



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Sammaloituneiden kivien tarina

Kolmas sektori sotahistorian elävöittäjänä

Elina Lyijynen

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (60 op)

12/2015

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma, kulttuurituottaja (ylempi AMK)

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Elina Lyijynen	Sivumäärä 72 ja 9 liitesivua
Työn nimi Sammaloituneiden kivien tarina - Kolmas sektori sotahistorian elävöittäjänä	
Ohjaava lehtori Juha Iso-Aho	
Työn tilaaja Salpalinjan Oppaat r.y.	
Tiivistelmä <p>Oppinäytetyön tavoitteena oli tarkastella kulttuurimatkailun erään osa-alueen eli sotahistoriamatkailun ja sen eri kohteissa tapahtuvien esittelyiden kehittymistä elämyksellisempään suuntaan. Tilaajan eli Salpalinjan oppaat r.y.:n toiveena oli uuden tuotepaketin luominen Salpalinjan esittelyyn. Työssä hyödynnettiin lähestymistapoina palvelumuotoilua, innovointia ja ennakoitua. Varsinaisina tuotteen rakentamisen menetelmiä käytettiin haastatteluja, havainnointia, benchmarkkausta ja yhteisöllisiä ideointimenetelmiä sekä pilotoitiin toimintaa. Toimintaympäristön muutoksia määriteltiin havainnoinnin, haastatteluiden ja tutkimusten avulla. Tietolähteinä toimivat lisäksi alan kirjallisuus ja muut julkaisut.</p> <p>Teoriaosa käsittelee sotahistoriallisissa kohteissa tapahtuvien esittelyiden muutosta ajan ja kävijöiden muutuksessa. Esimerkkejä haettiin sekä Suomesta että muualta maailmasta. Ajan kuluessa viime sotien kohteiden merkitys laajenee kulttuuriperintö- ja kulttuurimatkailukohteiksi. Asioista aletaan kertoa eri tavoilla ja uusista näkökulmista, kun lähihistoriasta tulee historiaa ja kävijäryhmät vaihtuvat. Muuttuvat esittelytavat tuottavat töitä uusille tekijöille kuten kolmannelle sektorille, kulttuurituottajille ja muille kehittäjille jo olemassa olevien vakiintuneiden toimijoiden rinnalle. Isänmaallisuus ja paatos saavat seurakseen elämyksellisyyden, seikkailun, pelaamisen ja virtuaalisuuden.</p> <p>Tuotepaketissa elämyksellisyys huomioitiin aikahypyn kautta tapahtuvana siirtymänä Salpalinjan eli puolustuslinjan rakentamisen aikaan 1940-luvulle. Puolustuslinja rakennettiin nykyisen itärajan tuntumaan. Salpalinjalla ei ole koskaan taisteltu ja rakenteet ovat säilyneet tähän päivään asti. Toimintaa ohjaavat todellisuuspohjaiset draamaoppaat. Tuotteessa kohtaavat autenttisuus, tarinat ja ajan yhteishengen kokeminen. Tuotepaketti on ideoitu moduulirakenteisena, jolloin se voidaan toteuttaa kokonaisuutena tai osittain. Eri moduulit ovat opastus, linnoitustyöt, muonitus ja vapaa-ajan vietto sota-ajan tapaan. Opastustoimintaa toteuttavat yhdistyksen jäsenet vapaa-ajallaan ja harrastuspohjalta.</p> <p>Koko kehittämistyön prosessi jakautui kolmeen tasoon rakenteellisesti. Taustalla vaikutti vuosien 2011-2014 aikana toteutettu hanketyö ja sen aikana hankittu aineistot. Kehittämistyö eteni omana prosessinaan Humanistisen ammattikorkeakoulun antamassa aikataulussa ja raameissa. Omassa rytmissään eteni kesäkuussa 2015 rekisteröityneen yhdistyksen toiminta ja se tuli jälkijunassa kehittämistyöhön nähden. Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että tuotepaketin osalta ehdittiin tehdä innovointiprosessi ja ensimmäinen pilotointi arviointineen. Varsinainen tuotantoprosessi jää yhdistyksen tehtäväksi.</p>	
Asiasanat kulttuurimatkailu, kulttuuriperintö, sotahistoria, elävöittäminen, kolmas sektori	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management, Master of Culture and Art

ABSTRACT

Author Elina Lyijynen	Number of Pages 72 + 4 Appendices
Title Reenacting Finnish Military History in cooperation with the third sector	
Supervisor(s) Juha Iso-Aho, senior lecturer	
Subscriber and/or Mentor The Salpa Line Tourist Guide Association	
Abstract <p>This final thesis has two main goals. Firstly, this study aims to renew and enliven the ways of introducing Finnish military history to tourists through historical reenactment. This goal is of current importance because war veterans and other pilgrims are near future any more capable of visiting the old battlefield sites or the fortifications such as Salpa Line, the famous bunker line on the Eastern border of Finland. New visitors are needed. Secondly, this study aims at creating an innovative product for the Salpa Line Tourist Guides Association. Different methods, such as interviews, observation, benchmarking, innovating, product planning, testing and evaluation were used to achieve these goals.</p> <p>There are some challenges the Finnish military tourism faces. For instance, the military tourism does not play such an important role in Finland as in other European countries, and many of the Finnish battlefields are not within the Finnish borders. Moreover, the military monuments and museums in Finland tend to be quite modest and geographically distinct. The military history is a part of the cultural heritage and cultural tourism.</p> <p>The new product created through this study is based on authentic sites and operations along the well-preserved fortifications of Salpa Line. The product consists of four modules: guidance; fortification work; catering; and leisure time activities in the manner of the wartime. This product will offer the tourists a time jump into the 1940s, through which they will experience the massive construction work of the Salpa Line that, in the past, required thousands of men in one year.</p>	
Keywords military history, historical reenactment, third sector, cultural tourism, cultural heritage	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	3
1.1 Viime sotien aikainen puolustuslinja eli Salpalinja	5
1.2 Hanketyössä havaitut kehittämistarpeet	6
1.3 Yleiset tavoitteet	8
1.4 Tilaaja ja sen rooli toiminnan kehittämisessä	9
1.5 Lähestymistavat ja menetelmät	10
2 TEORIAA JA KÄYTÄNTÖÄ SOTAHISTORIAMATKAILUSTA	12
2.1 Kulttuuriperintö ja kulttuurimatkailu	13
2.2 Sotahistoriamatkailu.....	16
2.3 Esittelytavat: elämystä, oppimista vai ”edutainment”	21
3 TUOTEPAKETIN LUOMINEN	25
3.1 Kehittämisen lähtökohdat.....	25
3.2 Tuotteen rakentamisen menetelmät.....	27
3.3 Osallistaminen osana tuotetta.....	31
3.4 Tarinan merkitys	34
3.5 Kohderyhmä ja asiakaslupaus	37
3.6 Suunnitteluvaiheeseen liittyneitä haasteita	39
3.7 Tuotepaketin innovointiprosessi.....	42
3.8 Tuoteidean pilotointi.....	45
3.9 Pilotoinnin palaute ja arviointi	47
4 TULOKSET	51
4.1 Sotahistorian esittelyiden muuttuminen	51
4.2 Elävöittämisen mahdollisuuksia	55
4.3 Kulttuurituottajien rooli muutoksessa	58
4.4 Kolmannen sektorin rooli	60
4.5 Tuotepaketin luominen.....	61
5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	67
LÄHTEET	69
LIITTEET	73

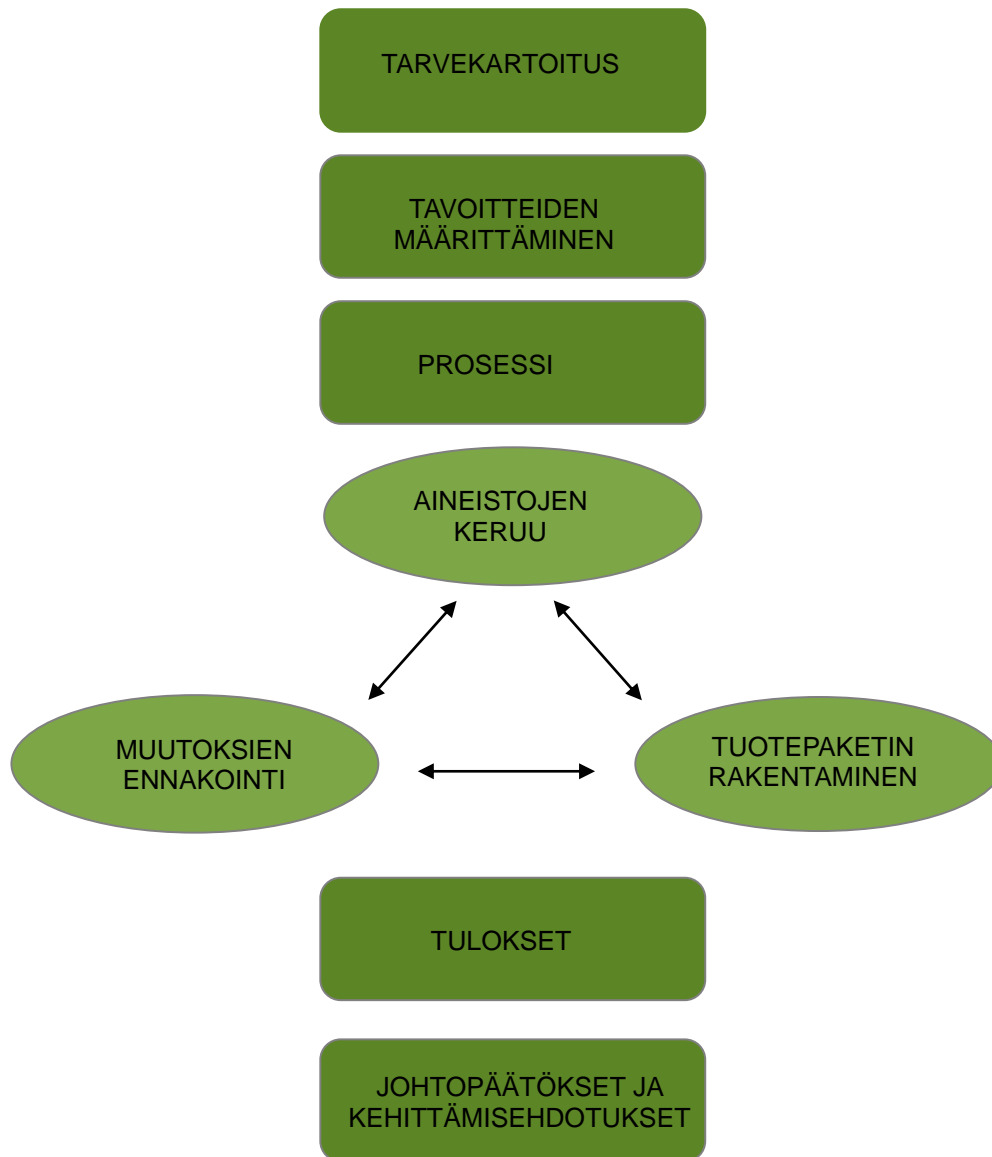
1 JOHDANTO

Eksyminen metsään kaakkoisessa Suomessa voi tuottaa yllätyksen. Vastaan tulee harva kiviaita, joka jatkuu molempiin suuntiin niin pitkälle kun silmä erottaa. Pystyyn nostettuja yli metrin korkuisia kiviä on kolmessa rivissä tuhansia ja tuhansia kappaleita. Jo sammaloituneiden kivien välistä pääsevät ihmiset ja eläimet hyvin puikkelehtimaan välistä. Ketä vastaan tämä este on tehty ja ketkä sen ovat tehneet?

Kyseinen kivistä tehty este on hyökkäysvaunueste 1940-luvulta. Se on tehty hidastamaan ja pysäyttämään panssarivaunujen etenemistä, jotta ne ehdittäisiin puolustavien joukkojen toimesta tuhota. Ennen toista maailmansotaa puhuttiin yleisesti hyökkäysvaunuista eikä panssarivaunuista ja alkuun esteet tehtiinkin liian pieniksi sotatekniikan kehityksen nopeutta ymmärtämättä. Hyökkäysvaunun lailla vääjäämättä kulkee eteenpäin myös aika, joka muokkaa sotahistorian esittelyitä. Lähihistoriassa tapahtuneista taisteluista tulee historiaa, kun sen kokeneet ja heidän läheisensä eivät ole enää kertomassa tapahtumista. Aikaa emme voi hyökkäysvaunun lailla pysäyttää, mutta muutoksia kykenemme onneksi osin ennakoimaan ja etsimään uusia ratkaisua sotahistorian esittelyyn.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tarkastella sotahistoriamatkailua ja sen muu-
tostarpeita osana laajempaa kulttuuriperintöön liittyvää matkailua ja kulttuurimat-
kailua meillä sekä muualla. Painopiste kotimaassa on viime sotiin ja erityisesti Salpalin-
jaan liittyvissä opastuksissa ja tapahtumissa. Lisäksi selvitetään kolmannen sektorin
toimijan roolia sotahistoriamatkailussa sekä tuotetaan työn tilaajalle eli uudelle yhdis-

tykselle, Salpalinjan Oppaat ry:lle, tuotepaketti jatkokehitystä varten. Yleisenä tavoitteena on lisäksi tarkastella kulttuurituottajien roolia sotahistorian esittelyiden tuotteistamisessa.



Kaavio 1. Kehittämistyön prosessi.

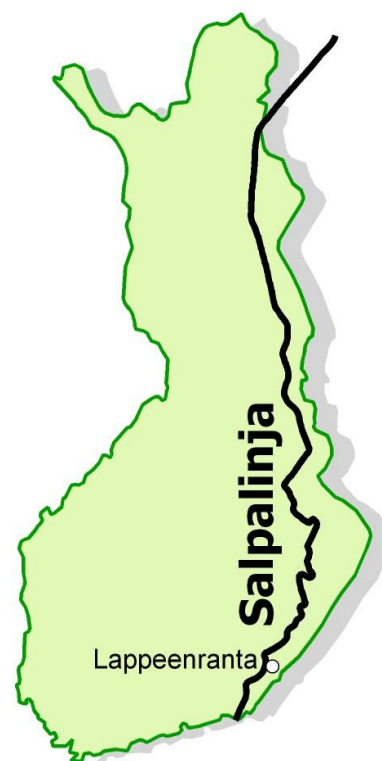
Oheisessa kaaviossa on esitelty kehittämistyön prosessi, jota kirjallisen opinnäytetyön rakenne noudattelee. Tarvekartoitus ja tavoitteiden määrittely on tehty jo osin edeltäneen hanketyön aikana. Varsinainen prosessi koostui kolmesta osa-alueesta, jossa yhdistyivät aineistojen keruu, muutoksien ennakointi ja tuotepaketin rakentami-

nen. Tulokset syntyivät näiden kolmen osa-alueen yhdistelmänä. Tuotepaketin rakentaminen oli rakenteellisesti laajin osuus kehittämistyöstä.

Johdantokappale esittelee työn taustoja lyhyesti. Lävitse käydään Salpalinjan historia sekä kehittämistyötä edeltänyt hanketyö. Sen jälkeen esitellään yleisiä ja tilaajan asettamia tavoitteita sekä työssä käytetyt lähestymistavat ja metodit. Toinen luku käy keskustelua teorian ja käytännön välillä siitä, mikä on sotahistorian matkailun rooli meillä ja muualla sekä mitä muutoksia on havaittavissa. Kolmas luku keskittyy tuotteistamisen teoriaan ja käytäntöön eli tuotepaketin luomiseen ja testaamiseen. Neljäsluku käsittelee työn tuloksia ja vaikutuksia yleisesti sekä tilaajalle. Lopuksi esitellään johtopäätökset ja sammaloituneiden kivien merkitys selkenee lukijalle.

1.1 Viime sotien aikainen puolustuslinja eli Salpalinja

Itärajan tuntumassa olevat kiviesteet ovat näkyvin merkki viime sotien aikana tehdystä puolustuslinjasta eli Salpalinjasta. Sen rakentaminen aloitettiin talvisodan jälkeen, kun Karjalan kannaksella sijainneet linnoitteet joutuivat rauhansopimuksessa Neuvostoliiton haltuun. Suomen uusi itäraja oli turvaton ja sodan edelleen uhatessa päätettiin rakentaa maamme turvaksi uusi puolustuslinja. Sen rakentamiseen osallistui enimmillään yli 35 000 miestä ja heitä muonitti 2000 lottaa. Lisäksi työhön osallistui tuhansia sotilaita. Rakennustöitä ehdittiin tehdä vuosi ennen jatkosodan alkamista.



Kartta 1: Salpalinjan sijainti. Lähde: Salpalinjahankkeet 2011-2014.

Töitä jatkettiin vuoden 1944 aikana vihollisen suurhyökkäyksen alettua, mutta sota loppui ennen kuin taistelut ehtivät Salpalinjalle asti. Itärajan tuntumaan ehdittiin noina vuosina rakentaa yli 700 teräsbetonikorsua, 25 luolaa, yli 3000 puista kenttälinoit-

ta, noin 350 kilometriä taistelu- ja yhdyshautaa, 225 km panssarikiviestettä ja 130 km kaivantoestettä. Vahvimmin linnoitettiin Suomenlahden ja Saimaan välinen alue, siitä ylöspäin linnoitettiin tärkeimmät kannakset ja tieyhteydet Lappiin asti. Silloiset puurakenteet ovat maatuneet tai ne on purettu pois sotien jälkeen. Maastossa on edelleen nähtävissä betonirakenteet, luolat ja kaivannot. Näkyvin merkki maastossa on yhä kiviesteet.

Salpalinjalla oli vielä pitkään sotien jälkeen maanpuolustuksellista merkitystä ja sen olemassaolosta ja rakenteista ei juuri puhuttu julkisuudessa. Muun muassa kartta-aineistot olivat pitkään salaisia. Paikalliset asukkaat kyllä tiesivät, mitä lähimaastossa on, mutta koko rakenteen laajuutta ei tunnettu. Puolustusvoimat luopui Salpalinjan omistuksesta vasta 2000-luvun alussa ja se siirtyi valtiolle Senaatti-kiinteistöjen ylläpitämäksi. Vasta vuonna 2012 valmistunut Salpalinjan inventointi paljasti sen laajuuden ja nykykunnan (Lagerstedt, 2012). Keskustelu suojelusta on alkanut, mutta nopeita päätöksiä ei ole odotettavissa. Jollain paikkakunnilla kuten Miehikkälässä ja Virolahdella Salpalinjan merkitys matkailukohteena ymmärrettiin jo 1980-luvulla ja ensimmäisiä museoalueita kunnostettiin puolustusvoimien luvalla.

1.2 Hanketyössä havaitut kehittämistarpeet

Lappeenrannan kaupungissa on runsaasti Salpalinjan kohteita, mutta niiden arvoja ei ole yksittäisiä poikkeuksia lukuun ottamatta ole ymmärretty. Osasyynä on ollut tiedon puute ja rakenteita on tuhoutunut kaupunkirakentamisen alle. Vuonna 2010 valmistui Lappeenrannan länsipuolelle Rutolan kylän kohdalle uusi Mikkelin tien linjaus ja tällöin heräsi kysymys alueella olevien Salpalinjan kohteiden esille tuomiseksi. Vuoden 2011 alussa alkoi Lappeenrannan kaupungin maaseututoimen hallinnoima esiselvityshanke Salpalinjan mahdollisuudet, jossa selvitettiin alueen kohteiden kuntoa ja kehittämismahdollisuuksia. Vuoden 2014 loppuun mennessä on erillisissä hankkeissa kunnostettu esittelykohteita, kerätty paikallista materiaalia haastatteluin ja arkistokäynnein, järjestetty yleisötilaisuuksia ja retkiä Salpalinjalle, koulutettu oppaita ja luotu verkostoja Kaakkois-Suomen alueella. Vuonna 2015 työ jatkuu osittain uuden opasyhdistyksen toimesta.

Hanketyössä suurimpana haasteena nousi esille, ettei Salpalinja kokonaisuutena kuulu oikeastaan kenenkään vastuulle. Salpalinjan merkityksestä ja esille tuomisen tarpeesta ollaan yksimielisiä, mutta kenen vastuulla ja rahoituksella työ tehdään, on epäselvää. Epävarmuus tulevasta suojelusta ja kohteiden omistuksesta rajoittaa uusien toimijoiden mukaan tuloa. Ylläpitäjänä Senaatti-kiinteistöt on ratkaisevassa roolissa, mutta nykyisessä taloudellisessa tilanteessa ei valtiolla tai kunnilla ole varaa isoihin panostuksiin. Myös yksityisten maanomistajien alueilla toimiminen aiheuttaa rajoituksia. Hankerahoituksella voidaan tehdä pieniä kertaluonteisia asioita, mutta pysyvät ratkaisut vaativat taakseen isomman organisaation esittelykohteiden ylläpidon turvaamiseksi. Yksittäinen toimija joutuu toimimaan melkoisessa byrokratiaviidakossa saadakseen toimia kohteissa tai kunnostaa niitä. Jo oikean henkilön löytäminen lupa-asioissa on haasteellista.

Maanomistajat ja erilaiset yhdistykset ovat kunnostaneet joitakin yksittäisiä kohteita esittelykäyttöön Etelä-Karjalassa. Työtä on tehty vapaaehtoisten voimin ja usein ilman palkkaa. Yksittäisiä kohteita ja opastuksia ei ole juurikaan markkinoitu. Matkailu on ollut pitkälti omatoimista tutustumista ja opastustakin on ollut saatavilla, kun on jostain löytänyt oikean henkilön. Yritystoimintaakin on ollut, mutta pelkkä Salpalinjaan panostaminen ei ole kannattanut. Verkostoistumista Salpalinjan ympärillä vasta aloitellaan Etelä-Karjalan puolella, Kymenlaakson puolella toiminta on ollut aktiivisempaa. Toimijakenttä sotahistorian saralla on hajanainen.

Hanketyön yhteydessä kävi ilmi sotahistoriasta kiinnostuneiden ikä- ja sukupuolirakenne, joka on painottunut eläkeikäisiin miehiin. Jollain tapaa kiinnostusta pitäisi herättää myös nuoremmissa ikäluokissa ja etenkin naisissa. Iäkkäimmillä on vielä henkilökohtaista tuntumaa sota-aikaan joko omien tai vanhempien kokemusten myötä. Uusien ikäluokkien innostaminen sotahistoriaan vaatii toisenlaista asennetta, kun lähihistoriasta tulee historiaa. Myös kansainvälinen kiinnostus Salpalinjaa kohden kasvaa ja se vaatii erilaisen lähestymistavan esittelyihin.

Eräs Lappeenrannan ja sen lähialueiden ongelma on ollut paikallisen tiedon puute. Salpalinjan linnoitustekniset ratkaisut tunnetaan yleisesti, mutta paikallinen tieto esittelykohteen taustoista ja rakentajista on osin vielä tutkimatta. Aineistoa on kerättyä yksittäisillä sotahistorian harrastajilla ja Etelä-Karjalan museolla sekä eri arkistoissa,

mutta ne vaativat vielä muokkaamista soveltuakseen oppaiden ja muiden matkailutoimijoiden käyttöön. Tiedon jakaminen ja laajempi hyödyntäminen tuottaa mahdollisuuksia myös muuhun toimintaan Salpalinjalla.

Vaikka hanketyön yhteydessä havaittiin useita kehittämistarpeita liittyen sekä sotahistorian kohteiden kunnostukseen, ylläpitoon että omistukseen, niin tässä työssä ei niihin paneuduta mainintaa enempää. Käytännössä kehittämissprosessin aikana ei ole mahdollisuutta vaikuttaa hitaasti eteneviin hallinnollisiin prosesseihin, joiden lopputuloksesta ei ole vakituisillakaan toimijoilla vielä selvyyttä. Keskeneräistä työtä on vielä Salpalinjan parissa paljon alkaen aivan perustutkimuksesta. Opinnäytetyö rajattiin käsittelemään kolmannen sektorin toimintaa sotahistoriamatkailussa ja tuotepaketin kehittämistä opinnäytetyön tilaajalle.

1.3 Yleiset tavoitteet

Laajemmassa mittakaavassa tässä kehittämistyössä on tarkasteltu sotahistoriaan liittyvän kulttuurimatkailun ominaispiirteitä sekä Suomessa että ulkomailla. Mitä erityispiirteitä suomalaisessa sotahistoriamatkailussa on? Miten eri tavoin sotahistoriaa voidaan esitellä ja miten eri keinoja voidaan Salpalinjalla hyödyntää? Miten huomioidaan merkityksien ja näkökulmien muuttuminen ajan kuluessa? Mikä on kolmannen sektorin toimijan ja kulttuurituottajien rooli sotahistorian parissa tulevaisuudessa? Avoimia kysymyksiä on paljon ja kaikkiin ei ole voinut tässä työssä löytää vastauksia. Joitain tulevaisuuden suuntaviivoja kuitenkin löydettiin.

Tavoitteena oli löytää uusia keinoja elävöittää sotahistoriallisia kohteita, tuottaa niihin uutta toimintaa sekä löytää niihin myös uusia kävijäryhmiä. Mitä enemmän aikaa kuluu viime sodista, sitä enemmän myös näkökulmat muuttuvat. Miten kertoa tapahtumista henkilöille, joilla ei ole enää henkilökohtaista kytköstä sota-aikaan? Kerrontatapa muuttuu vääjäämättä tulevaisuudessa ja tätä pyrittiin ennakoimaan. Uusia museoita sotahistoriaan liittyen tuskin enää perustetaan ja toiminta kohteissa keskittyy entistä enemmän kolmannen sektorin harteille. Ratkaisevassa roolissa ovat jatkossa maanpuolustukseen, kotiseutuhistoriaan ja paikallisen kulttuuriympäristön suojeluun

keskittyvät yhdistykset. Tämä tarjonnee myös kulttuurituottajille uutta toimintakenttää. Lisähaastetta tarjoavat rajat ylittävän matkailun tuomat mahdollisuudet.

1.4 Tilaaja ja sen rooli toiminnan kehittämisessä

Työn tilaajana oli kolmannen sektorin edustaja eli Salpalinjan oppaiden perustama yhdistys uusi yhdistys. Perustajajäsenistä useat olivat mukana vuonna 2014 Salpapolku-hankkeessa järjestetyssä opaskoulutuksessa. Yhdistyksen perustamisesta tehtiin päätös keväällä 2015 ja sen rekisteröinti hyväksyttiin 15.6.2015. Perustamisen jälkeen mukaan on tullut opaskonkareita. Vuosi 2016 tulee olemaan yhdistyksen ensimmäinen kokonainen toimintavuosi. Opinnäytetyö tulee toimimaan yhdistykselle apuvälineenä toiminnan kehittämisessä. Oma aktiivinen osallistuminen toiminnan käynnistämiseen sekä opinnäytetyön toiminnallisen osuuden toteuttaminen yhdessä oppaista koostuvan työryhmän avulla tukee yhdistyksen toimintaa.

Yhdistyksen tarkoituksena on sääntöjen mukaan kehittää Salpalinjan oppaiden osaamista sekä opastustoimintaa, levittää tietoa oppaiden olemassa olosta ja tarjota opaspalveluita, lisätä tietämystä Salpalinjasta kunnioittaen veteraanien ja edellisten sukupolvien työtä itsenäisyytemme hyväksi sekä edistää Salpalinjan kohteiden suoje-
lua, kunnossapitoa ja tunnettavuutta (Salpalinjan Oppaat r.y. 2015).

Tilaajalle innovoitiin moduuleista koostuva tuotepaketti, joka koostuu perusopastuksesta Salpalinjaan sekä toiminnallisesta osuudesta, jossa asiakas pääsee kokeilemaan linnoitustöitä autenttisessa ympäristössä. Tavoitteena oli tuottaa jotain uutta ja jatkuvaa toimintaa. Tuotteen pilotointi tapahtui elokuun lopulla, jolloin testattiin tuotetta pienemmällä porukalla ja koulutettiin oppaita toimintaan. Jatkokehittäminen myytäväksi tuotteeksi jäi yhdistyksen tehtäväksi. Kesän 2015 aikana harjoiteltiin lisäksi nonstop-opastusta osana Etelä-Karjalan kylien avointen ovien tapahtumaa Lappeenrannan Rutolassa ja yhdistyksen oppaita oli mukana myös toteuttamassa vuosittaisen Salpavaellus-tapahtuman uutta Kivijärven kierros -vaellusreittiä. Kehittämistyössä on hyödynnetty tuotepaketin toteuttamisen yhteydessä tehtyjen havaintojen lisäksi näistä tapahtumista kerättyjä aineistoja uusien oppaiden perehdyttämiseen.



Kaavio 2. Kehittämistyön ajallinen sijoittuminen.

