani-Henrik & Riku Hämäläinen & Saara Kekki

2013 *Intiaanikulttuurien käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus.

Beard-Moose, Christina Taylor

2009 *Public Indians, Private Cherokees: Tourism and Tradition on Tribal Ground*. Tuscaloosa: The University of Alabama Press.

Bunten, Alexis

2010 More like Ourselves: Indigenous Capitalism through Tourism. – *American Indian Quarterly* 34 (3), 285–311.

Chidester, David

2005 *Authentic Fakes. Religion and American Popular Culture*. Berkeley: University of California Press.

Cipollari, Chiara

2010 Can tourists purchase 'the Past'? The Past as a commodity in tourist sites. – *Anthropological Notebooks* 16 (1), 23–35.

Clifford, James

2010 (1986) Introduction: Partial Truths. – Teoksessa James Clifford & George E. Marcus (toim.), *Writing Culture. The Poetics and Politics of Ethnography. 25th Anniversary Edition*, 1-26. Berkeley: University of California Press.

Cohen, Erik

1993 Introduction: Investigating Tourist Arts. – *Annals of Tourism Research* 20 (1), 1–8.

Cohen, Erik & Scott A. Cohen

2012 Authentication: Hot and Cool. – *Annals of Tourism Research* 39 (3), 1295–1314.

Davie, Grace & David Wyatt

2011 Document Analysis. – Teoksessa Michael Stausberg & Steven Engler (toim.), *The Routledge Handbook of Research Methods in the Study of Religion*, 151–160. Lontoo: Routledge.

Hankaniemi, Simo

1998 Artefakteja, vanhoja luita ja eettisiä ongelmia. – *Kajó* 2/1998, 8–16.

Harvey, Graham

2011 Field Research: Participant Observation. – Teoksessa Michael Stausberg & Steven Engler (toim.), *The Routledge Handbook of Research Methods in the Study of Religion*, 217–244. Lontoo: Routledge.

Harvey, Thomas J.

- 2011 *Rainbow Bridge to Monument Valley. Making the Modern Old West.* Norman: University of Oklahoma Press.

Henriksson, Markku

- 2008 Yhdysvaltain intiaanit tänään. – *Kajó* 1/2008, 8–15.
- 2014a Kansallispuistot Yhdysvaltain ja Kanadan kulttuurissa. – Teoksessa Rani-Henrik Andersson, Markku Henriksson, Mikko Saikku (toim.), *Pohjois-Amerikan kansallispuistot*, 18–31. Tampere: Mediapinta.
- 2014b Kultainen kehä. Lounaisalueen kansallispuistot. – Teoksessa Rani-Henrik Andersson, Markku Henriksson, Mikko Saikku (toim.), *Pohjois-Amerikan kansallispuistot*, 168–193. Tampere: Mediapinta.

Koski, Kaarina & Minna Opas & Timo Virtanen

- 2015 Aineellinen ja aineeton. – Teoksessa Jaana Kouri (toim.), *Askel kulttuurien tutkimukseen*, 103–130. Scripta Aboensia 3. Turku: Turun yliopisto.

Linford, Laurance D.

- 2000 *Navajo Places: History, Legend, Landscape.* Salt Lake City: University of Utah Press.

MacCannell, Dean

- 2008 Why it Never Really was About Authenticity. – *Society* 45 (4), 334–337.

Martikainen, Tuomas

- 2006 Turun tuomiokirkko. Kuinka kirkko tuotteistetaan? – *Uskonnotutkija* 1/2006, 1–6.

Mathisen, Stein

- 2010 Indigenous spirituality in the touristic borderzone: Virtual performances of Sámi shamanism in Sápmi Parka. – *Temenos* 46 (1), 53–72.

Mihesuah, Devon A.