Oman haasteensa työn tekemiselle toi työn ajallinen sijoittuminen hanketyön ja vasta toimintaansa aloittavan yhdistyksen välimaastoon (Kaavio 2). Kehittämisvaiheessa ei ollut varmaa tietoa jatkossa käytettävissä olevista resursseista ja joitakin asioita joutui ennakoimaan alustavien resurssien pohjalta. Muun muassa tuotteen markkinointi, lopullinen hinnoittelu ja verkostot tuotteen toteuttamiseksi jäivät vielä avoimeksi. Tuotepaketin edelleen kehittämistä varten on yhdistyksen tarkoitus hakea tukea. Panostusta tarvitaan välineiden ja varusteiden hankintaan sekä oppaiden lisäkoulutukseen, verkostojen luomiseen ja lähdeaineistojen etsimiseen.

Opinnäytetyön sotahistoriamatkailun muutosta käsittelevän osuuden on tarkoitus toimia jatkossa päänavauksena muiden toimijoiden suuntaan ja keskusteluiden aloittajana yhteistyön virittämiseksi.

1.5 Lähestymistavat ja menetelmät

Uuden sotahistoriaan liittyvän tuotteen luomista lähestyttiin palvelumuotoilun ja innovaatioiden kautta. Ideoinnissa voitiin olla lennokkaita, mutta käytännön toteutus pohjautui olemassa oleviin resursseihin. Aloittavan yhdistyksen resurssit olivat alkuun vajavaiset, vaikka jäsenille intoa riittäisikin. Käytännössä kehittämissuunnitelman pilotointiin ei ollut varattu lainkaan rahoitusta osanottajien henkilökohtaista panosta lukuun ottamatta.

Toimintaympäristön tulevaisuuden haasteisiin pyrittiin vastaamaan ennakoinnin avulla. Ensin tarkasteltiin muualla sotahistorian esittelyissä tapahtuneita muutoksia ja niistä pyrittiin vetämään johtopäätöksiä viime sotien aikaisten tapahtumien esittelyiden uudistumiseen. Erityisesti tarkasteltiin sotahistoriaa osana kulttuuriperintöä ja siihen liittyvää kulttuurimatkailua.

Menetelminä tässä työssä käytettiin haastatteluja, havainnointia, benchmarkkausta ja yhteisöllisiä ideointimenetelmiä sekä pilotoitiin toimintaa. Toimintaympäristön muutoksia määriteltiin havainnoinnin ja haastatteluiden sekä tutkimusten kautta. Lisäksi tietolähteenä toimivat kirjallisuus ja muut tietolähteet. Sotahistorian ulkopuolelta haetaan laajempaa perspektiiviä kulttuurimatkailuun.

2 TEORIAA JA KÄYTÄNTÖÄ SOTAHISTORIAMATKAILUSTA

Tämän osion alussa tarkastellaan kulttuuriperinnön ja kulttuurimatkailun käsitteitä sekä sotahistoriallisten kohteiden roolia osana kulttuurimatkailua. Kotimaisista ja ulkomaista lähteistä pyrittiin etsimään sotahistorian elävöittämiseen soveltuvia tapoja Suomeen ja suomalaisiin kohteisiin.

Suomalaiset kulttuurimatkailua käsittelevät julkaisut mainitsevat sotahistorialliset kohteet vain sivulauseessa, osana muita museoita ja historiallisia linnoitteita tai keskittyvät vain yhden kohteen esittelyyn. Aineistoja etsittiin muun muassa kulttuurimatkailutoimijoille ja kulttuurimatkailun markkinointi sivustoilta (Kulmat, Visit Finland, 2015). Kokonaiskuvaa tai esitystä viime sotiin liittyvien kohteiden merkityksestä osana suomalaista kulttuurimatkailua ei löytynyt. Syitä suomalaisten kohteiden vähäiseen arvostukseen kulttuurimatkailukohteina voidaan vain arvella. Suurimpana syynä voidaan pitää tiedon puutetta ja selkeiden esiteltävien kokonaisuuksien puuttumista. Yksittäisiä pieniä kohteita kuten muistomerkkejä on paljon, mutta niistä ei ole saatavilla tietoa kootusti yhdestä lähteestä eikä viime sotiin liittyviä kohteita vielä yleisesti mielletä kulttuurimatkailukohteiksi. 1700-luvun lopun linnoitukset hyväksytään jo yleisesti osaksi kulttuuriperintöä ja kulttuurimatkailua. Viime sotien taistelupaikat sijaitsevat nykyisten rajojemme ulkopuolella ja varsinaista taistelulentäturismia ei ole päässyt syntymään. Suomen alueella käydyt sodat ovat olleet Euroopan mittakaavassa pieniä ja laajempaa yleistä kiinnostusta ei ole talvisotaa lukuun ottamatta herännyt. Muualla maailmassa sotahistoriaan liittyvillä kohteilla on laajempi, näkyvämpi ja moninaisempi merkitys osana kulttuurimatkailua.

Lähdemateriaali pohjautuu seuraaviin julkaisuihin: Dallen J. Timothyn *Cultural heritage and tourism*, David Picardin ja Mike Robinsonin toimittamaan julkaisuun *Emotion in motion: tourism, affect and transformation* ja Chris Ryanin toimittamaan julkaisuun *Battlefield tourism: history, place and interpretation*. Lisämateriaalia on etsitty eri artikkeleista ja selvityksistä. Julkaisuista on etsitty tietoa lähinnä toiseen maailmansotaan liittyvistä kohteista, mutta hyviä esimerkkejä on poimittu myös muiden aikakausien kohteista.

Seuraavaksi tarkastellaan sotahistoriamatkailun ominaispiirteitä ja sen eri ilmene-
mismuotoja. Kohteiden lisäksi tarkasteluun joutuvat kävijät sekä opastus. Millaisia
ovat sotahistoriallisten kohteiden asiakkaat, millä perusteella he valitsevat kohteen ja
mitä he haluavat kokea? Millaista opastus on nyt ja mihin se on muuttumassa? Onko
opastus elämystä, oppimista vai ”edutainment” eli näiden yhdistämistä? Menneiden
taisteluiden paikat eivät muutu, mutta miten muuttuvat ajan kuluessa kävijät ja muut-
tuuko opastus ja oppaat heidän mukanaan. Myös eri toimijoiden roolia pyritään tar-
kastelemaan, kuka on varsinainen päätoimija ja mikä merkitys on kolmannella sekto-
rilla.

2.1 Kulttuuriperintö ja kulttuurimatkailu

ICOMOSin kansainvälisen kulttuurimatkailun julistuksen (1999) mukaan kulttuuripe-
rintö (heritage) on laaja käsite, joka sisältää niin luonnon- kuin rakennettua ympäris-
töäkin. Käsite kattaa maisemia, kohteita ja rakennettua ympäristöä, sekä luonnon
monimuotoisuutta, kokoelmia, menneitä ja vallalla olevia kulttuurisia käytäntöjä, tie-
toa ja eläviä kokemuksia (Lehtimäki 2013, 2). Monimutkaisemmin ilmaistuna kulttuu-
riperintö tarkoittaa niitä menneisyydestä perittyjä voimavaroja, jotka ihmisten mielestä
kuvastavat heidän jatkuvasti muuttuvia arvojaan, uskomuksiaan, tietojaan ja perintei-
tään. Tähän kuuluvat kaikki ihmisten ja paikkojen vuorovaikutuksesta rakentuneet
ympäristön osat. (Salmela, Matikka, Latvala & Kauppi 2015, 17)

Yksinkertaisemmin ilmaistuna kulttuuriperintö voidaan jakaa luonnon muodostelmiin
ja rakennettuun, ihmisten aikaansaamaan, ympäristöön. Kulttuuriperinnössä on sekä
aineellisia että aineettomia elementtejä (Timothy 2011, 3, Nagy 2012, 47). Seuraa-
valla sivulla olevan taulukon jaottelu perustuu Timothy:n julkaisuun. Aineellisesta pe-
rinnöstä on annettu enemmän esimerkkejä. Jaottelu ja painotukset vaihtelevat eri jul-
kaisujen ja maantieteellisten alueiden kesken. Paikoilla voi olla myös useampia mer-
kityksiä tai ne kytkeytyvät yhteen teemallisten reittien kautta.

Kulttuuriperintöön ei sisälly ainoastaan korkeakulttuuri, kuten taiteet, antiikki ja mo-
numentit, vaan myös kansanperinne ja teollinen kulttuuriperintö (Alberti & Giusti
2012, 263). Lisäsi paikkoihin ja maisemiin liittyvien tarinoiden todettiin olevan olen-

nainen osa kulttuuriperintöä, sillä ilman paikan kerrotun menneisyyden tuntemusta kohteen merkitystä on vaikea ymmärtää ja arvostaa (Salmela ym. 2015, 33). Olemassa olevien ja varta vasten luotujen tarinoiden merkitys korostuu erityisesti matkailutuotteita suunniteltaessa.

Aineelliset	Aineettomat
Sotilaalliset nähtävyydet <ul style="list-style-type: none"> • taistelulentät, linnoitteet • sotamuseot • hautausmaat, muistomerkit 	Taide
Synkät nähtävyydet <ul style="list-style-type: none"> • terrorismin kohteet • tunnettujen henkilöiden kuolinpaikat • keskitysleirit • vankilat 	Kieli
Historialliset asutukset <ul style="list-style-type: none"> • vanhat kaupungit • vanhat kylät 	Tavat
Arkeologiset paikat/historialliset rakennukset <ul style="list-style-type: none"> • antiikin rauniot, kaivaukset • linnat, kirkot • historialliset kodit, museot 	Musiikki
Teolliset nähtävyydet <ul style="list-style-type: none"> • telakat, rautatiet • kaivokset, tehtaat, panimot 	Uskonto
Uskonnolliset nähtävyydet <ul style="list-style-type: none"> • kirkot, katedraalit, temppelit • vuoret, joet, luolat 	Urheilu
	Juhlat

Taulukko 1. Jako ihmisen muovaamiin aineelliseen ja aineettomaan kulttuuriperintöön Timothyn (2011, 3) mukaan.

Vaikka kulttuuriperintöturismi on nykyään yksi eniten kasvavista turismin aloista (Bończak 2014, 17), ei voida unohtaa kulttuuriperinnön vaikutusta alueen muuhun kilpailukykyyn ja innovaatioihin. Vaikutuksia ei voi mitata vain taloudellisin hyötyjen perusteella, vaan täytyy huomioida myös sen vaikutukset elämän laadun rikastuttamiseen sekä vaikutukset hyvinvointiin, historian tuntemukseen, identiteettiin ja yhteenkuuluvuuteen (Getting cultural heritage to work for Europe 2015, 7).

Mikä sitten on kulttuuriperintömatkailua, kulttuurimatkailua tai kulttuurimatkailutuote? Katalin Nagyn (2012, 47) mukaan toiminta voidaan määritellä kulttuuriperintömatkailuksi, kun kulttuuriperintö on matkailun keskeinen elementti ja matkailijoiden motivaation kohde, kohteena on kulttuurinen tai luonnon perintö, ja matkailija saa kokemuksen paikasta, taiteista tai aktiviteeteistä, jotka autenttisesti kertovat menneestä ja nykyisyydestä. Lisäksi sen avulla saavutetaan alueella taloudellista kasvua sekä edistetään kohteiden suojelua. Toisaalta taide- tai kulttuurisisältöinen matkailutuote voi tarkoittaa taide- tai kulttuurisisällön pohjalle rakennettua tuotetta, joka tuoteistetaan matkailun tarpeisiin. Esimerkkinä tästä on teatteri- tai kansantarinapohjainen historialliseen miljööseen tuotettu draamakierros. (Raakaidea 2012, 5). Tulkinta ero kulttuuriperintö- ja kulttuurimatkailun välillä on häilyvä ja selkeyden vuoksi olen jatkossa käyttänyt termiä kulttuurimatkailu.

Jotta kulttuurimatkailusta saataisiin kestävä, tulee kolme perustekijää olla voimassa Nagyn (2012, 49) mukaan.

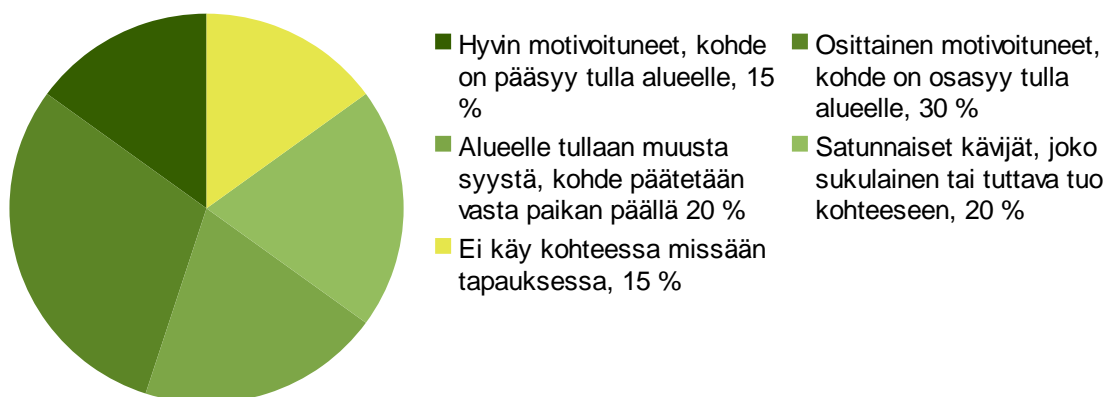
1. Alueen ja yhteisön täytyy haluta jakaa oma kulttuuriperintönsä matkailijoiden kanssa.
2. Alueella täytyy olla olemassa aidot eheät resurssit tai muut perusteet, joiden pohjalle voidaan rakentaa kulttuurimatkailutuote.
3. Täytyy olla tiedossa potentiaaliset kävijät, joille kohteita voidaan markkinoida.

Lisäksi tulee huomioida saavutettavuuteen helppous, mistä löytyy tietoa kohteesta ja miten sinne saavutaan ja onko kohde kuinka esteetön, jotta potentiaaliset kävijät pysyvät käymään kohteissa. Pitää olla sekä tarjontaa että kysyntää. Motivaation lähteitä käydä kulttuurimatkailukohteissa ovat usein halu vahvistaa omaa kulttuuria, opetella jotain uutta, viettää aikaa perheen ja ystävien kanssa, tyydyttää uteliaisuutta tai kuluttaa vain aikaa. Ryhmämatkoille on esitetty lisäksi seuraavia syitä: käynti kotimaassa, paluu juurille, uskonnolliset syyt, kansalliset ja isänmaalliset syyt, harrastukset, elävän historian etsiminen ja erilaisiin kulttuureihin tutustuminen. (Timothy 2011, 4 ja 31)

Kaaviossa 3 on esitetty potentiaalisten kävijöiden osuus koko väestöstä sekä heidän motivoituneisuutensa käydä kohteissa. Potentiaalisten kävijöiden osuus on noin 85 prosenttia. Motivoituneisuuden asti vaihtelee ja aika moni tulee paikalle vasta paikan

päällä tehdyllä päätöksellä tai toisten mukana. Osasyynä tähän voi olla, että kulttuuriperintökohteet ovat yleensä helposti saavutettavia ja niissä on helppo käydä ilman ennakkovarauksia kuten museoissa ja laajemmilla ulkoilualueilla, joilla liikkuminen on vapaata.

Motivoituneisuus käydä kulttuuriperintökohteessa



Kaavio 3. Potentiaaliset kulttuuriperintökohteissa kävijät ja motivoituneisuuden aste kulttuuriperintökohdekonsultti Gail Lordin mukaan. (Timothy 2011, 22-23).

Käytännössä suurimpia kulttuuripalveluiden ja kulttuurimatkailupalveluiden käyttäjiä ovat noin 30-50 vuotiaat hyvin koulutetut henkilöt ja ne viehättävät erityisesti naisia. Toisaalta USA:ssa eläkeläiset ovat suuri kävijäryhmä ja erityisesti sotahistorialliset kohteet vetävät puoleensa miehiä. (Timothy 2011, 27, Hawkins 2013, 10).

2.2 Sotahistoriamatkailu

Sotahistoriaan liittyvät matkailukohteet ovat suosittuja etenkin Euroopassa ja USA:ssa. Ne ovat usein entisiä taistelupaikkoja tai linnoitteita, esittelevät kalustoja, sotamuseoita, hautausmaita tai monumentteja. Niiden perustamisen syynä on ensisijaisesti ollut kansallistunteen nostattaminen ja itsenäisyyden vuoksi tehtyjen uhrauksien muistaminen. Usein ne esittävät taisteluiden voittajan näkökulman ja häviäjien osuus jää pienemmälle. Voidaan jopa kysyä kerrotaanko koko totuus ja kenen näkökulmasta? Molemminpuolinen näkemys saa sijaa, mitä enemmän taisteluista on ku-

lunut aikaa. Matkailukohteen ominaisuudet ovat hyvin riippuvaisia sodan ajankohdasta, luonteesta ja taistelupaikoista. Laajempi kohteiden merkityksen ymmärtäminen vaatiikin perehtymistä sotahistoriaan. Esimerkiksi Euroopassa kiinnostavat I ja II maailmasota ja USA:ssa vapaussota, sisällissota ja vuoden 1812 sota (Timothy 2011, 64).

Sotahistorialliset kohteet voidaan jakaa kiinnostuksen mukaan globaaleihin, kansallisiin, paikallisiin ja henkilökohtaisiin kohteisiin (Timothy, 2011, 86). Sotahistoriaan liittyviin paikkoihin liittyy lisäksi paljon tunteita. Puhutaan termistä ”emotional landscape” eli tunnepohjaisesta maisemasta. Sotaan liittyvä paikka voi olla samalla kiehtova ja voimakas (Robinson 2012, 37). Kohteissa yhdistyvät sodan kauheudet ja kärsimykset kauniiseen maisemaan tai vaikuttavaan monumenttiin. Kävijöihin pyritään vaikuttamaan tiedon ja tunteen kautta kertomalla tarinoita voittajista, häviäjistä ja uhreista. Kun otetaan nämä moninaiset kokemukset huomioon, niin taistelukentät omaavat useita ”totuuksia”. (Ryan 2007, 4)

Jäljempänä esitetään joitain esimerkkejä sotahistoriallisista kohteista tai niiden ilmenemismuodoista eri maissa. Esimerkiksi Suomessa talvisota koetaan voimakkaana kansallistunteen ilmentymänä, on aiheeseen liittyviä museoita ja muistomerkkejä, mutta jatkosota on lähes vaiettu matkailullisessa mielessä. Yhteistyötä ei sodan hävinneen Saksan kanssa ole haluttu tuoda esille laajasti. Suoranaista taistelukenttiin liittyvää turismia ei ole, taistelupaikat ovat rajan takana. Samoin Australian omalla maaperällä on käyty vain vähän taisteluja, joten varsinainen taistelupaikkaturismi suuntautuu oman maan rajojen ulkopuolelle I ja II maailmansodan kohteisiin mm. Gallipoliin Turkissa ja länsirintamalle Eurooppaan. Kotimaassa toiminta pohjautuu museoihin, muistomerkkeihin ja monumentteihin sekä niiden yhteydessä tapahtuvaan toimintaan (Prideaux 2007, 23).

Sisällissodat vaikuttavat mielissä vielä pitkään, voittajataho esittää muistomerkeissään oman totuutensa ja vie aikaa ennen kuin muistomerkeistä tulee yhteisiä. Suomessa tästä vaiheesta aikaa on kulunut 100 vuotta ja ollaan pääsemässä puolueetottomaan vaiheeseen. Mutta Espanjassa, jossa sisällissodasta on kulunut yli 70 vuotta, alkaa vasta nyt toisen osapuolen ääni nousta kohteissa kuuluville. The Valley of the Fallen, sisällissodassa kaatuneiden monumentti tehtiin jo toisen maailmansodan ai-

kaan pitkäaikaisen johtajan eli Francon aikana. Paikan esittelyssä puhutaan hyvin vähän sen synkästä puolesta mm. sotavankien ja toisinajattelijoiden käytöstä rakennustöissä. Se on esimerkki politiikkojen roolista kohteiden luomisessa ja kehittämisessä. (Smith 2007, 107-108). Vastaavasti Puolassa halutaan tuoda enemmän esille I maailmansodan roolia maan historiassa, jolloin sen maaperällä taisteli kaksi vierasta armeijaa. Puolaiset joutuivat molempien joukkoihin taistelemaan toisiaan vastaan. Tämä on jäänyt toisen maailmansodan tapahtumien varjoon. (Bończak 2014, 26).

Muuntuneena kohteena voidaan pitää Atlantin vallia Ranskassa eli the Atlantic Wall, josta on tullut muistomerkki molempien puolen kaatuneille. Yhden rintaman muistomerkistä on muovautunut yhteinen muistopaalu kaikille sodan osapuolille. Kansallisesta isänmaallisesta kohteesta on tullut kansainvälinen. (Gordon 2012, 185-186). Ranskan Maginot-linja tai Suomessa Salpalinja ovat tulleet turistikohteiksi vasta kun niiden puolustuksellinen merkitys on poistunut tai vähentynyt. Maginot-linja tuli matkailukohteeksi vuoden 1964 jälkeen, kun Ranska siirtyi ydinohjuksiin tavanomaisen puolustuksen sijaan (mts, 187). Suomessa puolustusvoimat lopetti käytännössä Salpalinjan ylläpidon kylmän sodan jälkeen, kun linjapuolustuksesta vähitellen luovuttiin ja teräsbetonikorsuilla ei ollut enää taistelumerkitystä. Ensimmäiset kohteet matkailulle kunnostettiin 1980-luvulla puolustusvoimien luvalla. Virallinen luopuminen tapahtui vasta 2000-luvun alussa.

Sotahistoriaa voidaan esitellä monin tavoin. Se voi olla vakavaa, viihteellistä, perustua toimintaan tai vain hiljaisuuteen. Tavan valinta on kytköksissä paikan historiaan ja kenelle sitä esitellään. Esimerkiksi Cambridge Armistic Day:n tapahtumat Uudessa Seelannissa ovat yhdistelmä I maailmansodan vakavuutta ja uusintataisteluita tarkoituksenaan tuottaa viihdettä ja taloudellista hyötyä. Tapahtumia on muokattu kävijäystävällisemmiksi aikataulun suhteen ja toimintaa on laajennettu alkuperäisestä (Ryan & Cave 2007, 183). Uusintataisteluihin luotetaan myös USA:n sisällissodan esittelyissä. Massiivisillakin tapahtumilla halutaan kertoa valtion ja orjuuden historian lisäksi rahasta ja vallasta. Molempien osapuolten tarinaa korostetaan (Ryan 2007, 202-203). Vapaaehtoisten harrastajien rooli on merkittävä taisteluesitysten toteutuksessa. Aina ei tarvita esittelyitä vaan hiljaisuus riittää. Cullodenin taistelukentällä Skotlannissa ei sallita taisteluita kunnioituksesta kaatuneita kohteen (McLean, Garden & Urquhart 2007, 228). Sotahistoriaikohteet saattavat olla myös yllättäviä, joistakin on tullut

vähän sattumalta alueen päävetovoimatekijöitä. Salaiset paikat kuten Maginot-linja tai Rautaesirippu-reitti sekä muut suljetut raja-alueet houkuttelevat (Nagy 2012, 50).

Sotahistoriaa voidaan esitellä myös teemallisten reittien tai vaellusten avulla. Australialaisten kiinnostuksen kohteena on viime vuosina ollut Kokoda Trail -reitti Papua-Uusi Guineassa. Tämä oli II maailmansodan aikana australialaisten sotilaiden kulke- ma vaivalloinen reitti, jolla on vahva merkitys kansalliselle itsetunnolle. Reitin pituus 96 km ja aikaa sen suorittamiseen kuluu 5-10 päivään. Reitti on taistelua viidakon lävitse, jokien ylityksiä, kiipeämistä jyrkillä rinteillä sateessa tai kosteudessa. Vaellus on kallis, fyysisesti vaativa ja riskialtis. (Hawkins 2013, 2). Kaakkoisessa Suomessa järjestettävä Salpavaellus on tähän verrattuna leppoisa tapahtuma, jossa vaelluksen pituus voi vaihdella 1-3 päivään. Tapahtumaa on järjestetty jo yli 20 vuotta ja vuosit- tainen osanottaja määrä vaihtelee 200 henkilön molemmin puolin. Vaellus noudatte- lee osin olemassa olevaa Salpapolkua. (Salpavaellus 2015).

Miksi sotaan liittyvissä paikoissa siiten käydään? Eri lähteistä on poimittu seuraavia asioita, syyt ovat joko henkilökohtaisia, kansallistunteesta tai yleisestä kiinnostukses- ta johtuvia (Timothy 2011, 454-455, Ryan 2007, 8 ja 249-254, Bończak 2014, 18, Hawkins 2013, 8-15):

- tapahtumien sekä kaatuneiden muistaminen
- eläytyminen tapahtumiin ja autenttisuuden haku
- sotilasarkkitehtuuri kiinnostuksen kohteena
- kansallistunteen ja totuuden vahvistaminen, ikoniset paikat
- uteliaisuus ja luetun kokeminen
- helppo saavutettavuus

Yleisesti kaatuneita muistetaan käymällä muistomerkeillä, monumenteilla ja hau- tausmailla. Saman teeman alle voidaan liittää yksittäisten sotatapahtumien, sank- reiden tekojen ja sotapäälliköiden muistaminen. Myös iloisia asioita kuten sodan lop- pumisen hetkiä tai synkkiä asioita kuten keskitysleirit voidaan muistella. Henkilökoh- taiset syyt käydä kohteissa ovat tällöin vahvat, joko itse tai perheenjäsen on ollut mu- kana tapahtumissa. Muistuttaa osittain pyhiinvaellusta.

Eläytymällä tapahtumiin halutaan kokea taistelut uudelleen autenttisilla taistelupaikoilla joko nuoren sotilaan roolissa tai uusintataisteluiden kautta, jolloin haetaan jännitystä ja otetaan riskejä. Erikoisimmissa ja vaativissa kohteissa korostuu seikkailunhalu, jolloin osallistuminen voi olla lisäksi miehisyden testi. Toisaalta autenttisilla paikoilla halutaan tutustua paikallisiin ihmisiin ja kulttuuriin sekä luontoon ja ymmärtää kokonaisuutta.

Sotilasarkkitehtuuriin tai sotateknologiaan voidaan lukea linnojen, linnoitusten ja linnoitteiden lisäksi kalustot, laitteet, aseet ja koneet sekä aiheeseen liittyvät museot. Mielenkiinnon kohteena voi olla sotapäälliköiden asuinpaikat tai sotaan liittyvä taide. Käymällä kohteissa haetaan vahvistusta kansallistunteelle ja totuudelle sekä haetaan tapahtumille oikeutusta ja sosiaalista hyväksyntää. Tähän ryhmään kuuluvat ikoniset paikat, joissa käyminen on pakollista tietyille ryhmille. Kirjoitetut tarinat, dokumentit tai fiktiiviset elokuvat herättävät myös kiinnostusta käydä aidoilla tapahtumapaikoilla.

Luettelon lopulla oleva syy eli uteliaisuus kuolemaa kohtaan ja halu nähdä tai kokea itse toimintaa menee jo normaalin turismin ulkopuolelle. Osa näistä paikoista ei ole välttämättä tarkoitettu matkakohteiksi ja ne ovat vähemmän kaupallistettuja. Matkakohteena keskitysleiri luetaan synkkää matkailuun eli dark tourismiin ja osallistuminen itse meneillään oleviin sotatapahtumiin luetaan hot war tourismiin (Timothy 2011, 446-447).

Helppo saavutettavuus on myös yksi syy käydä kohteessa. Paikalle voidaan tulla hetken mielijohteesta ilman varsinaista syytä, jos se on vain sopivasti muun kulkureitin varrella. Sotahistoriallinen kohde on matkakohteena vain yksi kohde muiden kohteiden joukossa. Yleensä kohteen valintaan vaikuttaa monta syytä. Oli syy saapua paikalle mikä tahansa, on syytä muistaa, että taistelukentät ja muut paikat herättävät syviä tunteita. Ne muistuttavat ihmisten ja valtioiden kyvyttömyydestä elää rauhassa naapureiden kanssa. Vierailija voi kokea empatiaa uhreja kohtaan, muistella menneitä, kauhistella väkivaltaisuuksia tai toivoa tulevaisuuden sujuvan taisteluista (Ryan 2007, 254)

Yleisesti voidaan todeta, että pienen mittakaavan sodat säilyvät muistissa tuoreena yhden tai kaksi sukupolvea. Isommat sodat muistetaan kauemmin, niitä muistellaan

ja niistä kirjoitetaan myös enemmän. Mitä laajempi, väkivaltaisempi sota tai sen yksittäiset tapahtumat ovat, sitä enemmän se kiinnostaa laajempaa yleisöä ja säilyy kauemmin muistissa (Timothy 2011, 454-455). Maantieteellisesti pienellä alueella ja kestoltaan lyhytaikainen sota voi olla yhdelle sukupolvelle hyvinkin merkityksellinen ja kansallisen vaikutus voi olla huomattava, mutta sotahistoriallisina matkailukohteina esille nousevat yleensä suurten sotien tapahtumat.

2.3 Esittelytavat: elämystä, oppimista vai ”edutainment”

Freeman Tilden loi kulttuuriperintökohteiden opastuksen periaatteet jo vuonna 1957 julkaisussaan *Interpreting Our Heritage* ja näitä voidaan soveltaa yhä edelleen opastuksissa. Timothy (2011, 229-230) mukailee näitä kuutta periaatetta seuraavasti.

- Tiettyyn paikkaan liittyvän opastuksen pitää olla yksilöllinen ja persoonallinen, vierailijan käynti ei saa olla steriili.
- Tiedottaminen ei ole opastusta, vaan opastus pohjautuu tietoon.
- Opastus on yhdistelmä yhtä tai useampaa taitoa/taidetta, jossa esitettävä materiaali on tiedettä, historiaa tai arkkitehtuuria. Pääsääntöisesti opastus on opettavaa.
- Opastus ei ole vain ohjeistusta vaan myös provokaatiota eli ajattelemista aiheuttavaa.
- Opastus käsittelee mieluummin kokonaisuuksia kuin osia.
- Lasten opastus ei saa olla laimennettu versio aikuisen opastuksesta, vaan se vaatii oman sisällön ja lähestymistavan.

Opastuksen periaatteet ovat edelleen samat, mutta opetuksesta on tullut viihteellisempää. Kouluttaminen sekä muodollisuus ovat jääneet vähemmälle (Timothy 2011, 231). Uusimpien tutkimusten mukaan viihde voi olla tehokas menetelmä vieraiden kouluttamiseen historiallisilla paikoilla. Viihde on työkalu, jolla saadaan herätettyä ja ylläpidettyä asiakkaan kiinnostus asiaan. Pelkät faktat ja taulukot eivät enää riitä, vaan tarvitaan opetuksen ja viihteen sekoitusta. Opastus voi sisältää huumoria, teknologian hyödyntämistä ja näyttelemistä. (mts, 234-235)

Chris Ryan (2007, 6-8) jakaa esittelyt neljään ryhmään, joissa huomioidaan joko pelkät objektiiviset tosiasiat vältellen ikäviä asioita, korostetaan osanottajien sankaruutta, tarkastellaan paikkaa osana laajempaa kokonaisuutta tai luodaan paikalle uusi meillä olevaan aikakauteen paremmin soveltuva tarina. Lähes kaikki on sallittua ja mitä kauemmas tapahtumasta ajallisesti mennään, sitä enemmän voidaan opastuksen näkökulmaa muuttaa. Asioista voidaan kertoa hyvin monin eri tavoin ja monesta eri näkökulmasta.

Oppaiden käsikirjoitukset tai opaskirjat eivät ole enää neutraaleja kuvauksia historian faktoista tai näkyvistä ominaisuuksista, vaan ne ilmentävät tapahtumia tunteiden kautta. Tapahtumat dramatisoidaan jonkun henkilön avulla joko totena tai fiktiona, tarkoituksena on herättää kävijälle tunteita siitä, mitä on saatettu tuntea. (Robinson 2012, 41). Vaarana on, että fiktio voi syrjäyttää totuuden.

Seuraavia menetelmiä ja tekniikoita käytetään nykyään sotahistoriallisten kohteiden ja erityisesti taistelukenttien esittelyssä (Piekarz 2007, 34-36, Timothy, 2011, 238-245). Sotahistoriallisen kohteen ympärille on synnytetty nykyaikaisia matkailukeskuksia, joissa taistelut ja muut tapahtumat esitellään uusinta tekniikkaa hyödyntäen. Paikan päällä myydään aiheeseen liittyviä kirjoja ja tuotteita. Tarjolla on lisäksi muita matkailuun liittyviä palveluita kuten ravintolat, hotellit ynnä muuta sellaista. Jos varsinaista taistelupaikkaa ei voi esitellä, niin tapahtunutta esitellään lähialueen museossa tai muussa historiallisessa rakennuksessa esimerkiksi linnassa, jonne on usein koottu taisteluun liittyvää esineistöä ja mahdollisesti kosketettavia replikoita.

Opastusta on mahdollista saada sekä museoissa että taistelukentillä. Vetäjinä toimivat sekä vapaaehtoiset että palkatut oppaat. Elävöittämistä tehdään elävien museoiden, draamaoppaiden ja aikakauden elämänmenoja esittävien näyttelijöiden avulla. Taisteluita ennallistetaan ja aikakauden tapahtumia uusitaan. Omatoimi matkailijoille on tarjolla perinteisiä opastauluja, kylttejä ja muistomerkkejä varsinaisilla tapahtumapaikoilla. Erilaiset mobiiliopastukset ovat lisääntyneet. Omatoimiseen tutustumiseen joko kävellen tai laajemman kokonaisuuden suorittamiseksi autoillen on tarjolla valmiiksi suunniteltuja reittejä oheispalveluineen. Tietoja reiteistä löytyy esitteistä ja internetistä.

Seuraavaksi on esitelty muutama esimerkki opastuksen muuttumisesta pelkistä faktoista tunteisiin vaikuttamiseen. Vuoteen 2004 asti amerikkalaista toisen maailmansodan lentotukialusta Yorktownia Charlestonissa mainostettiin sloganilla ”The greatest generation's greatest weapon”. Aika kului ja kävijät vähenivät, kun pelkkä sotateknologia ei enää kiinnostanut. Miehistö haluttiin nostaa esittelyssä aluksen rinnalle ja heistä tehtiin uudistettu näyttely. Esitteissä lukee nyt: ”Our goal is to tell the personal stories of the men, women and families who made their sacrifices to preserve our freedoms”. Ei kertomuksia kuolemasta ja sankaruudesta vaan siitä mitä tavalliset ihmiset voivat tehdä epätavallisissa olosuhteissa. (Ryan 2007, 214-219)

Syksyllä 2014 toteutettiin ensimmäisen kerran Lappeenrannan taistelun 1741 vuosi-päivän esitys, joka oli draamallinen pienistä tarinoista koostuva kierros taistelupäivän tapahtumiin (Draamaesitys Pölkky 2014, 2015). Kohtaukset toteutettiin Lappeenrannan linnoituksessa. Esityksen olivat kirjoittaneet paikalliset historiankirjoittajat ja ohjaus oli ammattimainen, esiintyjät olivat pääasiassa harrastajia. Tapahtuma toteutettiin uudelleen syksyille 2015. Ohjaajan vaihtumisen johdosta esitystä oli muutettu humoristisempaan suuntaan ja mukaan oli otettu enemmän ajankohtaisia ja paikallisia asioita. Sää suosi uutta esityskertaa edellistä kertaa paremmin ja henkilökohtainen kokemus oli myönteisempi. Kumpi sitten jäi esityksestä enemmän mieleen varsinaiset Lappeenrannan taistelun tapahtumat vai humoristiset heitot nykypäivään?

Kävijän tunteisiin pyritään vaikuttamaan myös autenttisuudella, mutta liiallinen aitous voi olla liikaa ja osa kauheuksista piilotetaan kauniin maiseman taakse. Esimerkiksi Birkenau keskitysleirissä kukoistava luonto ja rauniot muodostavat erityisen kokonaisuuden. Tällä manipuloidaan ilmapiiriä ja luodaan shokkivaikutus, ei vain siellä tapahtuneiden kauheuksien takia vaan myös sen takia, että paikka on odottamattoman kaunis. Kävijälle tulee ristiriita keskitysleireistä aiemmin luetun kuvauksen ja kauniin maiseman välillä. (Rapson 2012, 166). Vaikka Kokoda Trail -reittiä Papua-Uuden Guinean halki mainostetaan autenttisena kokemuksena, se ei ole täysin sitä. Retken alku ja loppu eivät kulje maastossa autenttisilla paikoilla, eikä yhteys vaeltajilla ole kyliin ja ihmisiin samanlainen kuin ennen. Maasto ei ole vuosien kuluessa muuttunut, mutta nyt vaeltajan ei tarvitse kokea nälkää eikä fyysinen rasitus muodostu niin rankaksi. Reitti vaikuttaa enemmän tunteisiin kuin fyysiikkaan. (Hawkins 2013,

14) Vaeltajien päätarkoitus on nykyään itsensä löytäminen, mutta siitä selvinneet sotilaat palasivat kotiin murtuneita miehinä (mts, 19).

Opastukseen ja esittelyihin liittyy olennaisesti yleisön tunteminen. On tiedettävä keitä sotahistoriakohteissa kävijät ovat. Ovatko he veteraaneja, ulkomaisia vai kotimaisia turisteja, harrastajia, uhrien omaisia vai vihollisen jälkeläisiä? Lisäksi on tiedettävä ne syyt, miksi he tulevat. Onko kyseessä muistaminen, oppiminen, henkinen kokemus vai nostalgia? Opastuksen tulee muuntua opastettavan ryhmän mukaan. (Timothy 2011, 466).

Uusia elävöittämissä ja osallistamissä keinoja esiteltiin julkaisuissa vähän, keinot liittyvät lähinnä uusintataisteluihin, vaeltamiseen ja juhlapäivien viettoon ajan tapaan. Kävijä on edelleen sivustakatsoja, joka kulkee ajan henkeen pukeutuneiden oppaiden mukana ja kuuntelee heidän tarinaansa. Varsinainen tekeminen jätetään ammatillisille ja vapaaehtoisille harrastajille. Teknologian kehittyminen huomioidaan esittelyiden moninaistamisessa, mutta ei osallistamissä keinona. Osallistamissä käsitellään enemmän osana tuotepaketin luomista luvussa 3 benchmarkkauksen kautta. Esittelyiden muutostarve kuitenkin tunnustettiin. Dallen J. Timothyn (2011, 467) on todennut, ettei ajan kuluminen aina poista yksilön tai yhteisön muistia, mutta uusille sukupolville asioita pitää kertoa uusilla tavoilla ja vastata uusien sukupolvien tarpeisiin. Jo Hawkins (2013, 4-5) on vastaavasti todennut aihepiiriin liittyvän kiinnostuksen eriävän eri ikäluokkien kesken, vanhemmilla toiminta on enemmän maallista pyhiinvaellusta, mutta nuoremmilla se on uutuuden etsintää ja sosiaalista motivaatiota, jolloin kohteissa käyminen rinnastuu vapaa-aajan turismiin. Näin ollen joudumme tulevaisuudessa miettimään olemassa olevien esittelyiden lähtökohtia uudelleen. Mitä esittelään, miten, kenelle ja miksi?

3 TUOTEPAKETIN LUOMINEN

”Kirvesmies Armas Jukarainen jatkoi matkaansa kapeaa tietä kohti Rutolaa. Tie kiemurteli kaivantojen ja kiviesteiden välissä, muutamia pieniä mökkejäkin matkan varrella oli. Vihdoin vastakkaisella mäellä häämötti suuri kaksikerroksinen valkoinen rakennus, jossa pitäisi ilmoittautua rakennusmestari Hakalalle. Myös täällä olivat työt käynnissä, metsä oli hakattu lammen rantaan asti, rinteessä ahkerivat sotilaat kaivamassa ja lähempänä rantaa pystytettiin isoja kiviä. Kauem-paa kuului ujeltava poran ääni, kun terä etsi tietänsä kallion läpi. Aamulla olisi jo Jukaraisenkin työpanos Suomen puolustuksen käytössä.”

- Elina Lyijynen, ote taustarinasta, Liite 1

Tuotepaketin kehittäminen alkoi taustatarinan kirjoittamisella kirvesmies Jukaraisen saapumisesta Salpalinjan työmaalle. Samoin ”Päivä linnoitustöissä”-tuote alkaa asiakkaan saapumisesta työmaalle. Tuote pohjautuu todelliseen tapahtumiin välirauhan ja jatkosodan ajalta. Tapahtumapaikka on autenttinen sekä mukana olevilla henkilöillä on ollut joko todellinen esikuva tai fiktiivinen henkilöahmo on koottu tositapahtumien pohjalta. Myös saapuvien asiakkaiden eli työmaan uusien rakentajien rooli pohjautuu todellisiin olosuhteisiin.

3.1 Kehittämisen lähtökohdat

Enimmillään maaliskuussa 1941 Suomen suurimmalla työmaalla oli töissä 35 000 henkilöä ja heitä muonitti 2 000 lottaa. Töihin tarvittiin insinöörejä, rakennusmestareita, kirvesmiehiä, kivimiehiä, autonkuljettajia, hevostmiehiä sekatyömiehiä ynnä muita eli monenlaista osaajaa. Lisäksi rakennustöissä oli mukana useita rakennusliikkeitä, jotka vastasivat pitkälti kestolaitteiden kuten teräsbetonikorsujen rakentamisesta. Kenttälainnoitteita eli maasta ja puusta tehtyjä rakenteita tekivät myös sotilaat. Työ oli raskasta, koska koneita oli vähän ja niiden teho oli heikko nykypäivän laitteisiin verrattuna. Koska rakentaminen tapahtui pääasiassa syrjäisillä alueilla, niin rakentajat majoittuvat varta vasten rakennettuihin parakkikyliin, alkuun majoituttiin teltoihin tai kylien taloihin. Työmaiden muonituksesta pitivät huolta lotat.

Etelä-Karjalassa ei ole Salpalinjaan liittyvää museota, johon opastuksia voisi kytkeä kuten Miehikkälässä ja Virolahdella, vaan toiminta tulee suunnitella muulle pohjalle eli yhdistyspohjalle ja verkostojen varaan. Eräs mahdollisuus on hyödyntää tukikoh-tana Lappeenrannan reserviläisten omistuksessa olevaa Salpamajaa Rutolassa, joka sijaitsee Lappeenrannan kaupungin länsipuolella Mikkeliin vievän tien läheisyydessä. Majan vieressä on kahden konekiväärin teräsbetoninen korsu, panssarivaunun tor-nista tehty teräspesäke sekä Kärjenlammen pohjoisrantaan kiertävä panssarikivieste. Lisäksi läheisyydessä on muita puolustuslinjan kaivantoja. Myös pieni pätkä uudel-leen rakennettua puilla tuettua yhteyshautaa on valmiina. Salpamaja ympäristöineen kuuluu laajempaan linnoitekokonaisuuteen, jolla pyrittiin estämään vihollisen etene-minen kaakosta Mikkelin suuntaan ja muualle Sisä-Suomeen. Salpamajaa vuokra-taan tällä hetkellä reserviläisten ja reservinupseerien sekä ulkopuolisten käyttöön. Rakennuksessa on tupatila keittiöineen, johon sopii noin 20 henkeä syömään sekä saunatilat.

Vuonna 2013 kyseltiin Lappeenrannassa asukkaiden ja turistien halukkuutta osallis-tua erilaisille Salpalinjaan liittyville retkille ja tutustumiskäynneille osana Salpapolku-hanketta. Kyselyn teki Mari Matikainen (2014) osana opinnäytetyötään. Eniten suo-siota sai vastaajien keskuudessa parin tunnin opastus kahveineen, pidempää aikaa yhden kohteen parissa ei haluttu viettää. Lisää aikaa ollaan valmiita kuluttamaan, jos esittelyyn sisältyy myös muita lähialueen kohteita ja muuta historiaa. Kysely suunnat-tiin lisäksi muutamille Salpavaellus-tapahtuman osanottajille, he olivat asiaan jo enemmän perehtyneinä halukkaampia pidempi kestoisiin tapahtumiin yhden aiheen parissa. Asiakkaat kaipasivat lisäksi valmiita opastuspaketteja kuljetuksineen Salpa-linjalle, kohteet koettiin ulkopaikkakuntalaisen hankalaksi saavuttaa. (Matikainen 2014, 19-20, Salpapolku -hanke, 2013-2014). Kysyntää kehitettävälle tuotteelle oli jo tuolloin olemassa. Kyselyn pohjalta suunniteltiin jo aiemmin pelkkään opastukseen pohjautuva tuote, jossa huomioitiin myös muu Rutolan alueen historia ja sen rinnak-kaiset kohteet Salpalinjan ohella (Kotonen, 2014).

Perusopastuksia Salpalinjaan tehdään jo alueella. Kävijät kaipaavat enemmän elä-myksellisyyttä ja osallistumista pelkän opastuksen lisäksi. Salpamaja ympäristöineen mahdollistaa hyvinkin monenlaista toimintaa vaikka koko päiväksi. Myös maastoon voidaan kajota, koska tontti on reserviläisten oma ja he vastaavat alueen kunnossa-

pidosta. Lähtöidea, toimijat ja paikka olivat valmiina. Seuraavana vaiheena on tuotteen rakentaminen sekä osallistamisen toteuttaminen.

Jo kehittämistyön alkuvaiheessa oli selvää, ettei koko kehittämisprosessia saada vietyä lävitse valmiiksi markkinoitavaksi tuotteeksi asti ajan puutteen vuoksi, vaan työ keskittyy enemmän idean kehittämiseen, arviontiin ja analyysiin eli innovaatioprosessiin (Kaavio 4). Varsinainen tuotantoprosessi jää tilaajayhdistyksen tehtäväksi. Voidaankin pikemmin puhua tuoteaihion kuin valmiin tuotepaketin rakentamisesta. Prosessin kuvaus etenee kehittämistyössä luvuittain. Aluksi tutustutaan tuotteen rakentamisen menetelmiin. Seuraavaksi haetaan benchmarkkauksen kautta tietoa osallistamisesta ja sen soveltamisesta. Sitten keskitytään tarinoiden merkitykseen tuotteen rakentamisessa ja markkinoimisessa sekä haetaan tuotteelle kohderyhmiä. Ennen toteutuneen suunnitteluprosessin ajallista kuvausta esitellään toimintaan liittyviä haasteita ja rajoituksia. Lopuksi pilotoidaan ja arvioidaan tuote. Jatkokehittämisen tarpeet käsitellään luvussa 4 eli tuloksissa.

Tuotepaketin luomisen alkuvaiheessa painopiste oli vahvasti asiakasnäkökulman puolella, mutta työn edetessä näkökulma painottui yhä enemmän toimijaan. Asiakshavainnoijasta tuli konkreettinen toimija ja asiakaspilotointi vaihtui oman sidosryhmän sisäiseen pilotointiin kesän aika. Tämä näkyy kehittämisprosessissa siten, että alku painottuu asiakkaaseen ja loppu toimijaan. ”Päivä linnoitustöissä”-nimi on kehittämisvaiheen nimitys tuotepaketille, myyntinimi saattaa olla aivan muuta.

3.2 Tuotteen rakentamisen menetelmät

Tuotteistamisesta ja tuotteen rakentamisesta on tehty useita teoksia kuten Jari Parantaisen julkaisut, uudempaa ajattelua edustaa Anna Kalliomäen *Tarinallistaminen - Palvelukokemuksen punainen lanka*. Tässä työssä on kuitenkin pääasiassa käytetty pohjana Mika Tonderin julkaisua *Ideasta kaupalliseksi tuotteeksi - Matkailupalveluiden tuotteistaminen* sekä hänen vuonna 2014 esittämiään ajatuksia *Historian tuotteistamisen* luennolta (Tonder, 2013 ja 2014). Tonder on toiminut yliopettaja Saimaan ammattikorkeakoulun matkailualan opetus-, tutkimus- ja kehittämistehtävissä sekä alan konsulttina. Koska sotahistorian opastus ja sen elävöittäminen kuuluvat laajem-

paan kulttuurimatkailun sektoriin, niin matkailupalvelun tuotteistamisen runko soveltuu tähän kehittämistehtävään hyvin.

Tonder esittelee julkaisussaan kaavion (Kaavio 4), joka esittelee palvelun tuotteistamisen prosessit ja vaiheet sekä tuotteistamisen työkalut. Idean luominen on vain ensimmäinen askel ketjussa kohti monistettavaa ja dokumentoitavaa tuotetta.



Kuvio 1. Palvelun tuotteistamisen prosessit ja vaiheet sekä tuotteistamisen työkalut

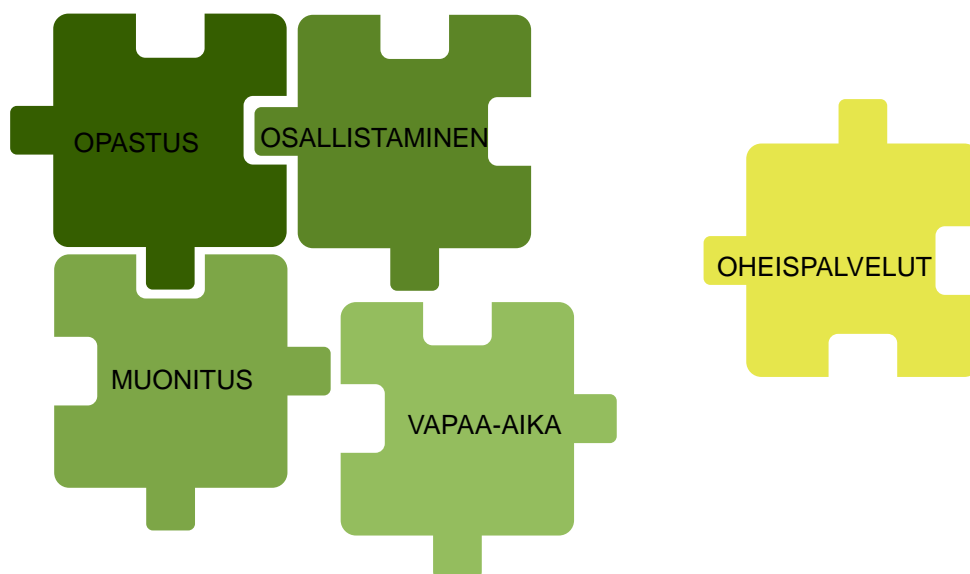
Kaavio 4. Tuotteistamisen prosessi. Lähde: Tonder 2013, s.12.

Tässä työssä pyrittiin noudattamaan Tonderin esittämää ajatusta tuotteen rakentamisen vaiheista. Tämän ohella on pyritty pitämään mielessä Tonderin (2014) Historian tuotteistamisen luennolla Lemillä korostamia tuotteistamisen kolmea peruselementtiä, jotka ovat tarina, kohderyhmä ja toteutustapa. Erikseen on nostettu esille osallistaminen, joka on yksi tuotteen erityispiirteistä. Lopulta toteutunut kehittämisprosessin aikataulu ja sen vaiheet on esitelty luvussa 3.7.

Asiakasnäkökulmasta tuotteen tai palvelun rakentamista voidaan lähestyä myös palvelumuotoilun kautta, jossa palvelupolku on asiakkaan kokema palvelukokonaisuus. Sitä voidaan havainnoida eri näkökulmista. On olemassa konkreettinen palvelupolku, joka sisältää konkreettiset toimet, emotionaalinen palvelupolku, joka sisältää tunteita, sekä sosiaalinen palvelupolku, joka pohtii käyttäjän muodostamia merkityksiä suhteessa muihin ihmisiin tai palveluihin. Selkeintä on hahmottaa konkreettinen palvelupolku esimerkiksi service blue printin avulla, johon yksittäiset kontaktipisteet merkitään. (Hämäläinen, 2012, 31-33). Tätä voidaan hahmotella jo ennen ensimmäistä pilotointia, mutta vasta pilotoinnissa saadaan tuotteen osat ensimmäisen kerran kohdalleen. Tällöin kyetään havaitsemaan toimimattomuuskohdat ja havainnoimaan to-

teutuiko toiminnan draaman kaari halutulla tavalla. Kehittämisprosessin alkuperäisenä tarkoituksena oli päästä hahmottamaan konkreettinen asiakkaan service blueprint, mutta siitä jouduttiin luopumaan näkökulman muuttumisen vuoksi.

Vaikka ”Päivä linnoitustöissä”-paketti tulee olemaan aika pitkälle asiakasryhmään mukaan räätälöity, niin toteuttajien työn helpottamiseksi on päädytty modulaarisointiin. Tällöin voidaan vastata asiakasryhmien erilaisiin tarpeisiin, mutta toiminnot ovat kuitenkin järjestävän tahon hallittavissa muutamalla eri variaatiolla eri osa-alueista. Moduulirakenteisen tuotteen rakentamisessa on hyödynnetty sekä Mika Tonderin (2013, 110-111) että Jari Parantaisen (2007, 47-48 ja 92) ehdottamia suuntaviivoja ja ajatuksia massaräätälöinnistä ja tuotteen paketoinnista. Tuote on täysin tuotteistettu jokaiselta osa-alueelta, mutta tuotteen lopullinen kokoonpano koostetaan asiakkaan tarpeiden mukaan valmiista palikoista. Lopputulos on massaräätälöity.



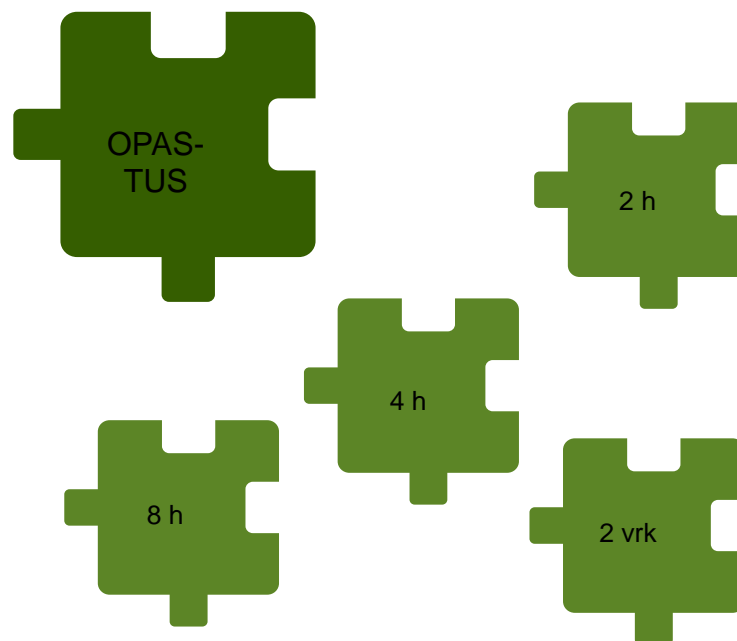
Kaavio 5. Tuotteen moduulirakenne.

Tuotteistettavassa palvelussa kokonaispalvelu rakennetaan erillisistä osa-alueista kaavion 5 mukaisesti:

- **Opastus:** opastus Salpalinjaan ja sen rakenteisiin
- **Osallistaminen:** linnoittamiseen ja parakkikylässä asumiseen liittyvät työt
- **Muonitus:** tarjoilut päivän aikana

- **Vapaa-aika:** saunominen ja vapaa-ajan ohjelma
- **Oheispalvelut:** majoitus, kuljetus

Näistä voidaan rakentaa eri vaihtoehtoa kokonaisuuksiksi eli tuotepaketeiksi, riippuen halutusta päivän keustosta, nähtävien kohteiden määrästä, linnoittamistöiden laadusta ja keustosta sekä halutusta vapaa-ajan ohjelmasta ja tarjoilusta. Joitain moduuleita voi jättää halutessaan pois eli tältä pohjalta voidaan myydä edelleen perinteistä opastus ja kahvihetki -pakettia tai vaikka pelkkää linnoitustyökokeilua illanviettoineen. Modularisoinnin etuna on myös se, että yksittäisiä osa-alueita voidaan kehittää myös erikseen ja ne voidaan kytkeä myöhemmin muuten valmiiseen pakettiin. Lisäpalveluina voidaan tarjota joko itse tai yhteistyökumppaneiden kautta joko majoitusta, kuljetuksia tai ruokailuita.



Kaavio 6. Yhden moduulin variaatiot. Esimerkkinä opastus.

Kaaviossa 6 on esitelty opastuksen eri variaatioita. Opastuksen kesto on riippuvainen esiteltävien kohteiden määrästä, sijainnista ja liikkumistavasta kohteiden välillä. Samalla tavoin voidaan varioida muita moduuleita asiakkaiden vaatimusten mukaisesti ja muodostaa erilaisia asiakaskohtaisia kokonaisuuksia. Suunnitteluvaiheessa ei ole vielä päätetty, mitkä osa-alueet yhdistys toteuttaa itse kokonaispaketista ja mitkä to-

teutetaan yhteiskumppaneiden avulla. Opastus ja toiminnallinen osuus ovat ensisijaisesti yhdistyksen toimintaa. Esimerkiksi resursseja majoituksen järjestämiseen lukuun ottamatta telttamajoitusta yhdistyksellä ei ole.

Teoriassa toimivan kulttuurimatkailu tuotteen kehittämisessä on syytä olla kolme eri toimijatasoa: matkailutoimija tai -yrittäjä, taide- tai kulttuuritoimija ja kulttuurituottaja tai muu vastaava toimija (Raakaidea 2012, 6-7). Käytännössä tähän ei aina päästä vaan yhdellä tai kahdella toimijalla voi olla useampi rooleja oman osaaminen mukaisesti. Tämä riippuu myös toimijoiden laadusta onko kyseessä yhdistys vai yritys tai harrastelijat vai ammattilaiset. Kaikki tahot osallistuvat toki ideointiin, suunnitteluun ja toteutukseen, mutta jokainen omalla osaamisalueella. Ideaalitulanteessa matkailutoimijalla painopiste on tuotteen myynnissä ja asiakaspalvelussa, kulttuuritoimijalla kulttuurisisällössä ja kulttuurituottajalla toteutuksessa (mts, 23). Tehdyssä kehittämisessä yhdistyksen sekä opinnäytetyön tekijän rooleja ei ole näin selkeästi pystytty erottamaan.