- 1998a Preface. – Teoksessa Devon A. Mihesuah (toim.), *Natives and Academics. Researching and Writing about American Indians*, ix-xi. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press.
- 1998b Introduction. – Teoksessa Devon A. Mihesuah (toim.), *Natives and Academics. Researching and Writing about American Indians*, 1-22. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press.
- 1998c Commonalty of Difference: American Indian Women and History. – Teoksessa Devon A. Mihesuah (toim.), *Natives and Academics. Researching and Writing about American Indians*, 37-54. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press.

Mikula, Maja

- 2008 *Key Concepts in Cultural Studies*. Hampshire & New York: Palgrave Macmillan.

Muzaini, Hamzah

- 2017 Informal heritage-making at the Sarawak Cultural Village, East Malaysia. – *Tourism Geographies* 19 (2), 244–264.

Nelson, Chad & Robert H. Woods, Jr

- 2011 Content Analysis. – Teoksessa Michael Stausberg & Steven Engler (toim.), *The Routledge Handbook of Research Methods in the Study of Religion*, 109-121. Lontoo: Routledge.

Page, Jake & Susanne Page

- 2010 (1995)*Navajo*. Second Edition. Tucson, Arizona: Rio Nuevo Publishers.

Pink, Sarah

- 2013 (2001)*Doing Visual Ethnography*. Third Edition. Lontoo: SAGE.

Saldanha, Kennedy & Lisa Klopfer

- 2014 On seeing monkeys, cows, and beggars: Between ethnography and tourism. – *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies* 14 (4), 324–332.

Sanchez, Victoria E.

- 2012 Buying into Racism: American Indian Product Icons in the American Marketplace. – Teoksessa Meta Carstarphen & John P. Sanchez (toim.), *American Indians and the Mass Media*, 153–168. Norman: University of Oklahoma Press.

Selänniemi, Tom

- 1999 Moderni turisti ja klassinen rituaaliteoria. – Teoksessa Bo Lönnqvist, Elina Kiuru, Eeva Uusitalo (toim.), *Kulttuurin muuttuvat kasvot*, 268–286. Tietolipas 155. Helsinki: SKS.

Sheller, Mimi & John Urry

- 2004 Places to play, places in play. – Teoksessa Mimi Sheller & John Urry (toim.), *Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play*, 1–10. Lontoo: Routledge.

Smith, Valene L.

- 1996 Indigenous Tourism: The Four Hs. – Teoksessa Richard Butler & Tom Hinch (toim.), *Tourism and Indigenous Peoples*, 283–307. Lontoo: International Thomson Business Press.

Trimble, Stephen

- 1993 *The People. Indians of the American Southwest*. Santa Fe: School of American Research Press.

Urry, John

- 1995 *Consuming Places*. Lontoo: Routledge.

Urry, John & Jonas Larsen

- 2011 (1990) *The Tourist Gaze 3.0*. Third Edition. Lontoo: SAGE.

Vainikka, Vilhelmiina

- 2017 Massaturismi. – Teoksessa Johan Edelheim & Heli Ilola (toim.), *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*, 26–31. Rovaniemi: Lapland University Press.

Waite, Gordon

2000 Consuming heritage: Perceived historical authenticity. – *Annals of Tourism Research* 27 (4), 835–862.

Wall, Sarah

2008 Easier said than done: Writing an autoethnography. – *International Journal of Qualitative Methods* 7 (1), 38–53.

Watson, Steve

2014 Ethics and Heritage Tourism. – Teoksessa Tracy Ireland & John Schofield (toim.), *The Ethics of Cultural Heritage*, 33–52. New York: Springer.

Whitt, Laurie Anne

1998 Cultural Imperialism and the Marketing of Native America. – Teoksessa Devon A. Mihesuah (toim.), *Natives and Academics. Researching and Writing about American Indians*, 139–171. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press.

Wilkins, David E.

2013 (2003) *The Navajo Political Experience*. Fourth Edition. Lanham: Rowman & Littlefield.

Wilson, Angela Cavender

1998 American Indian History or Non-Indian Perception of American Indian History? – Teoksessa Devon A. Mihesuah (toim.), *Natives and Academics. Researching and Writing about American Indians*, 23–26. Lincoln, Nebraska: University of Nebraska Press.