3.3 Osallistaminen osana tuotetta

Kehitettävän tuotteen pääidea on asiakkaan osallistamisessa. Kun sotahistoriamatkailun teoreettisesta tarkastelusta ei löytynyt suoraan osallistamiseen liittyvää asiaa, niin sitä on lähdetty etsimään benchmarkkauksen kautta hyödyntäen pääasiassa kotimaisia toimijoita sekä muita lähteitä.

Melko yleinen esittelytapa sotahistoriakohteissa on oppaan puhetulva hyvinkin yksityiskohtaista tekstiä pienen alueen sotatapahtumista muistomerkin, kartan tai jonkun esineen edessä. Taustatietoja omaava kuulija on hyvinkin kiinnostunut ja innostuu kyselemään. Toisaalta asiaan perehtymätön kuulija tipahtaa kärryiltä alkumetreilla. Välillä eroa harrastajaoppaan tai ammattilaisen välillä ei erota, välillä se on selvempi. Pelkkä historiaosaaminen ei riitä, vaan opastuksessa tarvitaan myös asiakaspalvelijan taitoja. Oppaan pitäisi pystyä huomioimaan koko ryhmä, sen lähtötaso ja kyetä muuntamaan esitystä ryhmän mukaan. Tätä ei pysty oppimaan kuin kokemuksen kautta.

Erilaiset linnat, linnoitukset ja linnoitteet, joihin pääsee konkreettisesti tutustumaan ja seikkailemaan, herättävät enemmän mielenkiintoa. Esimerkiksi Salpalinjan rakenteet (Salpakeskus, 2015), Ranskassa toisen maailmansodan aikaiset Maginot-linjan bunkkerit (Maginot-linja, 2015) tai Vietnamin sodan aikaiset tunnelit (Cuchitunnels, 2015) ovat tällaisia kohteita. Miehikkälän Salpalinja museolla esittely koostuu museorakennuksen näyttelystä multimedioineen, ja ulkomuseoalueen metsämaastossa sijaitsevista opastetuista reiteistä (Salpalinja-museo, 2015). Opastus voi pohjautua myös virtuaalisuuteen, uudempaa suomalaisen sotahistorian esittelyä edustaa Sotahistoriakeskuksen verkkopalvelu ilmasodasta ja Mikkelin pommituksista (Sotahistoriakeskus, 2015). Asiakas voi itse päättää missä järjestyksessä asiaan tutustuu, mutta muu toiminnallisuus jää napin painajan osaan.

Opastuksen tunnelmaa lisää usein ajan aikakauteen pukeutunut opas, joka johdattaa draaman keinoin kävijät tunnelmaan. Opastus voi liittyä näyttelyyn tai rakennukseen, mutta draamaopastus henkilöityy kuitenkin vahvasti esittäjäänsä. Esimerkkinä tästä on rakennusmestari Rissanen Salpalinja-museolla Miehikkälässä. Kierros tutustuttaa kävijät rakennusmestari Arvo Rissasen johdolla vuoden 1942 tunnelmiin Salpalinjan rakennustyömaalla. Opastus on kehitetty museolla aikaisemmin olleen sotilasopastuksen pohjalta. Museon omia sekä muita arkistolähteitä hyödyntäen on kehitetty todelliseen henkilöön pohjautuva draamahahmo eli rakennusmestari Rissanen. Sittemmin Rissanen on esiintynyt myös museon ulkopuolella. (Teemaopastukset 2015, Suoknuuti haastattelu 2015). Draamaopastus rakentuu oppaan oman persoonan ympärille ja tätä voidaan hyödyntää erilaisten kohteiden esittelyssä. Asiakas on kuitenkin edelleen kuuntelija ja perässä kulkija, jollei opas pysty kytkemään jotain osallistavaa toimintaa mukaan.

Harvemmin asiakas pääsee itse osallistumaan, jollei kuulu johonkin historian elävöittämisryhmään tai harrasta jonkun aikakauden taisteluita. Aikamatkailua on suunnattu enemmän lapsille houkutellen heitä keskittymään ja eläytymään esillä olevaan asiaan. Vuonna 2006 toteutettiin Lappeenrannan linnoituksessa lapsille suunnattuja osallistavia draamakierroksia, jossa pääsi istumaan jalkapuuhan ja äkseeraamaan harjanvarsilla. Toteutus oli osa kulttuurituottaja Timo Mattilan Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Mattila on myöhemmin käsikirjoittanut ja tuottanut historiaan liittyviä näytelmiä, joissa yleisöön on otettu kontaktia esityksen aikana. Mattila

muistutti haastattelussa erityisesti siitä, että asiakas päättää aina itse osallistuuko toimintaan eikä esityksen vetäjät. Kaikki eivät halua osallistua julkiseen esiintymiseen, ketään ei voi pakottaa eikä saa vahingossakaan nolata. (Mattila 2007, Mattila haastattelu 2015).

Mattila (2007, 2015) painottaa erityisesti seuraavia asioita oman kokemuksensa pohjalta. Käsikirjoituksen tulee pohjautua aina vankoilta asiatiedoille, mutta totuudenmukaisuus saa väistyä tarvittaessa tunnelman tieltä. Esitystavan tulee pohjautua esiintyjän omiin vahvuuksiin esiintyjänä. Roolihahmon valinta tukee tarinaa ja visuaalinen ilme tukee esitystä. Vuorovaikutus ja toiminallisuus syntyy yhdessä asiakkaiden kanssa tekemällä. Toiminallisuuden tai draaman kautta voidaan käsitellä vaikeita asioita myös lasten kanssa. Ulkotiloissa muuttuviin sääolosuhteisiin ja turvallisuuteen on kiinnitettävä jo ennalta suunnittelussa huomiota.

Osallistaminen voidaan sitoa myös paikkaan. Esimerkiksi Latvian Liepajassa sotahistorian esittelystä on tehty pidemmälle viety kokemus. Liepajassa on Venäjän tsaarien että Neuvostoliiton aikainen merivoimien tukikohta, jossa on mahdollisuus kokeilla Karostan vankilassa elämää 24 tuntia neuvostosotilaana (Liepaja, 2015). Esittelyvideosta ei selvinnyt kuinka paljon asiakkaalla on itse mahdollisuutta vaikuttaa kokemukseen vai meneekö se ennalta määrätyn käsikirjoituksen mukaisesti. Kokemus on kuitenkin normaalista museokäynnistä poikkeava.

Uusin ja aikuiselle tarkoitettu sotahistoriaan liittyvä draamakierros on Rautjärvellä vuoden 2015 alusta toteutettu Desantti-kierros, jossa asiakas pääsee samaistumaan desantin rooliin. Haastavan aiheensa takia kierrokset on suunniteltu yli 18-vuotiaille ja niihin liittyy taustoittavaa alkuohjausta. Tilauksesta ryhmille tapahtuva draamakierros on tarkoitettu jatkuvaksi tuotteeksi ja se on suunniteltu yhdessä paikallisten toimijoiden kanssa. Tuotteen rakentamisessa on ollut ammattilaisia mukana muun muassa käsikirjoittajana ja ohjaajana. Pakettiin sisältyy myös ruokailut ja tarvittaessa myös majoitus paikkakunnalla järjestyy. Poikkeuksellisen tästä toiminnasta tekee se, että asiakkaalla on mahdollisuus vaikuttaa tarinan etenemiseen, kierroksen perusrunko ja osa kohtauksista on kuitenkin aina samat. (Haastattelu Natunen 2015, Desantti 2015).

Molemmat haastateltavat (Mattila, Natunen 2015) totesivat, että esityksen taustalla on syytä olla mielenkiintoinen tarina. Pohjautuminen historiallisiin tositapahtumiin ja sijoittuminen autenttisille tapahtumapaikoille luo hyvän pohjan. Yksittäisten henkilö-hahmojen kautta saadaan tarinaan dialogia ja lisää kiinnostavuutta.

Miten asiakas saadaan osallistumaan töihin ja maksamaan vielä siitä? Hyvän tarinan ja perusopastuksen lisäksi, puhumattakaan alun perin kiinnostuksen herättäneestä markkinoinnista, tarvitaan innostajia, jotka saavat asiakkaan osallistumaan toimintaan tai työhön omasta halustaan. Leena Kurjen (2008, 112) mukaan innostaminen on osallistumista, jonka perustana on pedagogiikka. Se on sosiaalista käytäntöä ja aktiviteetteja. Se ei tarkoita mitä innostaja itse tekee, vaan se tarkoittaa myös asiakkaiden omaa osallistumista toimintaan.

Jatkossa Salpalinjalle tarvitaan oppaiksi henkilöitä, jotka osaavat kyseisen ajan rakennustekniikan, pystyvät toimimaan työnjohtajina ja saavat porukan mukaansa. Ei haittaa, jos henkilö kykenee soluttautumaan sota-ajan rakennusmestarin rooliin tai omaa niin hyvät puheenlahjat, että saa kuulijat tarttumaan lapioon. Onko vetäjä sitten innostaja tai draamaopas tai molempia yhtä aikaa, se vaatii joka tapauksessa opettelua ja harjoittelua. Tärkeintä innostamisessa on innostajan oma asenne ja persoonallinen sitoutuminen työhön, joka vaikuttaa innostajan ja ryhmän suhteeseen (Kurki 2008, 129). On uskallettava heittäytyä tilanteeseen, hieman näyttelijän taitoa ei haittaa ja on uitava käytettävän hahmon nahkoihin. Hahmo kuitenkin tuo lisäulottuvuuden opastukseen ja osallistamiseen. Parhaimmillaan se edesauttaa asiakkaan eläytymistä tilanteeseen ja helpottaa osanottamista tilanteeseen. ”Jos tuo opaskin uskallettaa heittäytyä tilanteeseen, niin miksen minäkin”.

3.4 Tarinan merkitys

Salpalinjan ja sen rakentajien tarina tuli esille jo johdannossa. Luodun taustatarinan pohjalta lähdettiin kehittelemään opastuksen draamahahmoja sekä asiakkaiden roolia työmiehinä. Rakennusmestari Rissanen oli jo olemassa ja käytettävissä tuotteen pilotoinnissa. Rissanen kuitenkin saapuu vieraalle työmaalle ja hän tarvitsee työmaahan liittyvän ohjeistuksen sekä paikallisen keskustelukumppanin viemään päivän ta-

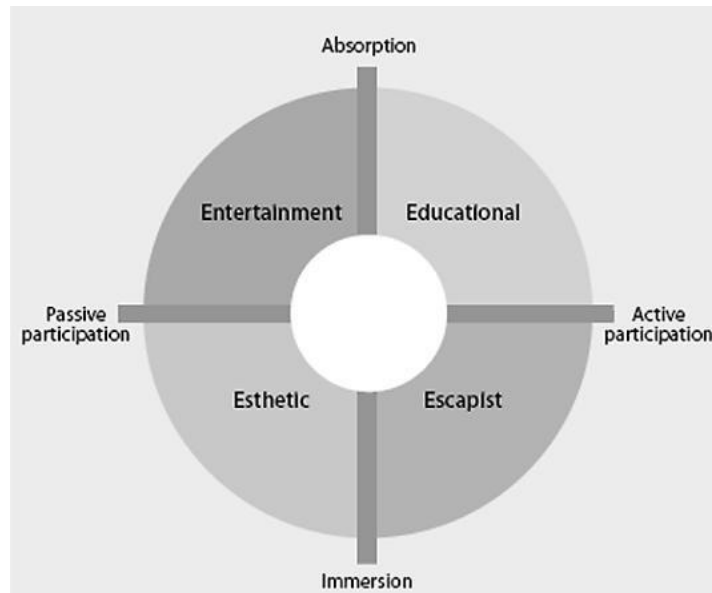
rinaa eteenpäin. Arkistolähteiden ja haastatteluiden pohjalta tiedetään, ketkä ovat olleet Salpalinjaa rakentamassa, mitä töitä he ovat tehneet, mihin he ovat majoittuneet ja miten he ovat viettäneet vapaa-aikaansa parakkikylissä. Yksittäinen rakentaja tai lähikylän asukas on tiennyt mitä omalla työmaalla tai omissa kylässä tapahtuu, mutta kokonaiskuvaa koko puolustuslinjan rakentamisesta ei ole tavallisilla ihmisillä ollut. Tehdyt rakenteet pyrittiin salaamaan viholliselta ja tämä tuo tarinaan oman vivahteen.

Lähtöaineisto kirjoittamiselle oli olemassa jo aiemman hanketyön ajalta ja sitä täydennettiin työohjeistuksien osalta yksityisistä arkistoista (Kilpeläinen, 2015). Varsinaiseen arkistotutkimukseen Kansallisarkiston alaisessa Sota-arkistossa ei kehittämistyön aikana ollut aikaa. Käytännössä osoittautui, että pyrkimys autenttisuuteen etenkin työohjeistuksen osalta ei ollut toimiva ratkaisu, vaan ohjeita tulee soveltaa tilanteen ja tehtävien töiden mukaan. Tarinan tulee elää tapahtumapaikan mukaan. Olosuhteet ja rakentaminen erosivat paikkakunnittain ja alueellisia eroja on huomattavissa jäljellä olevissa rakenteissa.

Vetävä tarina on samalla osa sekä tuotteistamista että markkinointia. Samaa tarinaa voidaan hyödyntää useammassa paikassa ja vaiheessa. Tarinallistamalla voidaan erottua muista ja tuottaa asiakkaille entistä parempia ja muistettavampia esityksiä (Hämäläinen 2012, 12). Lopullisen myyntitarinan kirjoittamistyössä voidaan hyödyntää myös Anne Kalliomäen (2014) Tarinallistamisen opasta. Yritys, asiakkaat ja tuote kytketään yhteen myyvän todellisuuspohjaan tiiviimmin tai löyhemmin liittyvän tarinan kautta. Myös Jari Parantainen (2009, 35) tuo esille houkuttelevan tarinan markkinointikeinona. Hyvä tarina saa asiakkaan mielikuvituksen laukkaan ja se vetoaa myös tunteisiin.

Mika Tonder esitteli kaavion 7 ”Historian tuotteistamisen” -seminaarissa loppuvuodesta 2014. Kuva on kaappaus hänen esityksestään, alkuperäislähteestä ei ole tietoa. Lopullista tarinaa kirjoitettaessa voidaan ottaa huomioon, mikä on tulevan tuotteen luonne. Koska kyse on kuitenkin osallistavasta toiminnasta ja sotahistorian elävöittämisestä, niin kyseeseen tulee joko opetuksellinen (educational) tai eläytymistä (escapist) vaativa tarina. Myös hieman viihteellisyyttä tarvitaan, esteettisyys tulee ilmi yhtenäisenä varustuksena ja aikakauden ulkoasuun pyrkimisessä. Toteutustapa tuot-

teessa on yhdistelmä näitä kaikkia. Osallistujan osanoton aktiivisuus vaihtelee painotusten mukaan.



Kaavio 7. Toteutustapa. Lähde: Tonder, 2014.

Lopulliseen tarinaan vaikuttavat toki halutut asiakasryhmät, kenelle tuotetta suunnitellaan ja markkinoidaan. Käytännössä asiakkaat otetaan mukaan tarinaan niin sanottuina sekatyömiehinä, heiltä ei voi enakkoon odottaa rakentamiseen liittyvää ammattitaitoa. Sotahistoria ja erityisesti viime sotien historia lähestytään henkilökohtaisten tunnetilojen kautta ja täysin neutraalia asennetta ei ole vielä. Jotkut asiat ovat vielä liian ”pyhiä” tietyille asiakasryhmille, jotta niitä voitaisiin käsitellä viihteen näkökulmasta. Viihde, huumori ja dialogi keventävät aina esitystä.

Aitouden vaalimiseen tarvitaan tulkintaa, joka perustuu vankkaan tutkimukseen ja inventointeihin (Lehtimäki 2013, 6-7). Käytettävien tarinoiden tulee pohjautua todellisiin tapahtumiin. Kun sotavuosien ponnistelu käydään lävitse muutamassa tunnissa, huomio kohdistuu huippukohtiin, ei raskaaseen yksitoikkoiseen puurtamiseen. Täydelliseen aitouteen ei kyetä. Aitous ja autenttisuus voivat olla joko objektiivista tai subjektiivista. Voidaan hyödyntää autenttisia paikkoja, esineitä tai ihmisiä osana tuotetta. Vahvin vaikutus on kuitenkin subjektiivisella henkilön omaan kokemuspohjaan perustuvalla henkilökohtaisella kokemuksella (Timothy 2011, 121). Autenttisen mil-

jöön, Salpalinjan rakennustyömaan ja historiasta pohjautuvien henkilöiden lisäksi tulisi asiakas kyetä kytkemään henkilökohtaisesti myytävään tuotteeseen. Mahdollisuutena on aiempien sukupolvien työn korostaminen ”Oliko sinun isovaari siellä jossain salaisissa töissä?” tai luomalla side työmaalle esimerkiksi ennalta lähetettävän henkilökohtaisen työmaakuluvan muodossa. Myös taustatarinan ennakkoon lähettäminen asiakkaille on osa siteen luomista ja kiinnostuksen herättämistä. Asiakas otetaan mukaan osaksi tapahtumaa.

3.5 Kohderyhmä ja asiakaslupaus

Tuotteistamisen lähtökohtana on asiakkaan tarpeisiin vastaaminen ja sillä pyritään ratkaisemaan asiakkaan ongelma, puute tai halu viettää vaikka vapaa-aikaa uudella tavalla (Tonder 2013, s. 39). Asiakkaat voidaan profiloida eli määrittää halutut asiakastyypit. Matkailun motivaatiot jakaantuvat seuraavasti: fyysinen rentoutuminen, erilaisuuden etsiminen, sosiaalinen kanssakäyminen ja itsensä toteuttaminen (mts, s. 45). Salpalinjan ollessa kyseessä puhutaan erikoisharrastematkoista, jossa sotahistoriallinen kohde tai kohteet ovat matkan päätarkoitus. Anne Kalliomäki on esittänyt useita menetelmiä asiakasprofiilin määrittämiseen, kuten kulutustottumusten selvittäminen tai henkilöhahmojen piirteiden selvittäminen (Kalliomäki 2014, s. 82-86). Ketä ovat sitten sotahistoriamatkailun asiakkaat ja mitä he hakevat?

Sotahistoria on perinteisesti kiinnostanut keski-ikäisiä tai vanhempia miehiä, joilla on joko omakohtaista tai lähisukulaisten kokemuksia sodasta. He tulevat verestämään muistojaan tai etsimään lisätietoja oman sukulaisensa tekemisistä sodan aikana. Henkilökohtainen kytkös saattaa olla hyvinkin vahva. Mukana on usein asiasta kiinnostunut puoliso. Yhä enemmän erilaisissa sotahistoriaan liittyvissä seminaareissa ja tilaisuuksissa on näkynyt noin 30-40 vuotiaita miehiä, joilla kiinnostuksen pohja on joko armeija-ajalta, reserviläistoiminnasta tai luonnosta liikkumisesta. He tutustuvat aktiivisesti myös maastokohteisiin. Sotahistoriallisissa kohteissa, joissa pääsee tutkimaan paikkoja ja aseistusta, käyvät myös perheet ja etenkin pojille ne ovat seikkailujen kohteita. Nuoret naiset ovat joukossa harvinaisuuksia. Tämä näkemys pohjautuu omakohtaiseen kokemukseen viime vuosilta, joko tilaisuuksien järjestäjänä tai osallistujana.

Suunniteltaessa opastusta, johon yhdistyy myös rakennustyöt tai pienemmät työpajat, varsinainen kohderyhmä tulee olemaan ainakin alkuvaiheessa aktiiviset maastossa liikkujat ja sotahistoriasta kiinnostuneet 30-65 miehet, työelämässä olevat sekä reippaat eläkeläiset, niin sanotut kolmannen iän edustajat. Myös vanhemmasta ikäryhmästä löytyy kiinnostusta, mutta heitä ei oikein voi raskaisiin töihin laittaa ja heille työpaja onkin linnoittamisen tekniikkaan perehtymistä ja niistä keskustelua. Tietotaitoa tästä joukosta kuitenkin löytyy. Sotahistoriasta kiinnostuneet naiset ovat selkeää vähemmistö miehiin verrattuna, mutta lisäämällä päivän teemaan muuta sota-ajan ohjelmaa voidaan lisätä kiinnostavuutta.

Kävijäryhmien muutos liittyy sotahistoriallisten kohteiden merkityksen muuttumiseen, jota käsitellään tarkemmin luvussa 4.1, jossa kävijät on jaoteltu hieman karrikoiden Veijo Veteraaniin, Katri Kulttuuritaitiin ja Simo Seikkailijaan. Kehitettävän tuotteen moduuleita voidaan suunnata tietyille ryhmille, toisille tekemistä ja seikkailua on enemmän, toisille tarjotaan enemmän ajankuvaa. Tässä voidaan hyödyntää eri moduuleiden variaatioita, eikä koko paketti tarvitse rakentaa uudelleen. Tuotepaketin tulee elää ryhmän mukaan.

Kun valittu kohderyhmä on selvinnyt, niin voidaan päättää markkinointi kanavat. Mika Tonderin mukaan kohderyhmän tunnistaminen ja tunteminen on tärkeää oikeiden kanavien valinnassa. Kun tunnemme asiakkaan hyvin, tiedämme mitä kanavia hän käyttää ja miten hänet tavoittaa (Tonder 2013, 48). Sotahistorian suurimmat kuluttajaryhmät löytyvät asian harrastajien sivustojen kautta, muun muassa reserviläisten, sotakirjallisuuden harrastajien tai sotamuseoiden kautta. Alueella, jossa opastukset ja kohteet ovat uusia kuten Lappeenrannan ympäristössä, niin tieto kohteista liikkuu myös isäntäperheiden kautta. He haluavat tuoda vieraitaan käymään lähialueen kohteissa ja pyytävät ennestään tuttua opasta mukaan.

Asiakaslupaus on merkittävä askel kohti konkreettista toimintaa. Se tarjoaa asiakkaalle yliveraisen arvon tai syyn, miksi hän valitsee kyseisen palvelun. Asiakslupauksen tulee olla sellainen, johon yritys pystyy sitoutumaan nyt ja tulevaisuudessa. Se on myös laadun mittari. (Tonder 2013, 59-60). Tässä kehittämistyössä se on mahdollisuus tutustua ja osallistua linnoitustöihin ja kokea sota-ajan yhteishenki au-

tenttisillä paikoilla. Jari Parantainen (2009, 239) on todennut, että asiakkaasi tyytyväisyys riippuu todennäköisesti paljon enemmän käytöksestäsi kuin palvelusi varsinaisesta lopputuloksesta. Myös Katalin Nagy (2012, 52) muistuttaa, että: ”Se, minkä ostat on tuote – Se, minkä muistat on kokemus”. Ei riitä, että osaamme luvata jotain erilaista, vaan se pitää pystyä myös toteuttamaan.

Asiakaslupaus tulee ilmetä myös myyntiesityksestä. Varsinaista myyntiesitystä tai päätöstä markkinointitavoista ”Päivä linnoitustöissä”-paketista ei ole tässä kehittämistyössä tehty. Mika Tonderin (2013, 71) mukaan toimiva myyntiesitys pohjautuu tarinaan ja paikkaan, palvelun henkilökohtaisuuteen, toimii ratkaisuna asiakkaan tarpeisiin ja tuo esille palvelun tuottaman hyödyn. Esityksestä tulee tehdä eripituisia versioita eri tarkoituksiin.

Esimerkiksi uutta tuotetta voitaisiin mainostaa seuraavasti, ote viitteellisestä tuotekortista (liite 2):

”Tutustu Salpalinjan rakenteisiin ja linnoitustöihin asiantuntevien oppaiden johdolla autenttisessa ympäristössä. Koe sen työn luonne ja raskaus, jota aiemmat sukupolvet tekivät yhteistuumin maamme puolustuksen hyväksi yli 70 vuotta sitten. Päivän aikana voi kokeilla 3-4 työmaan tehtävää joko linnoitustöitä tai parakkikylän elämään liittyvää. Päivän päätteeksi puulämmitteinen sauna ja muuta ajan ohjelmaa.”

3.6 Suunnitteluvaiheeseen liittyneitä haasteita

Edellä oleva saattaa kuulostaa selkeältä ja johdonmukaiselta, mutta kehittämistyöhön liittyi monia seikkoja, jotka vaikuttivat tuotteen suunnitteluun ja sen toteuttamismahdollisuuksiin. Yhdistyksen vielä rajalliset resurssit ja Salpalinjan rakenne asettivat omat rajoituksensa.

Vuoden 2012 valmistuneen Salpalinjan inventoinnin tekijä tutkija John Lagerstedt kävi kollegoineen lävitse suuren osan itärajan tuntumassa olevia Salpalinjan kohteita. Osa näistä oli luonnontilaisia ja osa kunnostettuja esittelykohteita. Raportissaan Lagerstedt kiinnitti muun muassa huomiota esittelykohteissa olevien puisten kenttäva-

rustusten hoitoon. Muutamissa paikoissa puiset rakenteet ovat maatuneet, tuennat pettäneet ja aiheuttavat paikoin vaaran paikkoja kävijöille. Lagerstedt on todennut, että rakenteiden ennallistamiseen ja puisten rakenteiden tekemiseen on syytä lähteä hyvin harkiten. (Lagerstedt, 2012). Rapistumisaika saattaa olla paikan maaperästä johtuen vielä lyhyempi, koska tiedetään vuosien 1940-41 aikana rakennettuja puurakenteita uusitun jo vuoden 1944 aikana (Kansallisarkisto, Sota-arkisto).

Samaan rakenteiden huolestuttavaan kuntoon törmäsin kesän 2014 aikana retkillä Itä-Suomen sotahistoriallisiin kohteisiin. Yhteyshautojen tuennat olivat pettäneet ja haudat olivat kaventuneet osin kulkukelvottomiksi ja olivat osin sortumisvaarassa. Paikalliset oppaat selvittivät heikkoa kuntoa riittävien tuntuojen puuttumisella sekä maaperän laadulla. Ongelmat tunnustettiin, mutta nopeita korjauksia ei ollut suunnitteilla. Myös esittelyalueiden viitoitus, opastaulut, sillat, portaat ja muut rakenteet saattavat olla paikoin huonossa kunnossa. Parhaiten kohteet pidetään kunnossa museo-kohteissa, joissa on vakituista henkilökuntaa. Rakentamiseen ja kunnostamiseen tarvitaan niissäkin usein talkooväkeä ja talkoolaisten mukaan saanti tuntuu olevan entistä vaikeampaa tälläkin sektorilla. Tästä syystä tulee tarkoin harkita mitä tehdään, miten tehdään ja minne tehdään, jotta tehtävät joko kaivettavat ja puista rakennettavat rakenteet säilyvät kunnossa ja niillä on ylläpitäjä myös jatkossa. Samoin työskentelyssä täytyy huomioida asiakkaiden turvallisuus, sillä sodanaikaiset ohjeet eivät vastaa nykypäivän tasoa.

Rajoittavana tekijänä on myös edelleen kesken oleva keskustelu Salpalinjan suoje-
lusta ja tulevasta käytöstä. Edelleen odotetaan yleistä ohjeistusta kohteiden ylläpi-
toon. Maksullista toimintaa ei kaikissa kohteissa voi ilman lupien ja vastuiden selvit-
tämistä harjoittaa. Reserviläisten omistaman Salpamajan kohdalla tätä ongelmaa ei
ole, koska kyseessä on yksityisessä omistuksessa oleva alue ja täällä on jo aiemmat
jo puolustusvoimien myöntämät luvat alueen kohteiden käyttöön.

Tuotepaketin idea asiakkaan osallistamisesta linnoitustöihin tekemään konkreettista
työtä on uudenlaista toimintaa. Nuori mies totesi idean esitellessäni, ettei ainakaan
ala maksamaan siitä, että pitää lapioida. Löytyyköhän niitä potentiaalisia asiakkaita
sittenkään? Toisaalta Elina Hiltunen toteaa julkaisussaan Matkaopas tulevaisuuteen,
että heikkoja signaaleja ja uusia potentiaalisia mahdollisuuksia voi tunnistaa niiden

ensikuulemalla aiheuttamien reaktioiden pohjalta. Ne saavat joko saa ihmiset nauramaan, vastustamaan ajatusta, herättävät ihmetystä, kukaan ei ole kuullut asiasta aikaisemmin tai halutaan, ettei asiasta puhuta. (Hiltunen, 2012, 113). Vastustuksen lisäksi en myöskään löytänyt vastaavaa tuotetta eli idealla voisi sittenkin olla mahdollisuuksia Hiltusen kokemusten pohjalta. Paljon riippuu siitä, kuinka työskentely saadaan kytkettyä osaksi koko pakettia.

Ratkaisevaa eri pakettien ja moduulien toteuttamisessa tulee olemaan käytettävissä olevat resurssit, onko niitä järjestävällä taholla itsellään vai joudutaanko osa osioista ostamaan ulkoa vai löytyykö tällä hetkellä toteuttajaa muualta? Vastaukset: löytyy, ei löydy, täytyy ostaa, täytyy kouluttaa ja täytyy edelleen kehittää. Eli täydellistä ihanteellista ”Päivä linnoitustöissä”-pakettia ei voida nykyisillä resursseilla tarjota.

Sotahistoriallisia kohteita kehitettäessä on otettava huomioon muut tekijät ympäristössä. Välttämättä ei riitä, että kohde on itsessään kiinnostava vaan samalla maantieteellisesti rajatulla alueella voi olla ainutlaatuinen kasautuma erilaisia toimijoita, joiden kanssa yhteistoiminta luo tarvittavan lisäarvon asiakkaan kiinnostukselle. Näitä ovat muut toimijat, kulttuuriperintö, infrastruktuuri, alan asiantuntijat, tapahtumat ja niin edelleen. Kilpailukykyisellä alueella paikallinen klusteri kytkeytyy mukaan kulttuuriperintöön ja matkailuun (Alberti & Giusti, 2012, 271). Toisin sanoen vetovoimaisimmat matkailukohteet voivat toimia ankkureina, joiden varassa matkailijoita johdetaan muille alueille ja muihin kohteisiin (Lehtimäki, 2013, 6). Tuotteen rakentamisessa ei saisi ajatella pelkästään yksittäisiä Salpalinjan kohteita tai pelkästään Salpalinjaa vaan se tulisi alueellisesti kytkeä joko yhteen muun aiemman linnoittamisen kanssa, muiden toiseen maailmansotaan liittyvien kohteiden kanssa tai muun alueen historian kanssa. Herää kysymys, onko Salpalinjan itsessään tarpeeksi vetävä tuote vai tuleeko matkailija alueelle jonkun muun kohteen perässä ja keiden kanssa tulisi tehdä yhteistyötä jo tuotteen innovointivaiheessa. Yhteistyötä tarvitaan viimeistään varsinaisen tuotantoprosessin aikana.

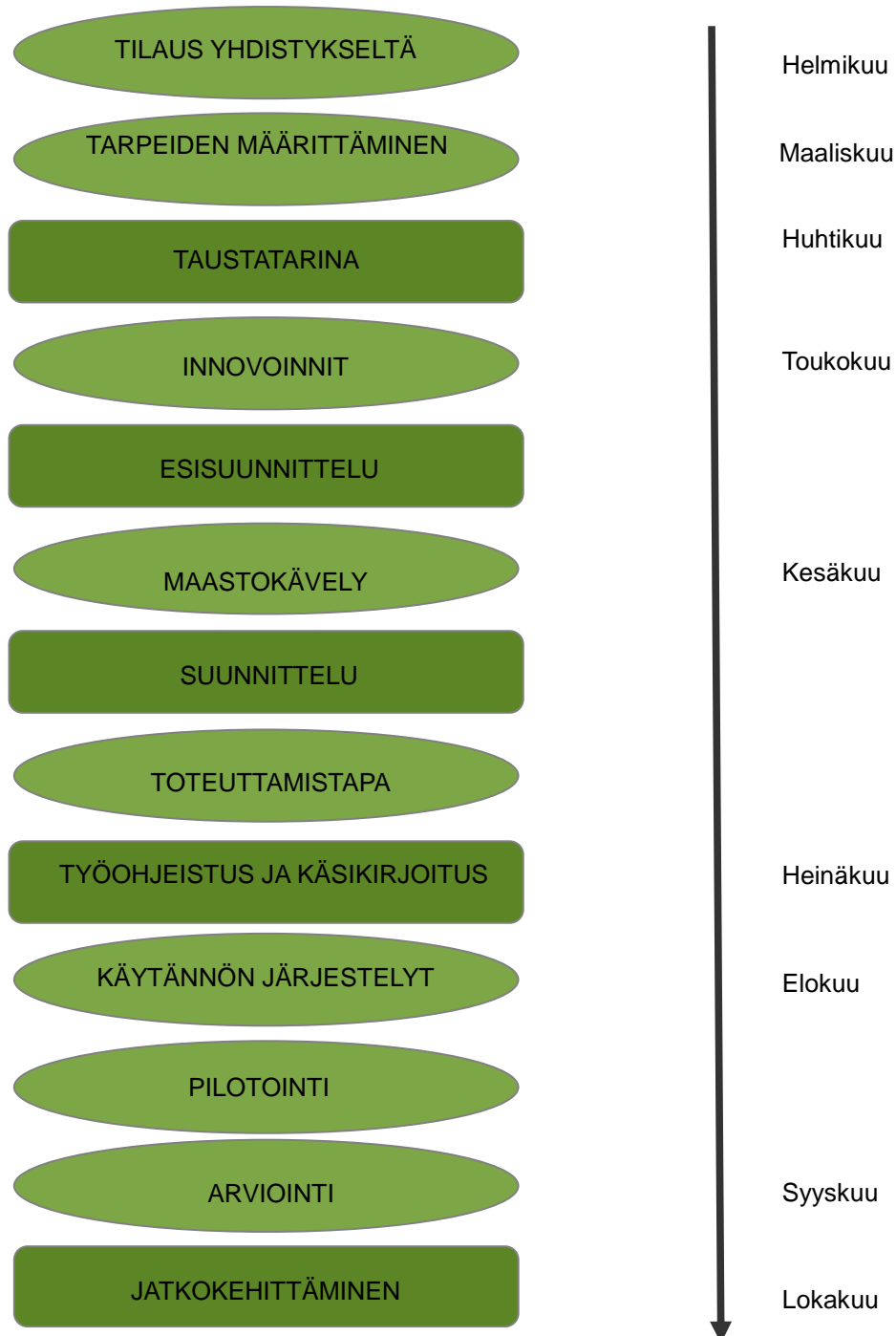
3.7 Tuotepaketin innovointiprosessi

Tuotteen rakentaminen käynnistyi seuraavalla sivulla olevan kaavion (Kaavio 8) mukaisesti vuoden 2015 alussa. Tarve tuotteelle eli opastuksen kehittämiseksi ja yhdistystoiminnalle oli selvillä jo kuitenkin vuoden 2014 puolella hanketoiminnan päättyessä. Tilanne lähti konkretisoitumaan talvella 2015. Kaaviossa ovaalin muotoiset osuudet ovat yhdessä tehtyjä ja kehittämistyön tekijä on ollut toiminnan vetäjä. Suorakaitten muotoiset ovat suunnittelu- ja kirjoittamistyötä. Ne ovat pääosin kehittämistyön tekijän tekemiä osuuksia. Tuotteen suunnittelu ja pilotointi tehtiin ilman erillistä rahoitusta vapaaehtoisvoimin. Kaaviossa kuvatussa prosessissa on huomioitu edellä mainitut tuotteen rakentamiseen liittyvät seikat sekä muut huomiot. Suurin osa taustaineistosta oli kerätty jo ennen konkreettisten toimien alkamista, vähäisempi osa vasta innovointiprosessin aikana.

Keväällä 2015 käynnistettiin opasyhdistyksen toimintaa ja porukasta valittiin neljän hengen työryhmä kehittämään tuotepakettia. Työryhmälle lähetettiin laajempi selvitys asiasta, jossa selvitettiin mikä on moduulirakenteen idea ja mihin kysymyksiin tulevaisuudessa innovoinneissa etsitään vastauksia. Teemoina olivat opastus (millainen opastus on sopiva osa tuotepakettia, kesto, kohteet, alue), linnoitustyöt (mitä voidaan tehdä, miten opastetaan työhön, varusteet ja välineet), ruokailut ja vapaa-aika (yleinen teema, ajankuva, mahdollisuudet paikan päällä). Tässä vaiheessa kirjoitettiin taustatarina kirvesmies Jukaraisen saapumisesta työmaalle Rutolaan ja se auttoi työryhmän tulevaa innovointia.

Huhtikuun lopulla järjestettiin kaksi ideointipalaveria, jossa hyödynnettiin yhteisöllisiä ideointimenetelmiä. Ideointivaiheessa ei rajallisten resurssien annettu kuitenkaan vaikuttaa vaan ajatuksia haettiin laajalti ja niistä valittiin toteuttamiskelpoiset jatkokon. Ensimmäinen innovointi järjestyi osana avoimen yliopiston kurssia spontaanisti ja toinen oli etukäteen suunniteltu työryhmän palaveri. Spontaani aivoriihi järjestyi osana ”Luovuus innovointiprosesseissa” -kurssia Lappeenrannan teknillisellä yliopistolla, kun luennoitsija kysyi, onko kelläkään harjoittelun aihetta. Käteni nousi ja kysyin, ”Käykö sotahistorian tuotteistaminen?”. Kurssin osanottajien kesken pidettiin asiakasnäkökulmasta aivoriihi siitä, miten itse haluaisi kokea sota-ajan linnoitustyöpäivän. Ennen vapaamuotoista ideointia oli lyhyt esittely aiheesta, mitä ollaan tekemässä ja

miksi. Kurssilaisten ideat siitä, mitä he haluaisivat asiakkaina tehdä ja kokea kirjattiin ylös ranskalaisilla viivoilla. Sessioon osallistui yhdeksän henkilöä, joista neljällä oli tietämystä aihealueesta ennestään. Aikaa käytettiin noin tunti.



Kaavio 8. Tuotepaketin rakentaminen

Tilaisuutta voidaan verrata aivoriihen vapaaseen ideointivaiheeseen (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 161). Tilaisuuden jälkeen ideat järjestettiin aihealueittain toista innovointipalaveria varten. Saman päivän iltana oli oppaiden innovointipalaveri, jossa menetelmänä oli 8x8 –malli (Ojasalo ym. 2014, 163). Ideoita etsittiin lisäämällä pääsanan ympärille kahdeksan sanaa ja taas näiden ympärille kahdeksan uutta sanaa. Tällä tavoin käytiin eri aihealueita lävitse (linnoittamistyöt, asiakas, vapaa-aika ja ruokailut) ja etsitään vastauksia aiemmin ennalta esitettyihin aihealueisiin. Työtä varten oli tehty ruudukot valmiiksi isoille papereille, joihin oli helppo kirjoittaa. Pöydän ympärillä istuvat näkevät kirjoitukset. Fläppitaulua tai mahdollisuutta kirjoittaa taululle ei ollut. Joistakin aiheista saatiin enemmänkin ideoita kuin kahdeksan kappaletta ja ajatusketjuja jatkettiin pidemmälle uudelle paperille.

Oman ideoinnin jälkeen käytiin lävitse asiakasryhmän tuloksia ja kehiteltiin niitä eteenpäin. Tulokset olivat osin samoja, mutta niistä löytyi myös ilahduttavasti oppaille täysin uusia näkökulmia, joista osa todettiin toteuttamiskelpoisiksi. Etenkin se, miten voitaisiin toimia sadepäivinä ja miten pystyisi itse pohtimaan linnoitteiden sijoittelua kartan ja pienoismallien avulla. Kaikkiaan aikaan käytettiin noin kaksi tuntia ja facili-taattorilla oli useampi paperia täynnä tekstiä. Osaan annetuista kysymyksistä löydettiin jo vastauksia, osa jää jatkokehittämisen varaan ja myös täysin uusia kysymyksiä nousi esille. Keskustelua käytiin muun muassa ”sotahistorian ummikoista”, ketä he ovat ja miten heidät saadaan mukaan.

Toukokuun aikana ideointien tulokset jäsennettiin ja jaettiin kahteen ryhmään toteuttamismahdollisuuksien mukaan eli lähes valmiit ideat ja kehittämistä vaativat ideat. Jakoperusteena huomioitiin käytettävissä olevat resurssit, tilat, oppaat ja varusteet. Suunniteltiin alustavasti ideoinnin pohjalta 7-8 mahdollista linnoitustyökohdetta maastokatselmusta varten. Lisäksi tarkennettiin tulosten pohjalta aiemmin haarukoitua asiakasprofiilia.

Kesäkuun alussa toteutettiin maastokävely eli palvelupolun esikävely. Tällöin määritettiin maastossa paikat linnoitustöiden tekemistä varten ja selvitettiin tarvittavat sekä mahdollisesti saatavissa olevat välineet ja varusteet. Työt rajattiin viiteen kohtaan maastossa ja parakkikylän töihin. Myös pakettiin kuuluva olemassa olevien rakenteiden esittelyreitti ja sen ajoitus käytiin lävitse. Apuna maastotyössä olivat rakentami-

sen aikaiset työohjeet, suunnitelmat ja kartat, joita verrattiin maastossa nykytilanteeseen. Kesäkuun lopussa päätettiin pilotoinnin tapa, se tulisi olemaan jäsenistön toimintapäivä, ja toteuttamisaika lauantai 29.8.2015 klo 10.00 alkaen. Tilaisuus olisi samalla tiedotuspäivä medialle yhdistyksen perustamisesta. Hallituksen jäsenet sitoutuivat vastaamaan pilotointipäivän opastuksista, työryhmien vedosta, draamaopastuksista sekä muonituksesta.

Kesän aikana tapahtui varsinaisen ohjeistuksen kirjoittaminen linnoitustöiden osalta sekä draamaopastuksen rungon kirjoittaminen päivän tapahtumien yhteen kytke-miseksi. Hahmoina olivat rakennusmestari Rissanen sekä entinen lotta Elma, joiden sanailu vie tarinaa eteenpäin. Lisäksi oli äänettämiä esiintyjä työmiesten ja emännän roolissa. Kesän aikana suunniteltiin päivän aikataulu. Haasteena kirjoittamisessa ja ohjeistuksen teossa oli käytettävissä olevan aineiston rajallisuus, sitä jouduttiin sovel-tamaan ja lainaamaan muualta lisää. Myös tieto pilotointiin tulevan asiakasryhmän alan ammattilaisuudesta vaikutti suunnitteluun. Autenttisuuteen pyrkiminen korostui ehkä liikaakin.

Elokuun alussa hallitus kävi ohjelman lävitse ja sovittiin varusteista, välineistä ja roo-leista lopullisesti. Kukin tuo omista nurkistaan sitä, mikä liittyy aikakauteen ja pukeu-tumisessakin pyritään aikakauden tyyliin. Lisäksi tehtiin tiedotussuunnitelma yhdis-tyksen toiminnan käynnistämisestä, tavoitteena saada näkyvyyttä Kaakkois-Suomen mediassa. Tavaroiden paikalle vienti ja viime hetken harjoittelut paikan päällä tapah-tuivat edellisenä iltana ennen pilotointia. Tällöin selvisivät muun muassa paikoituksen järjestäminen alueen rauhoittamiseksi nykyajan kalustolta sekä työmaan raja eli puomin paikka, jossa tapahtuu aikahyppy menneeseen. Tapahtumapaikka on päättö-vän tien päässä ja se mahdollisti alueen sulkemisen.

3.8 Tuoteidean pilotointi

Tuotetta voidaan testata eri menetelmillä, kuten roolillisten menetelmien kautta koe-henkilöiden eli asiakkaan ja/tai henkilökunnan roolien avulla, voidaan käyttää koeasiakkaita eli esimerkiksi kutsuvieraita tai asiantuntijat voivat testata tuotteen henkilökunnan tietämättä ja tietäen (Raakaidea 2012, 31-34). ”Päivä linnoitustöissä” -

tuotepakettia pilotoitiin koeasiakkaiden eli yhdistyksen jäsenten avulla. Tilaisuus oli sekä tuotteen testaus sekä oppaiden koulutus vastaaviin tehtäviin.

Elokuun lopulla tapahtuneen pilotoinnin lisäksi oppaita oli mukana toteuttamassa kahta eri tapahtumaa kesäkuun aikana. Ensimmäinen tapahtuma oli 6.6.2015 osana Etelä-Karjalan kylien avointen ovien päivää toteutettu Avoimet ovet Rutolassa, jossa Salpalinjan kohteille oli nonstop-opastus neljän tunnin ajan. Toinen tapahtuma oli pitkäaikainen vuosittainen Salpavaellus-tapahtuma kesäkuun viimeisenä viikonloppuna, jossa uutuuksena oli Kivijärven kierros –reitti 27.-28.6.2015. Uusi reitti kulki Luumäen, Lemin, Lappeenrannan ja Miehikkälän alueella yhdistettynä vaellus- ja linja-autoreittinä. (Salpavaellus 2015). Alun perin opinnäytetyöntekijän piti tehdä asiakshavainnointia järjestäjille reitin sujuvuudesta ja toimivuudesta osana opinnäytetyötä, mutta pari päivää ennen tapahtumaa tuli pyyntö oppaaksi. Reitin suosio oli yllättänyt järjestäjät ja lisää oppaita tarvittiin. Näkökulma kääntyi opinnäytetyössä tässä vaiheessa asiakkaasta toimijaan. Uusien oppaiden perehdytykseen ja uuteen tapahtumaan osallistumisen haasteita oppaille löytyi kaikista tapahtumista. Näitä huomioita on tuotu tuloksissa esille.

Varsinainen pilotointipäivä 29.8.2015 toteutettiin liitteenä olevaa viitteellisistä tuotekorttia soveltaen (Liite 2). Päivä alkoi järjestäjien osalta puomin pystytyksellä Salpamajalle johtavalle tielle ja sotilaan asettumisella vartiomieheksi. Pikku hiljaa uudet työmiehet saapuivat paikalle ja kulkulupien tarkastuksella aloitettiin. Samaan aikaan rakennusmestari Rissanen varautui tervetulo puheeseen ja työmaan sääntöjen lukemiseen uusille miehille. Emännällä ja entisellä lotalla Elmalla oli lihakeitto valmistumassa lounasta varten. Aikatauluun sovitettiin Etelä-Karjalan radion vierailu työmaalla sekä yhdistystoiminnan suunnittelua.

Paikalla oli kaikkiaan kaksitoista yhdistyksen jäsentä eli suurin osa kesäkuussa liittyneistä ja muutama elokuussa tullut uusi jäsenkin ehti mukaan. Osanottajamäärä oli sopiva testausta varten. Opastuskierros lähikohteisiin tapahtui yhtenä ryhmänä, matkan varrella nähtiin kiviasteita, kaivantoja, korsuja ja ripaus Rutolan alueen uittohistoriaa. Kylän vilkkaasta sodan aikaisesta elämästä johtuen reitin varrella törmättiin myös viinan salakuljettajaan, jota työnmaanjohtaja Rissanen ankarasti nuhteli.

Lounaskeitto ehdittiin hörpätä parempiin suihin sota-ajan laulujen soidessa, pätkivä cd-soitin toimi vahingossa loistavasti entisaikojen grammarina. Ilmahälytyksen jälkeen käytiin linnoitustöihin vuoden 1944 tyyliin. Rakennusmestari joutui Elmaa ensin vähän rauhoittelemaan, ettei tässä tarvitse evakkoon heti lähteä. Töihin käytiin kahdessa ryhmässä ja ampuma-alueiden raivaus käynnistyi vesurien, kirveiden ja sahojen avulla. Puolentoista tunnin aherrus sai aikaan näkyvää jälkeä ja heräsi kysymys, mitä ensi kerralla tehdään. Kyllä työmiehille aherruksen jälkeen maittoi kahvi ja useampi viipale pullapitkoa. Kuvia päivästä liitteessä 4.

Päivän tavoitteet tuotepaketin testaus, tiedotus yhdistyksen perustamisesta sekä jäsenistön keskustelut tulevasta toiminnasta toteutuivat. Aivan kaikkea ohjelmaan suunniteltua toimintaa ei ehditty käydä lävitse, muun muassa työmaatodistusten jako, työskentelyä useammassa pisteissä tai kaikkea tarinaa ohjailevaa sanailua. Myös saunominen jäi väliin, vaikka saunanlämmitykseen oli varauduttu. Jatkoa varten on osa ohjeistuksista, esimerkki liitteessä 3, ja tarinan alku olemassa, liite 1.

3.9 Pilotoinnin palaute ja arviointi

Tapahtuman jälkeen kysyttiin kokemuksia sekä ohjaajina että asiakkaina olleilta. Lisäksi koostettiin yhteenveto median kiinnostuksesta sekä ennakkokutsun että päivän päätteeksi lähetetyn lehdistötiedotteen pohjalta.

Osanottajien pitivät päivän juonesta, ohjelmasta ja tunnelmasta. Tässä joitain kommentteja:

- "Lauantain tilaisuus oli hieno aloitus."
- "Salpamaja on mielestäni hyvä paikka pitää tuohonkin aiheeseen liittyviä hippaloita."
- "Tapahtumapäivä Salpalinjalla on erinomainen idea"
- "Idea on hyvä, tuoda sodan ajan henkilöhamoja esiin ja tehdä niistä mukava näytös, ja esitys oli uskottava."
- "Erittymisen kivaa olivat puomijuttu, aikataulut, Elma, Jussi (sotilas) ja Rissanen, tunnelma oli hyvä."

- ”Roolipeli sopii myös erinomaisesti tuon tapaiseen tapahtumaan.”
- ”Hyvä idea, hyvä toteutus!”
- ”Historian elävöittäminen huumorin keinoin kantaa myös.”
- ”Seuraavalla kerralla kokeillaan jo ”asiakkaitten” kanssa.”
- ”Mielestäni eilisessä ei ollut mitään, mikä olisi mennyt pieleen.”

Kommentit kertovat tapahtuman onnistuneen ja raivaustyöt tuottivat lyhyessä ajassa paljon näyttävää jälkeä. Tapahtumapaikan, Salpamajan, todettiin soveltuvan toimintaan hyvin, myös ruokailun järjestäminen oli helpompaa kun esimerkiksi maasto-olosuhteissa. Roolien mukaan otto ja pienet juonnot/esitykset veivät sekä päivää eteenpäin että kevensivät ohjelmaa. Kehujen lisäksi saatiin paljon hyviä kehittämisehdotuksia liittyen tapahtuman muotoon, keston ja toteutuspaikkaan.

Vaikka seuraavaa kertaa toivottiin jo asiakkaitten kanssa, niin roolien vetäjät olisivat kaivanneet lisää harjoittelua ennen oikeita asiakkaita. Vaikka taustatarina oli tehty valmiiksi keväällä, niin varsinainen käsikirjoitus roolien osalta valmistui heinäkuussa ja käytännössä pidettiin vain yksi harjoitus. Rakennusmestari Rissanen on kokenut draamaopastusten vetäjä Miehikkälästä, mutta esiintymispaikkana Salpamajan ympäristö oli uusi. Elmalle eli entiselle lotalle esiintyminen oli vasta kolmas kerta. Käytännössä jouduttiin aikataulua ja esityksiä improvisoimaan eli kaikkea suunniteltua ei ehditty esittää ja jostain oiottiin. Toimintaa ohjaavan porukan pitää olla tietoinen avainsanoista, joilla uusi tilanne käynnistyy. Roolien pitää olla päällä koko tapahtuman ajan. Vaikka näennäisesti toimintaa improvisoidaan, kaiken tulee kuitenkin olla etukäteen suunniteltua. Esimerkiksi salakuljettaja odotti esittelykierroksella olevaa porukkaa ensin väärässä puskassa, koska reitti muuttui aikataulun tiivistymisen myötä. Yhdistyksen jäsenet olivat hyvin leikissä mukana ja rooleja kaivattiin lisää. Muita taustarooleja kuten työryhmän vetäjiä tai emäntää pitää kirjoittaa ja pohjustaa enemmän auki, jotta on pohja, josta paikan päällä tarvittaessa voi improvisoida jatkossa. Ei saisi tulla hetkeä, jossa seistään tumput suorana. Sotilaalta eli Jussilta oli hieno oivallus esitellä humoristisesti entisajan työkalut. Tätä kannattaa hyödyntää jatkossakin, ne eivät ole välttämättä tuttuja kaikille asiakkaille.

Vaikka pilotointipäivän aikataulu eli suoran radiolähetyksen mukaan, aikataulu todettiin suhteellisen toimivaksi. Pientä tiivistämisen varaa kuitenkin on. Enempää ohjelmaa ja toimintaa päivään ei kannata sisällyttää. Töiden keston pituudeksi katsottiin hyvin soveltuvan aika ruokailun ja kahvin välissä. Riippuu paikasta ja töiden laadusta ehditäänkö tehdä yhtä lajia töitä vai voidaanko vaihtaa välillä ryhmien kesken. Aloitusajankohtaa voidaan siirtää joustavasti tarpeen mukaan. Vaikka ajo-ohjeistus pyrittiin tekemään selkeäksi Salpamajalle, niin pientä harhaan ajoa tapahtui. Selkeisiin ajo-ohjeisiin karttoineen ja/tai opastukseen päätieltä on kiinnitettävä jatkossa huomiota. Tämä asia muuten toistui lähes jokaisessa tapahtumassa, itselle tuttua ympäristöä ei osata katsoa vieraan silmin.

Tehtäviä töitä ja paikkoja ehdotettiin useita, pääpaino oli kuitenkin helposti organisoidavissa raivaus- ja siivoamistöissä. Esimerkiksi kiviesteen raivausta riittäisi vaikka kuinka paljon ja työ on uusittava muutaman vuoden välein. Muut työt vaatisivat tapahtumapäivän työnjohdon erillisen kouluttamisen ohjeistuksen lisäksi. Salpalinjan rakentamisen aikaiset menetelmät tunnetaan, mutta käytännössä niitä harva oppaista on päässyt kokeilemaan. Paikkoja esitettiin kunnostettavaksi myös muualta Salpalinjalta kuin Rutolasta, mutta lähialue olisi toteutettavissa Salpamajaa tukikohtana käyttäen. Liikkumiseen ja työväensiirtoon ehdotettiin vanhaa kuorma-autoa. Erityisesti huomiota tulisi kiinnittää välineisiin, jotta niitä olisi riittävästi kaikille asiakkaille sekä turvallisuuteen ja turvallisuussuunnitelman laatimiseen. Työpisteet ja työtehtävät pitää huomioida lisäksi huomioida juonessa. On eri asia toimitaanko välirauhan tunnelmissa vai suurhyökkäyksen aiheuttaman uhan alla.

Salpamajan ympäristöä pidettiin sopivana paikkana. Reserviläisten omalla tontilla tekemiseen ei tarvittu lupia, koska kiinteisiin rakenteisiin ei puututtua eikä toimittu muiden maaperällä. Toiminnan laajentuessa lupa-asiatkin pitää selvittää. Tapahtumaa voi tuki toteuttaa muuallakin Salpalinjalla. Lyhytkestoisena työtapahtuman tai näytöksen voi siirtää myös osaksi muuta tapahtumaa kuten pieneksi piristeeksi Salpavaelukselle tai muuhun sota-ajan tapahtumaan. Soveliaaksi asiakasryhmän kooksi ainakin alkuvaiheessa esitettiin noin kymmentä asiakasta, jotta kaikki pääsevät mukaan kokeilemaan töitä. Asiakkaille voitaisiin antaa etukäteen ohjeet aikakauden vaatetukseen pukeutumisesta tai varustusta voidaan lainata. Myös ruoka-aineallergiat tulee huomioida, tämä voi aiheuttaa maasto-olosuhteissa enemmän haasteita.

Linnoittamistyöpäivään suhtauduttiin luottavaisesti, vaikka kehittämistyön kirjoittaja päävastuullisena tapahtuman suunnittelija löysikin itse vielä monta kehittämisen kohtaa yksityiskohtien hiomista myöten. Mutta luotetaan mukana olleen sanoihin: ”Toimintapäivä on helppo juttu. Homma toimii mainiosti harjoittelupäivän pohjalta.”

Noin viikkoa ennen tapahtumaa lähetettiin paikalliselle medialle kutsu saapua tapahtumaan nauttimaan lounasta yhdessä jäsenten kanssa sekä tulla tutustumaan sekä Salpalinjaan että uuteen yhdistykseen. Ylen Etelä-Karjalan radio saapui paikalle tekemään muutaman minuutin jutun valtakunnan verkkoon osana Suomi kiertää -lähetystä ja uutisen maakuntaradion internetsivuille. Juttu alkoi mukavasti maininnalla puomilla tapahtuneesta aikahypystä rakentamisen aikaan. Maakuntalehti Etelä-Saimaa teki ennakkojutun yhdistyksen puheenjohtajaa haastateltuaan. Tilaisuuden jälkeen lähetetty lehdistötiedote huomioitiin seuraavissa lehdissä: Etelä-Saimaa, sekä saman konsernin muut verkkolehdet eli Kymen ja Kouvolan sanomat, ilmaisjakelu Vartti Etelä-Karjala, paikallislehdet Luumäen lehti ja Kaakonkulma. Myöhemmin ilmestyi juttu yhdistyksestä vielä Karjala-lehdessä.

Satunnaisessa järjestyksessä jotain ilmestyneitä otsikoita: ”Opas lähtee Salpalinjalle”, ”Oppaille oma yhdistys”, ”Työ jatkuu Salpalinjalla — oppailla on nyt oma yhdistys”, ”Salpalinjan oppaat järjestäytyvät markkinoimaan palveluitaan” ja ”Salpalinjan oppaat perustivat yhdistyksen ja alkoivat kunnostustöihin”. Jutut herättivät mielenkiintoa ja muutamia kontakteja yhdistyksen suuntaan. Tiedottamisen ja yhdistyksen julkisuuteen tulon suhteen päivä täytti odotukset

Koska tuote tuli pilotointiin aihiovaiheessa, niin sille ei asetettu etukäteen tarkkoja mittareita toteutumisen suhteen. Tärkeintä oli testata idean toimivuutta, sen soveltuvuutta kyseiseen pitopaikkaan sekä yhdistyksen toimijoiden osaamista erilaisen opastustapahtuman hoitamiseen. Tältä osin pilotointipäivä täytti odotukset. Opastusmoduulin toteuttamiseen ammattitaitoa oppailta jo löytyy ja työnjohtokin hoituu, lisäpanostusta tarvitaan erilaisiin rooleihin ja ajankivan toteuttamiseen. Luvussa tulokset on esitelty tarkemmin jatkotoimenpiteet tuotepaketin kehittämisen suhteen sekä pohdittu muun muassa hinnoitteluun liittyviä kysymyksiä.

4 TULOKSET

Kehittämistyön tuloksia tarkastellaan sekä yleisellä että yhdistyksen tasolla. Yleisellä tasolla tarkastellaan tulevia muutoksia sotahistorian esittelyissä ja kulttuurituottajien roolia esittelyiden tuottamisessa ja uudistamisessa. Yhdistyksen tasolla tuloksena on tuotepaketin aihio sekä toiminnan tarkastelu osana laajempaa toimijakenttää.

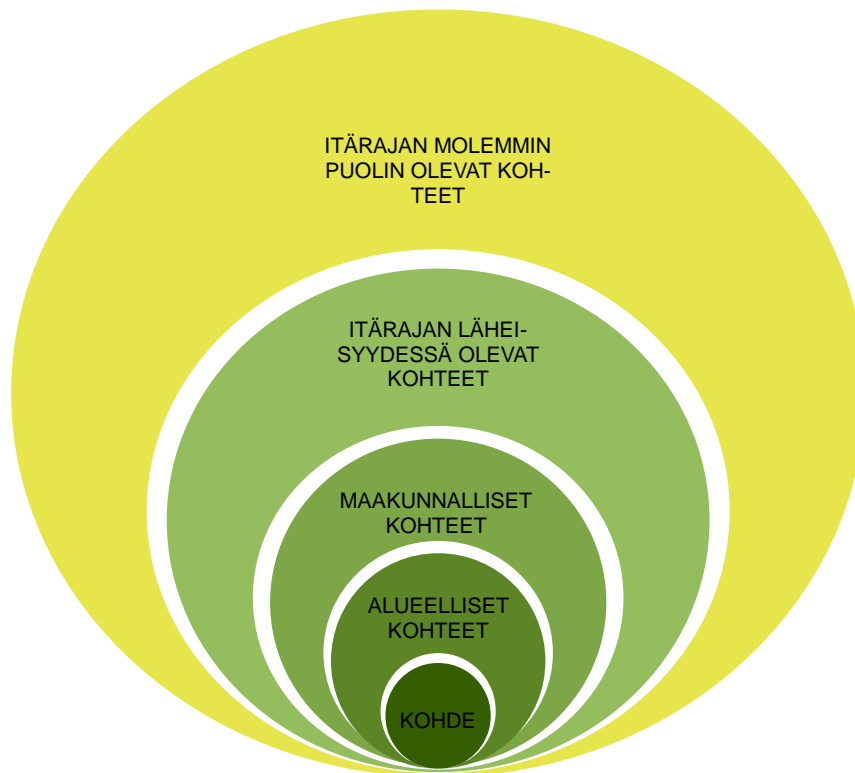
4.1 Sotahistorian esittelyiden muuttuminen

Sotahistorian opastukset muuttuvat vääjäämättä ajan kuluessa ja kävijöiden vaihtuessa. Kohteiden merkitys laajentuu ja esittelijät vaihtuvat. Vaikutus näkyy etenkin silloin, kun henkilökohtainen kytkös sotaan katoaa kahden sukupolven aikana. Nyt alamme olla viime sotiin ja Salpalinjaan liittyen muutoskohdassa. Ajan kuluessa näkökulmat laajenevat yhden taistelun tai linnoituksen esittelystä koko sotaan, muihin alueen linnoitteisiin ja molemminpuoliseen näkökulmaan. Esimerkkinä Suomesta voidaan tuoda esille talvisota ja sen lukuisat muistomerkit ja esittelykohteet. Suomen kansan taistelusta ylivoimaista vihollista kohtaan muodostettiin kansainvälinen legenda. Toisaalta jatkosodasta ja Suur-Suomen tavoittelusta on matkailullisessa mielessä vaiettu lähes kokonaan. Vain Tali-Ihantalan kaltaiset torjuntavoitot ja muut ratkaisutaistelut tuodaan esille. Emme voi enää jatkossa olettaa, että termit talvisota, välirauha ja jatkosota sekä niiden päävaiheet ovat suomalaisille kävijöille tuttuja, vaan taustoja tulee tuoda laajemmin esille.

Yksittäisen kohteen tarkastelusta on päästävä kokonaisuuksien tarkasteluun. Kokonaisuus voi muodostua kaavion 9 mukaisesti, joko alueellisesti, maakunnallisesti tai laajemmalla pohjalta. Kokonaisuuden muodostavat joko tiettyyn aihealueeseen liittyvät kohteet tai laajemman pohjan kohteet. Voidaan käsitellä yleisesti joko itärajan tuntuman linnoittamista tai viime sotiin liittyviä tapahtumia.

Esimerkiksi Salpalinjan yksittäinen kohde voidaan alueellisesti liittää muihin Salpalinjan kohteisiin ja muodostaa pelkästään Salpalinjaan liittyviä kokonaisuuksia kuten Salpapolku (Salpakeskus, 2015) tai se voidaan laajemmassa mittakaavassa liittää osaksi itärajan linnoittamiskokonaisuutta. Näkökulmista tulee laajempia ja moniään-

sempiä, voidaan esitellä useampia eri puolia yleisestä alueen linnoitushistoriasta tekniisiin yksityiskohtiin sekä rakentajien tarinoihin tai yhdistää esittelyyn alueelta muita viime sotien muistomerkkejä, tapahtumia tai muita merkittäviä paikkoja. Vaihtoehtoja on useita, mutta punainen lanka on säilytettävä. Tarjottavat yhdistelmät ja paketit on pystyttävä asiakkaille selkeästi perustelemaan.

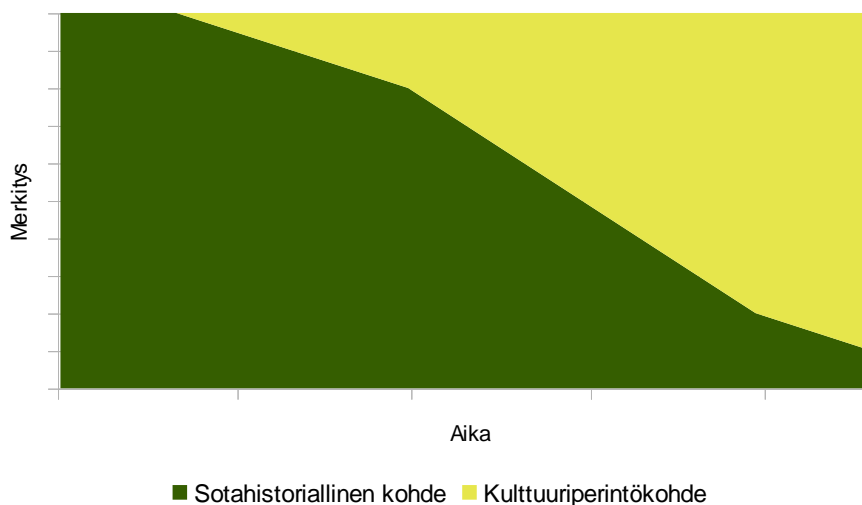


Kaavio 9. Yksittäinen kohde osana laajempaa historiallisten kohteiden kokonaisuutta.

Mitä pidempi aika sodasta on, niin sotahistoriallisen kohde muuttuu ajan kuluessa myös kulttuuriperintökohteeksi (Kaavio 10). Muutosnopeus liittyy alkuperäisestä käyttötarkoituksesta luopumisen ajankohtaan ja sotatapahtumien merkittävyyteen. Kohteina voivat olla linnoitteet, armeijan tukikohdat, taistelupaikat ja niihin liittyvät monumentit. Alkuperäinen käyttötarkoitus hälvenee ja niistä muodostuu sekä muistamisen paikkoja että suojeltavia ja hoidettavia jokapäiväisiäkin kulttuuriympäristöjä. 1700-luvun lopun Suvorovin linnoitukset Kaakkois-Suomen alueella mielletään nykyään lähes puhtaasti kulttuuriympäristökohteeksi, sotahistoriaa kuitenkin sivutaan kerrottaessa niiden rakentamisen merkityksestä sekä teknisistä ratkaisuista. Kulttuuriperintökohteiksi julistaminen on myös keino säilyttää rakenteita tai ainakin osia niistä tulevil-

le sukupolville. Salpalinja hyväksytään jo toimijoiden joukossa yleisesti kulttuuriperintökohteeksi ja sen suojelutarpeet tunnustetaan (Matikainen 2014, 40), vaikka toimijat itse eivät sitä juuri tuo esittelyissään erikseen esille. Sotahistoria on edelleen esittelyiden pääteema, vaikka yhä enemmän mukaan tuodaan ajankuvaa ja rakentajien tarinoita.

Sotahistoriallisten kohteiden merkityksen muuttuminen

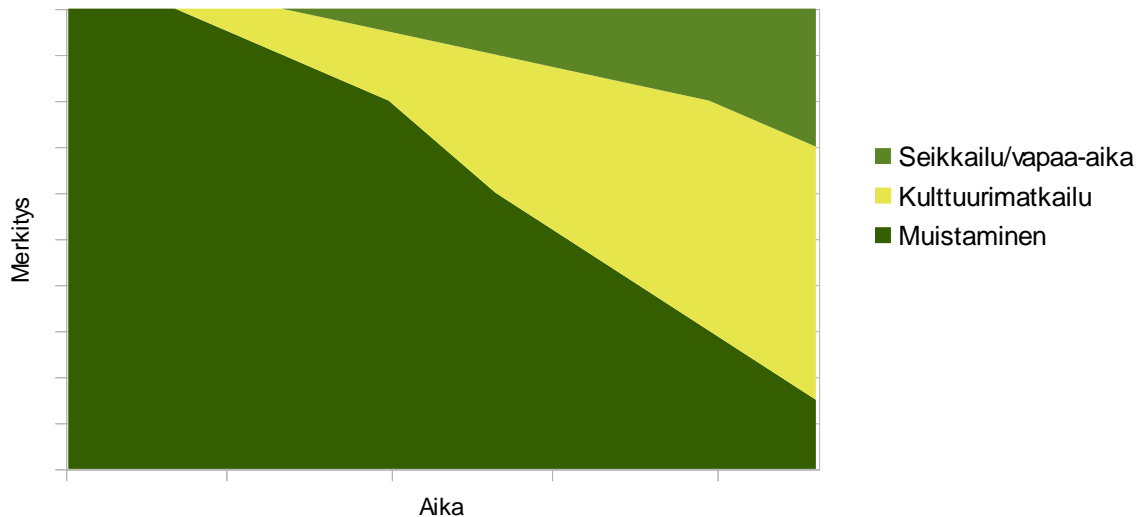


Kaavio 10. Kohteiden merkityksen muuttuminen

Kun kohteiden merkitys muuttuu, myös käyntisyys ja kävijät muuttuvat (Kaavio 11). Muistaminen jää vähemmälle henkilökohtaisten kytkösten vähentyessä, samoin paatos ja isänmaallisuus. Jo aiemmin todettiin naisten olevan suurin kulttuurimatkailun palveluiden kävijäryhmä ja heidän osuutensa todennäköisesti tulee sotahistoriakoh-teissa lisääntymään, kun ne vain paketoidaan oikein yhteen muiden palveluiden kanssa ja esittämisen näkökulmia muutetaan. Muun muassa vuonna 2015 toteutetun Salpavaelluksen asiakaspalautteessa kiitettiin erään naisoppaan esille tuomaa näkökulmaa Salpalinjan rakentajiin ja elämään parakkikylissä korsujen teknisen esittelyn ohella (Reserviläisliitto, 2015). Välttämättä asiakas ei halua valmiiksi suunniteltua pakettia, vaan hän haluaa räätälöidä sen omien tarpeidensa mukaan. Jossakin pitäisi olla saatavilla kootusti tietoa tietyn alueen kohteista ja asiakas voisi itse valita kohteet oman aikataulunsa mukaan.

Käyntisyiden muuttuminen

II maailmansotaan liittyvät kohteet



Kaavio 11. Käyntisyiden muuttuminen

Koska suurin osa Salpalinjan kohteista sijaitsee muualla kuin museoissa ja taajamissa, retkeily ja seikkailu kohteiden perässä kasvavat. Jo nyt on olemassa niin sanottuja korsubongareita, jotka yrittävät käydä kaikki Salpalinjan rakenteet lävitse. Mitä hankalampi ja vaikeammin saavutettava kohde, niin sitä mielenkiintoisempi se on. Jo nyt on olemassa retkeilyä tukevia rakenteita kuten Salpapolku ja kunnostettuja kohteita opastauluineen eri kunnissa (Salpakeskus, 2015). Suurin osa kohteista on kuitenkin luonnontilassa. Retkeily on mahdollista jo nyt oppaiden kanssa tai omatoimisesti. Seikkailuun ja vapaa-aikaan luetaan myös aiheeseen liittyvä pelaaminen joko livenä tai verkossa, ja sitä kautta syntynyt kiinnostus käydä autenttisissa kohteissa.

Eli jatkossa kulttuurimatkailuun yhä enemmän kiinnittyneeseen sotahistoriaan meitä johdattavat karrikoiden yhä enemmän muistelijan eli Veijo Veteraanin ohella Katri Kulttuuritäti, joka on kiinnostunut draamasta ja aikalaiskuvauksista, tai Simo Seikkailija, jonka seurassa kolutaan linnoitteita ja kaikkea muuta maastosta löytyvää. Nuorinta kävijäryhmää eli lasten ja nuorten käyntisyitä ei tässä eritelty, sillä he eivät tee päätöstä käyntikohteesta itsenäisesti vaan se tehdään yhdessä vanhempien kanssa tai vanhemmat päättävät. Loogista on kyllä olettaa, jos he saavat itse valita niin seikkailumuotoinen toiminta tai vastaava kiinnostavat eniten.

4.2 Elävöittämisen mahdollisuuksia

Kehittämistyön yhtenä tavoitteena oli elävöittämiseen liittyvän tuotepaketin rakentaminen yhdistykselle. Työn aikana nousi esille myös muita tapoja elävöittää opastusta. Kaikkea ei kuitenkaan tarvitse elävöittää, tarvetta on sekä asiapitoisille luennoille että hiljaisuudessa tapahtuvalle paikan kokemiselle. Jo pelkkä hiljaisuus ja kohdetta ympäröivä luonto on elämys. Toisaalta elävöittämisellä houkutellessa uusia kävijäryhmiä kohteisiin, mutta myös aiemmin käyneitä houkutellessa tulemaan uudestaan ja kokemaan jotain erilaista.

Elävöittäminen voi olla yksi keino isomman kokonaisuuden esittelyssä tai koko esittely voi pohjautua elävöittämiseen. Esimerkiksi teemallisella reitillä tai sotahistoriaan liittyvässä paketissa voi päivän yksi käyntikohde pohjautua elävöittämiseen. Teemallisesta reitistä toimii esimerkkinä Euroopan rautaesirippu -reitti, joka kulkee myös Suomen itärajaa. Reitti on EU:n kestävän kehityksen matkailun lippulaiva, jota se markkinoi ja kehittää alueellisilla työpajoilla. Reitin palveluja on toivottu rikastuttavan erilaisilla kulttuurituotteilla. (Lehtimäki 2013, 25). Tuote voisi liittyä itärajan ylittämiseen ja kokemiseen eri aikakausina.

Uuden Seelannin Cambridge Armistice Day on turisteja viehättävä speaktaakkeli, sekoitus historiaa, muistamista, juhlimista, hauskuutta, fantasiaa ja roolipelejä 1940 – luvun tyyliin. Siinä otetaan kävijät mukaan osaksi tapahtumaa. (Ryan & Cave 2007, 186). Asiakas voidaan osallistaa aikakauden tapahtumaan antamalla ennalta ohjeistus pukeutumisesta ajan tyyliin henkilökohtaisen kutsun muodossa. Kutsuun voidaan kirjoittaa myös asiakkaalle oma rooli tapahtumaan. Vastaavasti voidaan asiapitoiselle vaellukselle järjestää yllätyksenä toiminallinen piste, jossa asiakas pääsee oppaiden ohjaamana osallistumaan toimintaan esimerkiksi rajatarkastuksen muodossa. Aikahypyn voi viedä pidemmälle kuin ”Päivä linnoitustöissä”-tuotepaketissa, jolloin aikaa seikkailuun voidaan varata useampi päivä ja majoitus tapahtuu Salpalinjan parakkikylässä. Jo pelkästään viime sotien aikaan siirtyminen on elämys nykyajan mukavuuksiin tottuneille ja syrjäisiä autiotaloja toimintaan löytyy. Täydelliseen autenttisuuteen tuskin on tarvetta, vaan asioita voidaan lähestyä mukaillen.

Monen tahon toimesta on todettu muun muassa Ryan (2007, 10), Timothy (2011, 445) sekä Gordon (2012, 180-181), että kirjallisuudessa, lehdissä, dokumenteissa, peleissä ja muualla mediassa esillä olo lisää kiinnostusta sotahistoriaa ja kohteita kohtaan. Sotahistorian kuuluminen kouluopetukseen sekä sotiin ja sen ilmenemis-
muotoihin liittyvä tutkimustoiminta synnyttävät kiinnostusta käydä kohteissa. Lisään-
tyneellä alan kirjallisuudella on selkeä yhteys lisääntyneisiin kävijämääriin kohteissa
(Gordon 2012, 194). Puhutaan muistiteollisuuden eli memory industryn hyödyntämi-
sestä (Hawkins 2013, 6). Jos asioita ei pidetä esillä, kohteet ja muistomerkit katoavat
uusien sotien muistomerkkien syntyessä. Toisaalta hyödyntäminen voidaan viedä
pidemmälle, eli tarjotaan kävijöille mahdollisuutta astua ”sisään” johonkin elokuvaan
tai kirjaan ja kokea samat tapahtumat kuin päähenkilö autenttisessa ympäristössä.

Myös vaihtoehtoinen historia kiinnostaa. Entä jos sotatapahtumien tulos olisi ollut jo-
kin muu? Minkälaista elämä olisi nyt, jos Suomi olisi miehitetty tai Karjalan Kannas
kuuluisi edelleen Suomeen. Tässä on lähinnä mielikuvitus enää rajana toteutukses-
sa, lähtökohtien tulee perustua todelliseen historialliseen tilanteeseen. Pelaamalla
joko livenä tai verkossa voidaan vaihtoehtoisia ratkaisuja kokeilla. Innovointipalave-
reissa tuotepaketin kehittelyn yhteydessä tuotiin esille ideoita, jotka liittyivät haluun
päästä itse suunnittelemaan linnoitteita, määrittellä niiden sijaintia ja testata niiden
toimivuutta. Tästä voisi kehittää strategiapelin, jossa rakennetaan linnoitteita ja tais-
tellaan niissä torjuen vihollista olemassa olevien rajallisten resurssien puitteissa. Pe-
limaailmassa taistellaan yhä uudestaan toisen maailmansodan merkittävimpiä taiste-
luita, miksei myös meillä. Pelaamisen avulla voidaan opettaa maamme historiaa ja
kohderyhmääkin löytyy 15-30 vuotiaista nuorista miehistä tai naisistakin. Vaarana tie-
tysti on, että sotahistoriasta tulee ennen pitkää viihdettä, mutta eivätkö II maailman-
sotaan liittyvät elokuvat ja pelit jo ole sitä. Osallistaminen ja pelaaminen joko verkos-
sa tai livenä tarjoaa uusia mahdollisuuksia sotahistorian esittelyyn. Välttämättä nykyi-
sin verkossa olevat näyttelyt eivät tarjoa katsojalle juurikaan mahdollisuutta osallistua
sivun vaihtumista tai valikossa liikkumista lukuun ottamatta.

Vaikka todellisuudessa Salpaliinjalla ei koskaan taisteltu, niin eikö tähänkin voitaisi
tarjota mahdollisuutta. Korsuja Salpaliinjalla on yli 700 kappaletta, eikö niistä joku jou-
taisi paikaksi, jossa voisi kokeilla taistelua ja puolustautumista lähes autenttisissa
olosuhteissa, vaikka sitten vain värikuulasodan merkeissä. Vastapuoleksi voisi ottaa

todellisen vihollisen jälkeläiset eli naapurimaan sotahistorian harrastajat, jotka jo nyt järjestävät taistelunäytöksiä omissa tapahtumissaan (Kuuterselän, 2015). Rajan ylittämällä päästään myös aidoille taistelupaikoille sekä tuhottuihin korsuihin.

Teknologian kehittyminen tuo uusia mahdollisuuksia sotahistorian ja etenkin Salpalinjan esittelyyn. Salpalinja itsessään ei ole kovin helposti saavutettava paikka, vaikka osa rakenteista sijaitsee kaupunkialueella. Täällä kohteet ovat turvallisuussyistä lukittuja eikä niiden sisätiloihin pääse tutustumaan. Kohteita on hajanaisesti maastossa, kokonaiskuvan saaminen on hankalaa muutamasta korsusta ja kiviesteestä tai se vaatii päivän retken laajemmalle alueelle. Pääosa kohteista ei sovi liikuntarajoitteisille tai lastenvaunujen kanssa kulkeville, osa kohteista sijaitsee myös saarissa tai muuten vaikeasti saavutettavissa paikoissa. Virtuaaliset opastukset helpottaisivat saavutettavuutta sekä liikuntarajoitteisille että hankalien kohteiden osalta. Niiden avulla voidaan esitellä niitä teknisiä ratkaisuja, jotka kätkeytyvät korsujen ja luolien uumeeniin. Ne mahdollistavat tiedon jaon paikan päällä joko kävijä omilla mobiililaitteilla tai osana oppaan varustusta.

Myös sodat ja sotien muistomerkit muuttuvat. Perinteiset kahden tai useamman osapuolen rajatulle alueelle keskittyvät sodat päättyivät 1980-luvulle, jolloin käytiin Falklandin sota sekä Irakin ja Iranin välinen sota. Sodan luonne muuttui ja enää ei synny perinteistä taistelukenttäturismia, koska selkeät taistelukentät rintamalinjoihin ovat kadonneet. Sodasta on tullut sissisotaa eikä se enää rajoitu rintamille vaan leviää siviilien joukkoon sekä tietoverkkoihin. Uudemmissa sodista on tulossa osin virtuaalisia, samoin sotien muistomerkit ovat muuttumassa osin virtuaalisiksi Persianlahden sodasta lähtien. Miten muistamme niitä, jotka ottavat osaa nykyisiin sotiin tai konflikteihin sotilaina ja rauhanturvaajina tai joutuvat siviileinä niiden uhriksi? Esittämisen ja opastamisen haasteet eivät liity pelkästään menneisiin sotiin.

Eivät puhuvat päät vielä mihinkään katoa sotahistorialisten esittelyiden kentältä, mutta niiden rinnalle nousee uusi sotahistorian esittelijöiden sukupolvi uusine keinoineen. Paatoksen ja isänmaallisuuden rinnalle tulee elämyksellisyys, seikkailu, viihde ja virtuaalisuus, jotka omalla tavallaan kunnioittavat menneitä sukupolvia. Yksi totuus muuttuu useaksi totuudeksi ja laajemmiksi näkökulmiksi. Esittäminen pohjautuu faktojen lisäksi todellisiin ja kuviteltuihin tarinoihin. Ristiriidoilta tässä muutoksessa ei

voida välttyä. Mutta näkökulmien muutos on suotavaa, jotta uudet sukupolvet, nuoret ja lapset saadaan kiinnostumaan kohteista. Elämyksellisyyden lisääminen on vain yksi keino kiinnostuksen herättämisessä. Asioita voidaan tuoda esille monelta kantilta ja pääasia on, että niitä pidetään esillä, niistä puhutaan, kirjoitetaan ja katsellaan siten televisoista tai internetistä. Ilman tarjontaa ei synny kysyntää.

4.3 Kulttuurituottajien rooli muutoksessa

Aiemmin todettiin uusien toimijoiden tarve. Ketkä tähän tarpeeseen ovat parhaimpia vastaamaan kuin monipuolisesti koulutetut kulttuurituottajat tai vastaavan koulutuksen saaneet. He kykenevät poimimaan hyvinkin perinteisen sotahistorian esittelyn rinnalle uusia keinoja muualta kulttuurialalta. Myös muiden alojen osaamista voidaan hyödyntää etenkin uusimman tekniikan käytössä. Työn alussa kysyttiin, onko suomalaisen sotahistorian esittely kulttuurimatkailua. Tätä termiä eivät suomalaiset sotahistorian esittelijät juuri käytä. Termi on vieras etenkin yhdistystasolla muun muassa veteraani- ja reserviläisjärjestöissä, jotka nostavat toiminnan lähtökohtana esille isänmaallisuuden ja edellisten sukupolvien työn kunnioittamisen. Myöskään kulttuurimatkailun kehittäjät eivät tunnista ainakaan lähdeaineistohaun perusteella viime sotaan liittyvien kohteiden merkitystä ja potentiaalia kulttuurimatkailussa. Muualla maailmassa sotahistoriamatkailu nostetaan selkeämmin esille yhtenä kulttuurimatkailua osana. Tarvetta profiilin nostamiseen Suomessa on molemmin puolin.

Haasteena on, miten eri sotahistoriallisten kohteiden edustajat, sotahistoriaan liittyvät museot ja järjestöt, saadaan palkkaamaan kulttuurituottajia tai muita vastaavan koulutuksen saaneita töihin ja kehittämisprojekteihin. Sotahistoriamatkailu on ollut kulttuurituottajien toimintakenttänä vieraampi, vaikka kulttuurituottajia museopuolella työskenteleekin erilaisten tapahtumien kehittämisessä ja asiakaspalveluissa. Tietämättömyydestä johtuvaa arastelua on molemmin puolin. ”Uskaltaako puolisoitilaallisen järjestöön hakea töihin tai onko noista kulttuurihihhuleista mihinkään tosi tilanteessa tai jos ne esittävät jotain tosi outoa?” Käytännön kokemuksena voi todeta, että ihmisiä löytyy molemmilta puolilta ja alun ennakkoluuloista on työhön käydessä päässyt eroon. Tavoitteet ovat kuitenkin samat, saada uusia kävijöitä kohteisiin sekä aiemmat kävijät saapumaan uudelleen.

Yhdistysten ja organisaatioiden mahdollisuudet käyttää kulttuurituottajia apuna palveluiden tuottamisessa on myös taloudellinen kysymys. Mistä otetaan rahoitus kulttuurituottajan palkkaamiseen? Onko vastauksena määräaikainen projektirahoitus vai toiminnan kytkeminen osaksi muuta toimintaa? Jos rahoitus on tiukalla, niin missä vaiheessa palvelun tai tuotteen tuotteistamisprosessia kulttuurituottajan työpanos on tarpeellisin? Tai miksi ylipäättänsä palkata kulttuurituottaja eikä pikemmin olisi tarve yritysneuvojalle? Kysymyksiin ei ole olemassa yksiselitteisiä ratkaisuja, sillä kulttuurituottajan palveluiden tarve on riippuvainen toimijoiden omasta osaamisesta. Apua saatetaan tarvita alkuvaiheen ideoinnissa, tuotteen kasaamisessa tai vasta toteutusvaiheessa. Palkkaus on tarpeellista ja mahdollista silloin, kun oma osaaminen loppuu ja rahoitus löytyy, joko tulevan toiminnan tulojen kautta tai erillisen projektirahoituksen kautta.

Vakituinen organisaatio kuten museo tai isompi kolmannen sektorin edustaja voi palkata kulttuurituottajan vakituiseen tai määräaikaiseen työsuhteeseen pyörittämään muutakin toimintaa ja siinä ohessa tuottamaan erilaisia palveluita. Tällöin palkkauksen perustana on vakituisten toimintojen ylläpito ja lisäarvo toimijalle syntyy palveluiden tuotteistamisen muodossa sekä uusien tulonlähteiden syntyessä. Yksittäisen yhdistyksen mahdollisuudet palkata kulttuurituottaja on rajallinen, jollei hänen toimintansa perustu harrastukseen tai vapaaehtoisuuteen. Palkkausta on helpompi perustella projektirahoituksen, useamman yhdistyksen yhteistyön ja kunnan tai kaupungin tuen turvin. Saatava hyöty kulttuurituottajan palkkauksesta on kuitenkin kyettävä esittämään.

Vaikka kulttuurituottaja palkataan projektinomaiseen kehittämisprosessiin, niin päävastuu jatkossa tuotteen tai palvelun pyörittämisessä on tilaajalla eli tässä tapauksessa sotahistoriallisen kohteen omistajalla tai esittelijällä. Kehittämisprosessin tulokseen vaikuttaa myös se, onko tuote tai palvelu kertaluonteinen kuten yksi tapahtuma vain jatkuvasti saatavilla oleva tuote. Kulttuurituottaja ei kehitä tuotetta tai palvelua yksin vaan yhdessä toimijoiden kanssa. Eräänä vaihtoehtoa voitaisiin jopa miettiä kulttuurituotantoyrityksen perustamista, joka olisi erikoistunut tuotteistamaan, markkinoimaan ja myymään useita sotahistoriallisia matkailukohteita.

4.4 Kolmannen sektorin rooli

Yhdistysten ja muun kolmannen sektorin rooli on nousemassa kulttuuriperintökohteiden suojelemisessa ja niiden käyttäjinä. Kulttuuriperinnön vaaliminen on kansallinen tehtävä, josta vastuu kuuluu valtion lisäksi kaupungeille, kunnille, muistiorganisaatioille, kolmannen sektorin toimijoille ja yksityishenkilöille (Salmela ym. 2015, 37-39). Keskeistä tässä työssä on jaettu vastuu kulttuuriperinnöstä. Se merkitsee julkishallinnon, yhteisöjen ja yksityisten toimijoiden välisen yhteistyön ja uusien innovatiivisten toimintatapojen ja puitteiden kehittämistä. Julkisilla toimijoilla on tällaisessa yhteistyössä mahdollistajan rooli. Sopimus tarkoittaa myös vapaaehtoisjärjestöjen merkityksen tunnustamista toimintaan osallistujina sekä kulttuuriperintöä koskevan politiikan onnistumisen arvioijina. (Salmela ym. 2015, 21).

Yhteistyö pohjautuu pitkälti verkostoihin eri toimijoiden kanssa, julkisen, liike-elämän ja yksityisten sekä muiden kolmannen tahon toimijoiden kanssa. Verkostot mahdollistavat yhteydet valtakunnantason toimijoihin kuten Museovirastoon. Toiminnassa täytyy muistaa eri tahojen tavoitteet ja niiden yhteensovittaminen. Julkisen tahon tavoitteena on usein halu säilyttää kulttuuriperintöä, lisätä yleisön tietoisuutta ja tuottaa alueelle työpaikkoja. Kiinnostuksen kohteena ovat alueellisen ja kansallisen tason kohteet. Yrityksillä on omat tavoitteensa, jotka liittyvät yleensä yksittäisiin kohteisiin. Kolmannen sektorin rooli on merkittävä ja sen tavoitteena voi olla sekä pienten että laajojen kohteiden säilyttäminen ja kunnossapito. Toiminta perustuu tukiin, avustuksiin, sponsoreihin ja omaan tulonhankintaan. Läntisen Etelä-Karjalan kunnissa, Luumäellä, Lappeenrannassa ja Lemillä Salpalinjan oppaiden perustama yhdistys on koettu tärkeäksi, koska niiden alueella ei ole vakituista toimijaa kuten Salpalinjaan liittyvät museot Miehikkälässä ja Virolahdella, joissa Salpalinjan merkitys matkailukohteena on merkittävämpi.

Käytännössä toimijan tarve tämä näkyy jo Salpalinjan Oppaat r.y.:lle esitetyistä toiveista toimia jatkossa olemassa olevien esittelykohteiden ylläpidon huoltajana ja uusien kohteiden kunnostustöiden tekijänä. Vakituisten organisaatioiden omilla resursseilla ei kaikkea satunnaista ylläpitoa voida tehdä. Välttämättä ei löydy edes osaa-mista. Lisäksi on esitetty toiveita yhdistyksen ryhtymisestä erilaisten aihepiiriin liittyvien tapahtumien järjestäjiksi. Käytännössä on kuitenkin huomioitava, että pelkillä

avustuksilla ja jäsenten vapaaehtoisuuteen perustuvalla työllä ei voida mitään laajempaa tehdä vaan yhdistyksen tulee saada myös tuloja kattaakseen palvelutuotannon. Toimintaa toteutetaan resurssien puitteissa.

Yksittäisten kohteiden ja alueiden kehittämisessä on syytä pitää mielessä laajempi kenttä, johon kohde tai alue kuuluu. Alatasolla toimivan yksittäisen toimijan on kuitenkin vaikea hahmottaa kokonaisuutta ja sitä mihin lokeroon kuulutaan, mitä tulisi kehittää ja miten. Kehittäminen lähtee aina yhdistyksen tai muun toimijan omista kiinnostuksen kohteista, mutta kehittämisrahoitusta ohjaamalla voidaan luoda mielekkäitä toisiaan tukevia osia. Näistä voidaan sitten rakentaa kiinnostavia matkailupaketteja eli tarvitaan maakunnallista tai laajempaa ohjausta sekä kehittämisrahoitukseen sekä markkinointiin sotahistoriamatkailun alalla. Mitä laajemmaksi kokonaisuus muodostuu, sitä enemmän löytyy yhteen kytkettäviä osasia, samoin mahdollisuudet luoda verkostoja sekä löytää rahoitusmahdollisuuksia laajenevat.

Tekniset tuotekehitysprojektit, isojen muutosten tekeminen, valtakunnan tasolla vaikuttaminen, verkostojen rakentaminen ja kokonaisuuksien hallinta ei ole pienten yhdistysten tehtävä. Yhdistysvoimin tapahtuva sotahistoriallisten kohteiden esittely on ihmisläheistä toimintaa, asiakkaat viedään konkreettisesti kohteisiin paikan päällä ja kerrotaan paikallisia tarinoita. Elämyksellisyyteen ja toiminallisuuteen on yhdistystasolla helpompi panostaa kuin uuteen tekniikkaan. Yhdistyksen vahvuutena ovat sen persoonalliset jäsenet ja heidän kykynsä heittäytyä tilanteisiin. Toimintaan kuuluu usein lisäksi kohteiden kunnossapidosta huolehtiminen, niihin liittyvien tarinoiden kerääminen sekä niiden muokkaaminen esittelykuntoon.

4.5 Tuotepaketin luominen

Päätuote tilaajalle oli tuotepaketin luominen (Liitteet 1,2,3 ja 4), joka saatiin hyvään kehitysvaiheeseen. On kuitenkin syytä korostaa, että valmiiksi saatiin vasta tuotepaketin aihio, ei valmis markkinointikelpoinen tuote. Tuotteen pilotointi osoitti, että yhdistyksen jäsenet ovat valmiita ja sitoutuneita myös draamalliseen ja toiminnalliseen opastukseen sekä edelleen kehittämään sitä. Kehittämistyö on hyvä lähtökohta rahoituksen haulle jatkokehittelyyn. Alustavana tavoitteena oli, että jo 2016 kesälle on käy-

tössä muutamia moduuleista rakennettuja tuotepaketteja valmiina markkinointia varten ja lisää pystytään kehittämään erikseen haettavalla rahoituksella. Syksyn ja ensi talven aikana on aikaa kehittää pilotoitua tuotetta eteenpäin ensi kesän asiakkaita varten tai ainakin saada osa sen moduuleista toimimaan. Samaan aikaan yhdistyksen toiminta vakiintuu ja muutkin toimintatavat löytyvät.

Tuotteen idea ja sen toimivuus on testattu, mutta paljon vielä puuttuu. Myynnistä ja markkinoimisesta ei ole muuta suunnitelmaa kuin tulevien kotisivujen hyödyntäminen. Pilotointipäivän aikana otettiin kuitenkin jatkossa hyödynnettäviä valokuvia. Pilotointipäivää varten varusteet, työkalut ja aikakauden tavarat kerättiin yhdistyksen hallituksen jäseniltä. Jatkossa jos tapahtumia alkaa olla usein, vaatteiden, varusteiden ja työkalujen varaamista ja varastointia pelkästään linnoitustyöpäivää tai vastaavia esityksiä varten pitää pohtia. Myös esitetty idea asiakkaiden varustamiseksi on mielenkiintoinen, mutta heti siihen ei ole mahdollisuutta. Varusteiden huolto, saatavuus ja varastointi pitää selvittää.

Pelkästään ideoinnin tasolle jäi moduulirakenteen neljäs osa eli illan- tai vapaa-ajan vietto. Päivää voisi hyvin jatkaa ajankohdan iltamien, urheilukisojen tai hartausohjelman puitteissa, tietoja on löydettävissä rakentamisen aikaisissa työmaiden huoltoilmoituksissa (Kansallisarkisto/Sota-arkisto). Tarvittaessa voidaan järjestää vaikka kielletyt nurkkatanssit joko majalla tai hyödyntäen läheistä litiän lavaa. Vapaa-ajan ohjelman suunnittelu ja verkostojen luominen toteutukseen on vielä edessä. Ideoita saatiin kuitenkin kerättyä. Olemassa on jo loistava todellisuus pohjainen tarina lähetti-pojan hiihtokilpailuvoitosta lottien sarjassa.

Tärkeä asia, joka liittyy sekä pelkkiin opastuksiin että linnoitustyöpäivään on turvallisuus. Salpalinjan rakentamisen aikaiset työmenetelmät eivät nykymittapuun mukaan ole työturvallisia vaan tässäkin joudutaan soveltamaan. Turvallisuussuunnitelman laatiminen tulee olla osa toimintaa ja yhdistyksellä on niiden tekemiseen hyvät eväät, koska mukana on kokenutta sekä maastossa liikkuvaa väkeä että vapaapalokuntalaisia. Ammattitaitoa löytyy tähän omasta takaa. Alustava turvallisuussuunnitelma tehtiin jo pilotointipäivää varten.

Hinnoittelussa voidaan noudattaa seuraavia päälinjoja, kun puhutaan kulttuurimatkalutuotteesta (Raakaidea 2012, 12) tai ohjelmapalvelutuotteesta (Haavikko 2011, 23):

1. Kustannusperusteinen, jolloin huomioidaan tuotteen kulut ja saatava kate.
2. Vertailuperusteinen eli markkinaperusteinen, vertaillaan muihin matkailutuotteisiin ja haetaan yhtenäinen hintataso.
3. Arvoperusteinen, haetaan tuotteen arvo asiakkaalle tai yritykselle.

Haavikko (2011, 23) muistuttaa opinnäytetyössään, että yksikään malli ei sovellu sellaisenaan. Hinnoittelussa tulee huomioida kustannusten lisäksi markkinat ja yrityksen omat tavoitteet, jotta hinnasta saadaan kilpailukykyinen ja varmistetaan liiketoiminnan jatkuminen riittävän voiton avulla. Matkailupuolella kateprosentiksi voidaan laskea tuotteesta riippuen on 30-40 % (Salpalinjan opaskurssin aineistot, 2014). Moduulirakenteissa tuotteessa voidaan jokainen moduuli hinnoitella erikseen ja laskea jokaiselle osalle oma kate tai sitten kate voidaan laskea vasta koko tuotepaketille (Haavikko 2011, 30).

Hinnoitteluun vaikuttaa suuresti tuotepakettiin valittavat moduulit ja missä laajuudessa ja millä miehistöllä tuote tehdään. Ruokailun ja pelkän opastuksen hinta (noin 50 euroa/h) toiminnassa on helpompi määrittää kuin draamallisen toiminnan osuus. Mitä enemmän roolihahmoja mukana, niin sitä kalliimpaa se on. Minimimiehitys kymmenen hengen ryhmälle on työnmaan päällikkö + 1-2 työryhmien vetäjää + emäntä. Jos asiakkaat ovat omilla eväillä, emäntää ei tarvita. Karkeasti voidaan arvioida, että pelkän opastuksen osuus kymmenen hengen ryhmälle kahden tunnin ajan maksaa noin 100 euroa ja toiminallinen osuus kaksi tuntia kahdella ryhmänjohtajalla maksaa noin 150 euroa tarvikkeineen. Lisäksi on huomioita mahdolliset tilavuokrat. Kustannuksia järjestäjille syntyy sekä muuttuvista että kiinteistä kuluista. Muuttuvat kulut ovat tapahtumakohtaisia kuluja, joihin vaikuttaa asiakkaiden määrä, tarvittavien oppaiden määrä ja valitut suoritettavat moduulit. Kiinteät kulut ovat yleiset opastoimintaan liittyvät kulut kuten yhdistyksen hallinnointi, markkinointi, oppaiden varusteet sekä tarvittavat välineet ja niiden huolto. Näiden osuus on jokin prosentti vuotuisista kuluista riippuen tapahtumien määrästä ja laadusta.

Tuotepaketin lopullinen hinnoittelu tulee jäämään yhdistyksen tehtäväksi. Perusopastuksen hinnoittelusta on suuntaviivat olemassa. Hinnoittelussa tulee huomioida kus-

tannuksina vuokrat tai ovenavausmaksut, oppaan matkakulut, muut kulukorvaukset ja nämä ovat sekä esittelypaikasta että oppaan kotipaikasta riippuvia. Pakettiin tulee lisäksi muonitukset sekä illanvietto. Tällä hetkellä ei ole myöskään täyttä selvyyttä siitä, toteutetaanko tuotepakettia jatkossa yhdistyksen vetämänä vai onko yhdistys vain osatoteuttaja muulle matkailutoimijalle. Suuntaviivoja hinnoitteluun voidaan hakea vastaavan kaltaisista tuotteista kuten Desantti-kierros Rautjärvellä (Desantti, 2015, Natunen haastattelu, 2015).

Myöskään kaikkia tarvittavia varusteita tai työkaluja ei ole saatavilla eikä ei edes välttämättä suoraan kaupan hyllyltä löydettävissä. Lisäpanostusta ja rahoitusta tarvitaan sekä varusteiden, työkalujen ja tarvikkeiden hankkimiseen sekä uusien tarinoiden ja roolihahmojen kehittämiseen. Hahmoja ei voi luoda tyhjästä vaan niiden tulee pohjautua aikakauteen, mutta ne voivat olla osin fiktiivisiä hahmoja. Haastavaksi työn tekee, ettei Kivijärven ja Saimaan alueen Salpalinjan rakentamisesta ole tehty paikallista tutkimusta, jonka pohjalta tarinoita voitaisiin kehittää vaan työ täytyy osin aloittaa osin arkistotutkimuksesta. Uusien hahmojen kehittäminen helpottaa toteuttamista, koska saadaan varamiehitys ja kukaan roolihahmoista ei ole tällöin korvaamaton. Tämän työn pohjalta yhdistys voi laatia kehittämishankkeen suunnitelma avustusten hakua varten.

Sivutuotteena muiden kesän tapahtumien, Avoimet ovet Rutolassa ja Salpavaellus, sekä pilotoinnin kautta ilmeni myös tarve selkiyttää miten harrastuspohjaisessa toiminnassa turvataan jatkuvuus eli uusien oppaiden ajaminen sisään toimintaan. Pelkkä opaskoulutus ei riitä, vaan tarvitaan erityistä tapahtumakohtaista perehdyttämistä. Kesän tapahtumat poikkesivat normaalista opastustavasta eli valmiiseen käsikirjoi-tukseen perustuvasta tunnin parin kierroksesta ryhmän kanssa kohteissa ennalta määrättyssä järjestyksessä. Tähän esittelytapaan oppaiden koulutus usein pohjautuu. Tämä tapa on käytössä esimerkiksi talomuseoissa, jossa eri huoneissa kierretään ennalta suunnitellussa järjestyksessä ja joka huoneella on tarinassa oma teemansa. Mutta mitä tapahtuu, jos asiakkaat valitsevat yhtä äkkiä itse huoneiden kulkujärjes-tyksen tai ei mennä lainkaan taloon sisälle? Säilyykö oppaan tarinassa silti punainen lanka? Veikkaan, ettei ainakaan aloittelevalla oppaalla. Tämä on taito, jonka oppii konkareiden opastuksella ja oman kokemuksen kehittyessä.

Sama asia toistuu, jos opas laitetaan Salpalinjalle hänelle vieraaseen tapahtumaan tai paikkaan eikä informoida tarpeeksi tapahtuman luonteesta. On sitten kyse useampi päiväisestä vaelluksesta, nonstop-opastuksesta tai muusta normaalista poikkeavasta tapahtumasta. Puolustuslinjan rakentamisen syyt ja tekniikka on toki halussa opaskoulutuksen perusteella, mutta miten sitä sovelletaan uudessa tilanteessa. Tilanteesta on käytetty termejä ”Heittää kylmään veteen” tai ”Luolaan ilman taskulamppua”, selviä siltä sitten omatoimisesti ryhmän kanssa ulos kenenkään kolhimatta itseään. Hyvin usein järjestäjiltä unohtuu seuraava asia: Selviytyykö asiakas tilanteesta, jossa uusi opas on jätetty vähemmälle perehdytykselle? Saavutetaanko tasa-puolinen asiakaskokemus? Asiakasnäkökulmaa ei osata ottaa tarpeeksi hyvin huomioon, vaan luotetaan uuden oppaan selviävän siitä, mistä toisilla on jo kymmenen vuoden kokemus. Yhdistysten jäsenet ja harvemmin järjestettyjen tapahtumien tekijät ovat harvoin mitään ammattioppaita ja tämä pitää huomioida perehdytyksessä eri tavalla. Yksi ratkaisu on opasparin, kokenut ja aloittelija, laajempi käyttäminen, vaelluksilla puhutaan häntäpäin valvojasta varsinaisen oppaan kaverina. Parityöskentely mahdollistaa toisen keskittymisen opastukseen ja toiseen ryhmän liikutteluun. Esimerkiksi ryhmässä olevat liikuntarajoitteiset voidaan huomioida paremmin. Perehdyttämiseen on lisäksi varattava tarpeeksi aikaa.

Kehittämistyön aikana Salpalinjan Oppaat ry:n toiminta käynnistettiin ja vuosi 2016 tulee olemaan ensimmäinen kokonainen toimintavuosi. Kehittämistyö on tuottanut pilotoinnin lisäksi uusia ajatuksia toimintaan, kaikkea ei voida kuitenkaan toteuttaa heti vaan ajan kuluessa. Oma aktiivinen osallistumiseni yhdistyksen toimintaan on tarjonnut aitiopaikan toiminnan käynnistämiseen.

Työn tekijälle tämä projekti on ollut mahdollisuus laajentaa omaa näkökulmaa sotahistorian esittelystä osana laajempaa kulttuurimatkailua. Vaikka työ on tehty pääosin kirjoituspöydän ääressä aiemman hanketyön aineistoja sekä kirjallisuutta hyödyntäen, osallistumiset eri tapahtumiin asiakkaana sekä tekijänä ovat tuottaneet uutta kokemuspohjaa. Tapahtumia ja tilanteita on pystynyt katsomaan uudesta näkökulmasta ja asiakkaan roolia on pystynyt hyödyntämään. Kansainvälisistä näkökulmaa ovat tuoneet retket Karjalan kannakselle sotahistoria kohteiden perässä. Oma roolia kulttuurituottajana sotahistorian esittelystä on saanut välillä selitellä. Mikä on kulttuurituottaja ja mitä se tekee? Ammattinimike ei ole näissä piireissä kovinkaan tuttu.

Työskentely sotahistoriaan liittyvissä projekteissa ja sitä kautta saatu kokemus muun muassa museopuolelta on ollut helpompi selittää. Käytännössä olen kuitenkin projektiammattilainen, sotahistoriaan ja erityisesti Salpalinjaan liittyen roolini on alan asiantuntijan ja kulttuurituottajan välimaastossa. Tämä korostui myös tuotteen kehittämisprosessissa, koska opinnäytetyön ajoitus osui tuotteistamisprosessin alkuvaiheeseen. Varsinainen tuottajan osuus eli tuotteen muokkaaminen kilpailukykyiseen kuntoon on vasta alkamassa.

5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Hyökkäysvaunua eli aikaa emme pysty pysäyttämään vaan meidän pitää sopeutua sen tuomiin muutoksiin. Viimeisen Suomea koskettaneen sodan päättymisestä on kulunut jo aikaa 70 vuotta, sotaan osallistuneiden rivit ovat jo harvenneet. Kahdenkymmenen vuoden päästä ovat jo vähissä ne henkilöt, joilla on omakohtaista kokemusta sota-ajasta. Lähihistoriasta tulee kokemuspohjan muuttumisen kautta historiaa. Vielä voimme panostaa sodan jälkeiseen sukupolveen kohteiden esittelyssä ja markkinoimisessa, mutta jo nyt pitäisi löytää keinot uusien kävijäryhmien ja ikäpolvien houkutteluun. Keinot voivat liittyä uusiin näkökulmiin, tekniikkaan, pelaamiseen, osallistamiseen, elävöittämiseen, kansainvälisyyteen ja muuhun vastaavaan, on sitten kyse naisten, nuorten, maahanmuuttajien tai ulkomaisten matkailijoiden kiinnostuksen herättämisessä. Termiä menneisyyden hallinta käytetään kuvaamaan kykyä tehdä tilit selviksi oman historian kanssa. Olisiko Salpalinjaan ja muiden viime sotiin liittyvien kohteiden esittelyssä otettava pidempi askel etäämmäs tarkastelemaan laajempaa kontekstia ja sitä kautta haettava uutta näkökulmaa? Voisimme tällöin osata selittää menneisyyttä selkeämmin nuoremmille sukupolville ja ulkomaalaisille, joilla ei ole laajaa tietämystä Suomen historiasta.

Laajemmalla tasolla herää kysymys; kuka tekee, mitä tekee ja mistä haetaan rahoitusta kehittämistyöhön? Katse kääntyy isompien organisaatioiden puoleen. Käynnissä olevat keskustelut kulttuuriperintöön käytettävän rahoituksen vähentämisestä eivät mahdollista isoa panostusta siltä suunnalta. Projektirahoitus ja matkailun vahvempi kytkeminen vaikuttaa ainoalta suunnalta sotahistoriaan liittyvien kohteiden kehittämisessä. Tämä herättää monia kysymyksiä, aletaanko tuotteita ja kohteita myydä viih-teellä ja saavutettavuudella autenttisuuden sijaan? Muuttuuko totuus myyväksi tarinaksi? Kuka tätä toimintaa valvoo ja koordinoi? Myös panostaminen kertaluonteisiin projekteihin pysyvän kehityksen luojana ilman vahvaa taustatukea arveluttaa.

Kulttuurimatkailuun liittyy myös teemallisten reittien ja alueen muun tarjonnan kytkeminen samaan pakettiin. Alueina voidaan tarkastella kuntaa, maakuntaa tai laajempaa aluetta, joista löytyy saman teeman alle kytkettäviä kohteita. Teemana voi olla vaikka itärajan linnoittaminen tai sota-aika, jolloin Salpalinja on vain yksi päivän kohteista. Tämä vaatii verkostojen luomista ja jonkun isomman organisaation, esimerkik-

si alueellisen matkailuorganisaation, toimimista koordinaattorina ja kehittäjänä. Euroopan itäraja ja sen molemmin puolin olevat kohteet kiinnostavat sekä meillä että muualla. Matkailullisessa näkökulmasta tämä on Kaakkois-Suomessa yksi tulevaisuuden painopistealueita myös sotahistoriamatkailussa. Toiminta vaatii verkostojen luomista rajan yli, molemmin puolisen sotahistorian esille tuomista ja toimivien matkailupakettien luomista sekä vahvaa taustaorganisaatiota tai kestäväää verkostoa. Toimiakseen tämä vaatii yhteistyön lisääminen eri organisaatioiden, yksittäisten yritysten ja kolmannen sektorin toimijoiden välillä.

Selvää on, että uusia tekijöitä tarvitaan mukaan uusia toimintatapoja kehittämään ja toimijoiksi nykyisten ikääntyessä, ovat he sitten kohteen oppaita, markkinoijia, tuotteiden kehittäjiä tai taustatarinoiden kirjoittajia. Tässä joukossa löytyy myös kulttuurituottajille paikkoja. Nämä paikat voivat olla sekä lyhytkestoisissa projekteissa, joissa valmiiden ideoiden pohja koostetaan palvelu- ja tuotepaketteja yhden tai useamman toimijan muodostamalle verkostolle, että pidempi kestoisissa organisaatiovetoisissa kehittämistehtävissä kulttuurimatkailutuotteiden tai –reittien parissa. Myös yrittäjyys on mahdollisuuksien rajoissa, mutta pienimuotoisesti.

Mikä on sitten kolmannen sektorin eli yhdistyksien rooli paikallisen tason toimijana jatkossa? He vievät asiakkaan saamaan fyysisen kosketuksen kohteeseen ja toimivat paikallisten tarinoiden kertojina. He toteuttavat pienen osan laajemmasta paketista tai teemasta. Jotta asiakas osaa oppaan ja kohteen luokse tarvitaan välittäjiä ja markkinoijia joko verkostojen kautta tai itse toimien. Kaikkea ei kuitenkaan tarvitse eikä voi tehdä itse.

Alussa mainittuja kiviesteitä on noin 225 km itärajan tuntumassa. Jokainen kivi on yksitellen louhittu, kuljetettu ja pystytetty paikoilleen. Yhden kiven pystytys paikalleen on vaatinut useiden henkilöiden työtä, ensin kiven irrotuksessa louhimolla, kuljetuksessa joko kuorma-autolla tai hevosella ja pystytyksessä maastossa. Isoimmat kivet ovat painaneet yli 3 000 kg. Yksittäisten kivien määrää ei ole kukaan laskenut. On arvioitu, että niitä on kaikkiaan 300 – 350 000 kappaletta. Aika ei ole kiviä hävittänyt vain sammaloittanut ja meidän tehtävä on kertoa yhä uudelleen niiden tarinaa.

LÄHTEET

- Alberti, Fernando G., Giusti Jessica D., 2012, Cultural heritage, tourism and regional competitiveness: The Motor Valley cluster, *City, Culture and Society*, Volume 3, Issue 4, December 2012, Pages 261–273: The societal function of Cultural Heritage, viitattu 15.4.2015 http://ac.els-cdn.com/S1877916612000562/1-s2.0-S1877916612000562-main.pdf?_tid=ab3655c4-e42f-11e4-a210-0000aacb35f&acdnat=1429185591_78ec4f28648fc66e71ef545e8136aeb6
- Bończak, Bartosz, 2014, The battle of Łódź 1914: a chance to develop military heritage tourism in the metropolitan tourism region of Łódź, *Tourism*. Volume 23, Issue 1, Pages 17–26, ISSN (Online) 2080-6922, ISSN (Print) 0867-5856, DOI: 10.2478/tour-2013-0002, March 2014, viitattu 15.4.2015, <http://www.degruyter.com/view/j/tour.2013.23.issue-1/tour-2013-0002/tour-2013-0002.xml>
- Cuchitunnels eli Vietnamin sodan aikaiset tunnelit matkailukohteena, viitattu 24.3.2015, <http://www.cuchitunnelstours.com/>
- Draamaesitys Pölky ja muita sotajuttuja... Lappeenrannan taistelun vuosipäivän esitys, katsojana 23.8.2014, 23.8.2015 ja viitattu 23.3.2015 <https://m2.facebook.com/events/595764780534214?context=%7B%22ref%22%3A22%7D&aref=22>
- Desantti – sotahistoriallinen draamakierros Rautjärvellä, viitattu 24.3.2015, <http://www.rautjarvi.fi/fi/rautjarvellatapahtuu/desantti>
- Getting cultural heritage to work for Europe, 2015, Report of the Horizon 2020 Expert Group on Cultural Heritage, Directorate-General for Research and Innovation, European Commission, Brussels, viitattu 25.4.2015, <http://www.frh-europe.org/report-of-the-horizon-2020-expert-group-on-cultural-heritage/>
- Gordon, Bertram, M., 2012, *World War II Tourism in France* Picard, David, Robinson, Mike (ed.): 2012, *Emotion in motion: tourism, affect and transformation*. Farnham, Surrey: Ashgate, s.179-198
- Haavikko, Sari, 2011, Ohjelmapalveluiden hinnoittelu Lapissa, *Matkailu-, ravitsemis- ja talousala, Matkailun koulutusohjelma, Rovaniemen ammattikorkeakoulu, opin- näytetyö*, viitattu 24.10.2015, https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/34718/Haavikko_Sari.pdf?sequence=1
- Hawkins, Jo, 2013, 'What better excuse for a real adventure': History, Memory and Tourism on the Kokoda Track, *Public History Review*, Vol. 20/2013 viitattu 15.4.2015, <http://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/phrj/article/view/3122>
- Hiltunen, Elina, 2012, *Matkaopas tulevaisuuteen*, Helsinki: Tammi
- Hämäläinen, Kai, (toim.), 2012, *Matkailupalveluita muotoilemassa, Verkostomainen palvelutuotanto elämystuotteiden murroksessa*. Sarja F. Katsauksia ja aineistoja 11 ja 12, 2012, Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu
- Kalliomäki, Anne, 2014, *Tarinallistaminen, Palvelukokemuksen punainen lanka*, Viro: Talentum

- Kansallisarkisto, Sota-arkisto, Salpalinjan rakentamisen aikaiset asiakirjat, useita eri arkistotunnuksia tai arkistotunnukset puuttuvat, julkisista, ei julkisista ja yksityisistä lähteistä saadut kopiot
- Kotonen, Henna-Riitta 2014, Salpalinjan historiallisen reitin tuotteistaminen nuoria aikuisia kiinnostavaksi matkailutuotteeksi, Saimaan ammattikorkeakoulu, Liiketoiminta ja kulttuuri, Imatra, Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma, opinnäytetyö, viitattu 22.6.2015,
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/80299/Valmis%20Oppari%202014.pdf?sequence=1>
- Kulmat, Verkkopalvelu matkailun, kulttuurin ja luovien alojen toimijoille, Kulttuurimat- kailun tutkimustietoa, tutkimuksia ja julkaisua, viitattu 24.3.2015
<http://www.kulmat.fi/tutkimustietoa/kulttuurimatkailu>
- Kurki, Leena, 2008, Innostava matkailu, Sosiokulttuurinen innostamisen ja vapaa- aika, Tampere: Oy Finn Lectura Ab
- Kuuterselän taisteluiden vuosipäivän juhla, 13.6.2015, Karjalan Kannas, Venäjä
- Lagerstedt, John, 2012, Salpalinja, Sotahistoriallisten kohteiden arkeologinen inven- tointi 2009 – 2012, Inventointiraportti, Museovirasto, viitattu 25.5.2015
http://kulttuuriymparisto.nba.fi/netsovellus/rekisteriportaali/mihanke/read/asp/hae_liite.aspx?id=114394&ttyyppi=pdf&kunta_id=0
- Liepaja, Karostan vankila, Latvian sotahistoria kohteita, viitattu 25.3.2015,
<http://www.latvia.travel/en/sight/naval-port-prison>
- Lehtimäki, Marianne, 2013, Kulttuurista särmää matkailun kehittämiseen, Culture Fin- land, kulttuurimatkailun katto-ohjelma, ladattavissa sivulta, viitattu 24.3.2015
<http://www.visitfinland.fi/studies/kulttuurista-sarmaa-matkailun-kehittamiseen-2/>
- McLean, Fiona, Garden, Mary-Katherine, Urquhart Gordon, 2007, Romanticising Tragedy, Culloden Battle Site in Scotland. Ryan, Chris: Battlefield tourism: history, place and interpretation, Oxford : Elsevier, s. 221-234
- Maginot-linja, Ranska, viitattu 24.3.2015,
<http://www.lignemaginot.com/accueil/indexen.htm>
- Matikainen, Mari, 2014, Salpalinjan seuduilla, Asiantuntijoiden käsitykset Salpalinjan kulttuuriperinnöllisestä arvosta sekä matkailuedellytyksistä Etelä-Karjalassa, Itä- Suomen yliopisto, Yhteiskunta- ja kauppatieteiden tiedekunta, Historia- ja maan- tieteiden laitos, Maantieteen pro gradu -tutkielma, viitattu 22.6.2015
http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20140526/urn_nbn_fi_uef-20140526.pdf
- Mattila, Timo, 2007, Lotjanvetoa ja rummunlyöntiä, Lasten draamakierrokset Lap- peenrannan museotoimessa kesällä 2006, Toiminnallinen opinnäytetyö, Kulttuuri- palveluiden koulutusohjelma, Humanistinen ammattikorkeakoulu, Joutseno
- Nagy, Katalin, 2012, Heritage Tourism, Thematic Routes and Possibilities for Innova- tion, 'Club of Economics in Miskolc' TMP Vol. 8., Nr. 1., pp. 46-53. 2012.
- Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo, 2014, Kehittämistyön menetel- mät, 3. uudistettu painos, Sanoma Pro Oy
- Parantainen, Jari, 2009, Pölli tästä 2, Helsinki: Talentum

- Parantainen, Jari, 2007, Tuotteistaminen, Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä, Helsinki: Talentum
- Picard, David Robinson, Mike (ed.), 2012, Emotion in motion: tourism, affect and transformation. Farnham, Surrey: Ashgate.
- Piekarz, Mark, 2007, It's Just a Bloody Field! Approaches, Opportunities and Dilemmas of Interpreting English Battlefields. Ryan, Chris: Battlefield tourism: history, place and interpretation, Oxford: Elsevier, s. 29-47
- Rapson, Jessica, 2012, Emotional Memory Formation at Former Nazi Concentration Camp Sites. Picard, David, Robinson, Mike (ed.): Emotion in motion: tourism, affect and transformation. Farnham, Surrey: Ashgate, s. 161-178
- Raakaidea Oy, Matkailuteos, 2012, Kulttuurimatkailutuotteen luomisen tuska: Kulttuurimatkailun katto-ohjelma Culture Finland, ladattavissa sivulta, viitattu 24.3.2015 <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/tuoteteemat/kulttuurimatkailu-culture-finland/tyokalut/>
- Reserviläisliitto, 2015, Salpavaellus 2015, palautekyselyn tulokset, käsittelemätön aineisto
- Robinson, Mike, 2012, The Emotional Tourist. Picard David, Robinson, Mike (ed.): Emotion in motion: tourism, affect and transformation. Farnham, Surrey: Ashgate, s. 21-48
- Prideaux, Bruce, 2007, Echoes of War: Battlefield Tourism. Ryan, Chris: Battlefield tourism: history, place and interpretation, Oxford: Elsevier, s. 17-27
- Ryan, Chris, 2007, Battlefield tourism: history, place and interpretation, Oxford: Elsevier
- Ryan, Chris, Cave, Jenny, 2007, Cambridge Armistic Day Celebrations: Making a Carnival of War and the Reality of Play. Ryan, Chris: Battlefield tourism: history, place and interpretation, Oxford: Elsevier, s. 177-186
- Salmela, Ulla, Matikka, Hannu, Latvala, Pauliina ja Kauppi, Petja(toim.), 2015, Kohti kestäväää kulttuuriperintötyötä, Taustaselvitys Faron yleissopimuksen voimaansaattamiseksi Suomessa; Museovirasto
- Salpakeskus, Miehikkälän Salpalinja-museo, Virolahden bunkkerimuseo ja Salpapolku, viitattu 24.3.2015, <http://www.salpakeskus.fi/>
- Salpalinja-museo, Miehikkälä, viitattu 25.4.2015, http://www.salpakeskus.fi/fi/salpalinja-museo_ala
- Salpalinjan opaskurssin aineistot, 2014, Koulutus- ja luentomateriaalit, Salpapolku – vapaa-ajan ja yritystoiminnan reitti – hanke, painetut aineistot, monisteet, linkit, luennoitsijoiden jakama materiaali
- Salpalinjan oppaat r.y.,2015, Yhdistyksen säännöt
- Salpavaellus, Lappeenranta, Luumäki, Miehikkälä ja Virolahti, viitattu 24.3.2015, <http://www.salpavaellus.net/>
- Smith, Hugo, 2007, Seventy Years of Waiting: A Turning Point for Interpreting the Spanish Civil War? Ryan, Chris: Battlefield tourism: history, place and interpretation, Oxford: Elsevier, s. 99-110

- Sotahistoriakeskus, verkkopalvelu ilmasodasta ja Mikkelin pommituksista, Installaatio - Sodan kokemus kotirintaman pommituksissa –hanke, Mikkeli, viitattu.1.10.2015
www.sotahistoriakeskus.fi
- Teemaopastukset Salpalinjamuseolla Miehikkälässä, viitattu 25.3.2015,
<http://www.salpakeskus.fi/fi/teemaopastukset>
- Timothy, Dallen, J., 2011, Cultural heritage and tourism, Bristol: Channel View Publications
- Tonder, Mika, 2013, Ideasta kaupalliseksi palveluksi, Matkailupalveluiden tuotteistaminen, Vantaa: Restmark
- Tonder, Mika, 2014, Historian tuotteistaminen, luento, Salpapolku ja Kutkasta Kulttuurikutinaa -hankkeiden yhteinen loppuseminaari 13.11.2014, Lemi
- Visit Finland, Kulttuurimatkailua käsittelevä osio, Culture Finland, viitattu 24.3.2015
<http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/kulttuurimatkailu-culture-finland/>

HAASTATTELUT JA SÄHKÖPOSTIKESKUSTELUT

- Kilpeläinen, Juha, opas ja sotahistorian matkojen järjestäjä,
<http://sotahistoriamatkat.fi/>, sähköpostikeskustelu 20.4.2015 + arkistomateriaalien lainaus
- Mattila, Timo, kulttuurituottaja, haastattelu 29.4.2015
- Natunen, Juha-Pekka, projektipäällikkö, Desantti-kierroksen suunnittelija, haastattelu 9.4.2015
- Suoknuuti Kari alias rakennusmestari Rissanen, draamaopas Salpalinjalla, haastattelu, 31.3.2015

SALPALINJA-HANKKEET 2011-2014

- Salpalinjan mahdollisuudet, 2011, Lappeenrannan kaupunki, maaseututoimi, Leader-rahoitus
- Salpalinjan mahdollisuudet II, 2011- 2012, Lappeenrannan kaupunki, maaseututoimi, Leader-rahoitus
- Salpalinja Lappeenrannassa, 2012, Lappeenrannan kaupunki, maaseututoimi, Leader-rahoitus
- Rutolan kyläpolku, 2012-2013, Lappeenrannan kaupunki, maaseututoimi, Leader-rahoitus
- Salpapolku – vapaan-ajan ja yritystoiminnan reitti - hanke, 2013-2014, Lappeenrannan kaupunki, maaseututoimi, ELY-keskuksen maaseuturahoitus

LIITTEET

Liite 1: Taustarina tuotepaketille

Liite 2: Viitteellinen tuotekortti ”Päivä linnoitustöissä”

Liite 3: Malliesimerkki oppaan ohjeistuksesta vuoden 1944 linnoitustöihin.

Liite 4: Valokuvia ”Päivä linnoitustöissä” tapahtumasta

Taustatarina ”Päivä linnoitustöissä” pakettiin:

Saapuminen linnoitustöihin Rutolaan

Loppukesällä 1940 oli helsinkiläiselle kirvesmies Armas Jukaraiselle tullut määräys siirtyä Lappeenrannan seudulle rakennustöihin, puolustusvoimilla oli ammattimiehille tarvetta. Tarjous oli ollut hyvä työttömälle miehelle, töitä oli ollut huonosti tarjolla keväällä päättyneen sodan jälkeen. Kohtalaisen palkan lisäksi oli luvassa tukea matkakuluihin, niin perheenkin uskalsi jättää mummon hoiviin. Kokenut kirvesmies Jukarainen uskoi työstä selviävänsä. Työmaan laadusta ei ollut etukäteen tietoa, ainoastaan oli tieto siitä, että Lappeenranta oli junan määräasema ja Lappeen pitäjän Märkälän kylässä pitäisi ilmoittautua työmaapäällikkö Eskeliselle.

Asemalta matkaa olisi työmaalle useampi kilometri. Äkkiä sen kävellen suoritaisi tai asemalta saattaisi saada hyvällä tuurilla kyydin kuorma-auton lavalla. Paperit oli Helsingin toimistossa annettu käteen ja sanottu, että näitä näyttämällä kirjoihin merkitään ja työmaan puolesta löytyy majoitus. Papereista käskettiin pitämään huoli, eikä niitä passaisi näytellä ennen työmaalle pääsyä. Kesän aikana oli uuden itärajan tuntumaan lähtenyt muutama tuttu mies ja jotain hajua Armaksella oli, mistä itsensä löytäisi. Jotain merkittävää siellä rakennettaisiin.

Matka Lappeenrantaan kesti useita tunteja. Väki junassa vaihtui matkan kuluessa. Mitä lähemmäksi Lappeenrantaan päästiin, sitä selvemmin alkoi erottua sekalainen työmiesten porukka. Matkassa oli muitakin Lappeenrannan suuntaan menijöitä kuin kirvesmies Jukarainen. Viimeistään Simolan asemalla junan vaihtoa odotellessa alkoi sekalainen miesjoukko harvaksen jutella. Rajan läheisyys ja työtehtäviä etukäteen verhonnut salaperäisyys hillitsi keskustelua. Matkaa menetettyyn Viipuriin oli vain muutamia kymmeniä kilometrejä.

Märkälään oli menossa kymmenen miehen porukka, muilla oli osoitteena viereiset työmaat joko Juvolassa tai Tuosassa. Joukossa oli kivimiehiä, porareita sekä sekatyömiehiä, mukana oli myös muitakin kirvesmiehiä kuin Armas Jukarainen. Osa porukasta oli viime sodan kokeneita ja heillä tuntui olevan tarkempi tieto työmaan laadusta. Ei Jukarainen kaikkea puhetta uskonut, muka suoja-muuria oltaisiin rakentamaan menossa. Kirvesmiehen hommiin ainakin hänet oli palkattu, alkuun majoitusparakkeja pystyttämään. Telloissa ei kauaa enää tar-kenisi olla, syksy oli tulossa.

Yhtä matkaa lähdettiin patikoimaan Lappeenrannan asemalta länteen päin kohti Märkälää. Hyvin pian pieni Lappeenrannan kaupunki punaisine tiilikasarmeineen ja lentokenttineen jäi taakse ja siirryttiin maaseudulle Lappeen pitäjän puolelle. Kapea tie kiemurteli harvojen talojen lomitse, jäljistä päätellen liikennettä tiellä kuitenkin oli paljon. Tielle oli levitetty uutta soraa ja oli joistainkin kohdista poistettu puustoa pois isojen kuormien tieltä.

Matkalla tuli vastaan polkupyörällä kaupunkiin matkalla oleva vanhahko mies ja häneltä kyseltiin matkan pituutta. Tulija oitis tunnisti miehet työmaalle menijöiksi ja virkkoi, ”Muutama kilometr viell, ette voi erehtyy paikast. Eskelise konttor on siin vasemman puoleisess keltasess taloss.”

Kohta avautui alamäkeen vaikuttava näkymä. Vastapäisen rintein edestä oli maasto hakattu aukeaksi noin sadan tai jopa sadan viidenkymmenen metrin leveydeltä niin pitkälle kun maisema avautui. Oikealle kädellä eli idässä aukko päättyi Saimaaseen ja lännessä ei sen päätä erottanut. Kuin joku olisi viikatteella niittänyt keskelle metsiä ja peltoja kulkuväylän itselleen. Aukiolla kävi melkoinen tohina, miestä tuntui olevan kuin muurahaista. Osa oli tavallisissa työmiehen vaatteissa ja osa univormuissa. Näkyi siellä hevosia ja muutama kuorma-autokin olevan. Tuolla kaivettiin suurta monttua, sotilaat sen vieressä kaivoivat ojan tapaista. Uutta tietäkin näytti olevan työn alla. Mitähän tarkoitusta varten noita kiviä yksitellen siirrettiin? Ei noin harva kiviaita ketään pitelisi. Samassa korviin kilahti kuin ruokakellon ääni. Väki lähti siirtymään talojen ja parakkien suuntaan.

Miehet tihensivät askellustaan, jos ilmoittautumisen ehtisi hoitaa nopeasti, ehkä vielä ruokailuun ehtisi. Työmaanpäällikkö Eskelinen löytyi talosta, jonka vanha mies oli neuvonut. Paperit tarkastettuaan kiireisen oloinen mies paiskasi kättä ja toivotti Armaksen tervetulleeksi työmaalle. ”Sinä saatkin siirtyä heti Rutolan puolelle, siellä riittää alkuun hommia majoitusrakennusten kunnostuksessa myöhemmin muuta. Ilmoittaudu rakennusmestari Hakalalle, hän pitää kortteeria entisessä sahan konttorissa mäen päällä. Et voi erehtyä talosta.”

Niin Jukarainen jatkoi matkaansa yksin kapeaa tietä myöten harmitellen, että ruokailu jäi välistä. Junassa syödyistä eväistä oli jo aikaa. Tie kiemurteli rakennustyömaan, kaivantojen ja kiviesteiden välissä, muutamia pieniä mökkejäkin matkan varrella oli. Vihdoin vastakkaisella mäellä häämötti suuri kaksikerroksinen valkoinen rakennus. Se oli varmaankin sahan konttori. Myös täällä olivat työt käynnissä, metsä oli hakattu lammen rantaan asti, rinteessä ahkerivat sotilaat kaivamassa ja lähempänä rantaa pystytettiin isoja kiviä. Kauempaa kuului ujeltava poran ääni, kun terä etsi tientänsä kallion lävitse.

Rakennusmestari Hakalan puheille oli pyrkimässä muitakin työmiehiä ja oli siellä yksi nainenkin, taisi olla muonittamaan tulossa. ”Tervetuloa kaikki töihin tänne Rutolaan, mennäänpäs alkuun katsomaan työmaata ja pääsette sen jälkeen majoittuman ja ruokailemaan. Huomenaamulla työt alkavat kello kuusi.”

Aamulla herätys oli jo varhain, ensimmäinen vuoro aloitti työnsä kuudelta. Armas Jukarainen hieroskeli silmiään, uni oli kiertänyt miehen kaukaa. Syynä oli joko majoittuminen 40 miehen parakissa huokausten, kuorsausten ja hajujen sekamelskassa tai mahan pohjassa tuntuva hienoinen jännitys. Olivat illalla tuvassa varoitelleet lähistöllä liikkuneista naapurin desanteista ja vihollisen tähtystylennoista. Ei näitä hommia turhaan olla tekemään tultu.

Liite 2

”Päivä linnoitustöissä” viitteellinen tuotekortti

Palvelun tuottaja:	Salpalinjan Oppaat r.y.
Tuotteen nimi:	”Päivä linnoitustöissä”-paketti
Kesto:	kesto noin 6 h, palvelupaketin sisällöstä riippuen moduulit: opastus, linnoitustyöt, ruokailut ja vapaa-aika
Toteuttamispaikka:	Salpamaja ja sen lähiympäristö, Rutola, Lappeenranta, sovellettavissa myös muualle Salpalinjalle
Toteutusaika:	touko-lokakuun välisenä aikana
Asiakasmäärä:	10 - 20 henkeä
Yhteystiedot:	Salpalinjan Oppaat r.y.
Hinta:	muodostuu valittavien moduuleiden mukaan
Lisäpalvelut:	kuljetus, majoitus ja ohjelman ulkopuoliset ruokailut yhteistyökumppaneilta tilauksesta

Myyntiteksti: ”Tutustu Salpalinjan rakenteisiin ja linnoitustöihin asiantuntevien oppaiden johdolla autenttisessa ympäristössä. Koe sen työn luonne ja raskaus, jota aiemmat sukupolvet tekivät yhteistuumin maamme puolustuksen hyväksi yli 70 vuotta sitten. Päivän aikana voi kokeilla 3-4 työmaan tehtävää joko linnoitustöitä tai parakkikylän elämään liittyvää. Päivän päätteeksi puulämmitteinen sauna ja muuta ajan ohjelmaa.”

Päivän aikataulu:

klo10.00	Saapuminen viimeistään työmaalle, työmaalupien tarkistus Työmaanjohtajan tervetulo puhe ja päivän ohjelman esittely
klo 10.30	Opastettu tutustumiskierros lähiympäristön kohteisiin, tutustutaan alueen historiaan ja työmaan henkilöihin
klo 12.00	Lounastauko, ajan taustamusiikkia
klo 12.30	Linnoitustyöt, ohjeistus ja työskentely pienryhmissä ohjaajien johdolla, kokeillaan paikasta riippuen 3-4 työmaan tehtävää
klo 14.00	Päiväkahvit
klo 14.30	Työmaan johtajan kiitospuhe, työtodistusten jako n. 15.00

klo 15.00 Sauna ja vapaamuotoista ohjelmaa ajan henkeen

klo 16.00 Päivä päättyy

Asiakkaalle annetaan ennalta tieto tarvittavista varusteista ja vaatetuksesta. Lisäksi lähetetään ajo-ohjeet ja työmaaluvat sekä taustatarina Salpalinjan työmaalle saapumisesta.

Tapahtuman ajankohdalle on kaksi mahdollisuutta riippuen tehtävistä töistä. Joko eletään koko ajan vuotta 1941, jolloin korsut ja kiviesteet ovat lähes valmiina ja iltapäivän työskentely keskittyy viimeistely- ja naamiointitöihin kesäkuun 1941 mukaisesti ennen jatkosodan alkamista. Toinen vaihto on aloittaa vuodesta 1944 ja aloittaa Salpalinjan taistelukuntoon saattaminen suurhyökkäyksen alettua eli tällöin tulevat kyseeseen raivaustyöt ja kenttävarustusten kunnostaminen. Työt päättyvät sodan päättymiseen.

Henkilöresurssit: pakolliset työmaanjohtaja, oppaat esittelykierrokselle 1/10 hengen ryhmä, työryhmien vetäjät (samoja kuin oppaat) 1/4-5 hengen ryhmä ja ruokalan emäntä. Lisäksi apulaisena lottia, paikallisia asukkaita, vartiomiehiä ym. joita voidaan hyödyntää tarinan eteenpäin menossa. Kaikki ovat pukeutuneina aikakauden asuihin: työmaanjohtaja asepuvussa, muut ajan työvaatteissa ja emännällä lottapuku.

Rakennustarvikkeet ja työkalut varataan tehtävien työtehtävien mukaan aikakauden työtapojen mukaisesti. Lisäksi varataan asiakkaille rukkasia. Työtehtävistä on laadittu kirjalliset ohjeet ja piirustukset alkuperäisten suunnitelmien mukaisesti. Ohjeita sovelletaan käytännössä turvallisuustekijät huomioiden. Linnoitustöiden lisäksi voidaan tehdä parakkikylän elämään kuuluvia työtehtäviä.

Lisävarusteita: puomi ja tarkastuspiste tuloteille, sireeni ilmahälytystä varten, sota-ajan lauluja, työmaan ohjeet ja säännöt sekä jaettavat työmaatodistukset.

Erytystä: Käytettävä alue jätetään autoista ym. nykyaikaista välineistä vapaaksi, jotta aikahyppy 1940-luvulle korostuu.

Liite 3

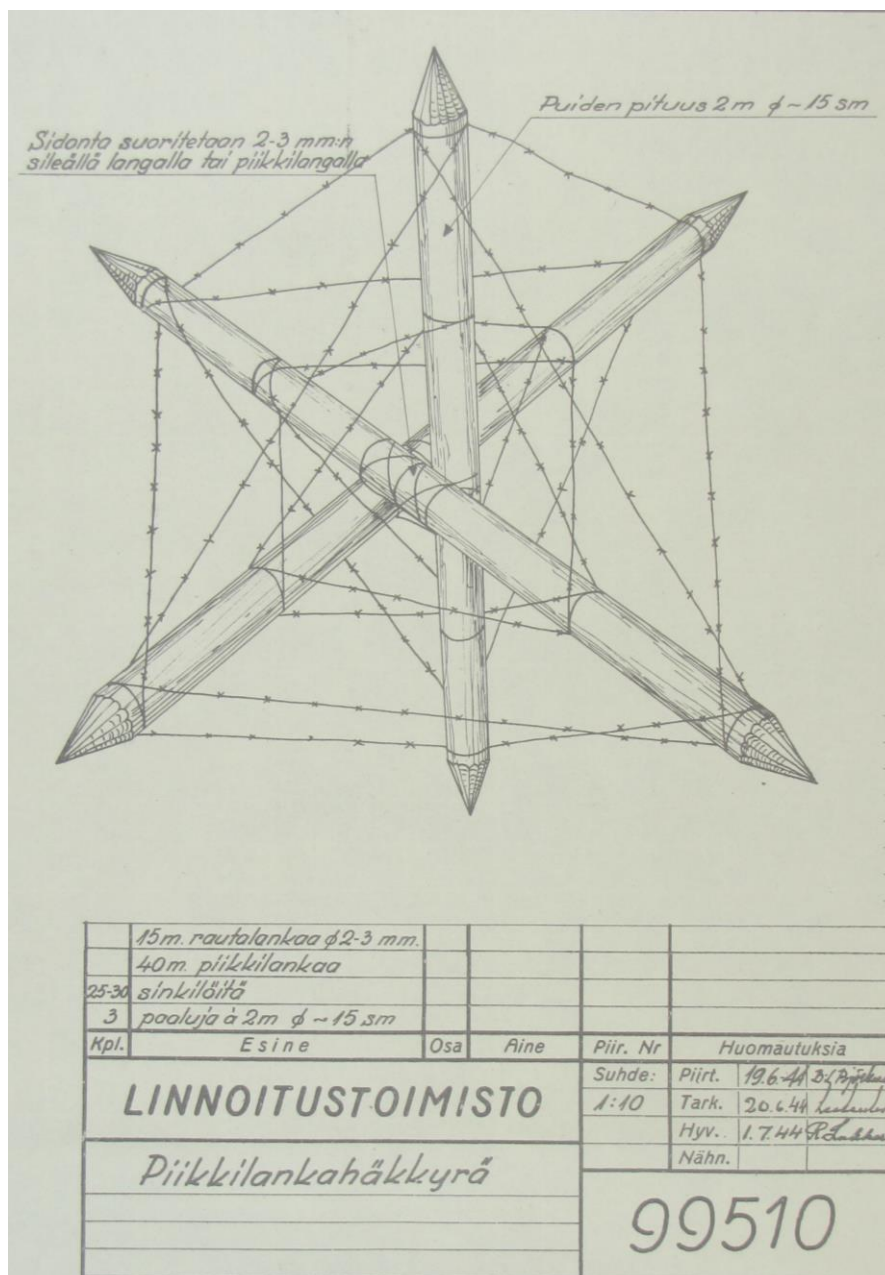
Malliesimerkki työhjeesta

Esimerkkinä piikkilankaestetyöt vuoden 1944 ohjeilla, päivitetty versio välirauhan aikaisesta ohjeesta. Kuvan piikkilankahäkkyrä voidaan toteuttaa turvallisemmin korvaamalla piikkilanka ohuella köydellä tai vahvalla narulla.

Piikkilankaesteet

1. Piikkilankaesteen eli jalkaväenesteen tarkoituksena on suojata puolustajaa vihollisen ylätyksiltä, hidastaa vihollisen etenemistä, helpottaa vartiointia ja pienten vihollisosastojen torjuntaa sekä vaikeuttaa vanginsieppaustoimintaa.
2. Koska tarveaineita on yleensä vähän käytössä, ovat esteet rakennettava ensisijaisesti niille rintaman osille, joissa maasto on vaikeasti valvottavaa tai vihollinen on lähellä.
3. Esteet sijoitetaan niin, että niiden valvonta on mahdollista kaikissa olosuhteissa. Ne eivät saa paljastaa tulasemia eivätkä estää vastahyökkäystä. Rakennettaessa on huomioitava panssariesteiden sijainti.
4. Esteissä on oltava tehokkaasti suljettavia ja helposti vartioitavia partioaukkoja. Suluiksi käyvät siirrettävät espanjalaiset ratsut, piikkilankahäkkyvät, -lieriöt tai kolmijalat. Isommat espanjalaiset ratsut sopivat tiesuluiksi ja piikkilankahäkkyvät taisteluhautojen ja partioaukkojen sulkemiseen.
5. Kokemus on osoittanut, että suurhyökkäyksessä 5-rivinen piikkilankaeste menettää lyhyessä ajassa estearvonsa. Välittömästi asemien eteen on siten rakennettava kiinteät matalat ja leveät kompastusesteet, jotka säilyttävät kovassakin keskityksessä osan estearvostaan ja ne eivät paljasta asemia niin helposti kuin paalusteet.
6. Tukikohtien välit varustetaan syvillä ja leveillä kompastusesteillä ja siten sidotaan tukikohdat toisiinsa. Lähelle tukikohtaa rakennetaan yhtenäinen kompastuseste, kauemaksi porrastettuja esteitä.
7. 15-20 m:n päähän ensimmäinen 2-rivinen pukkieste ja toinen 25-40 m:n päähän, jos piikkilankaa on saatavilla. Kompastuseste on aina ensisijainen.

Lähteet: Linnoitusohjesääntö, I osa ja Kansallisarkisto/Sota-arkisto.



Kuva: Kenttävarustusohjeita- ja piirustuksia 1944.

Liite 4

Valokuvia 29.8.2015 pilotointipäivästä.



Ylhäällä kaluston esittelyä ja rakennusmestari Rissanen, alhaalla pienemmän ja isomman kasvuston raivaamista korsun ampumasektoreilta. Valokuvat Elina Lyijynen.