

Urheilutapahtuman elämyksellisyys

Case: Valon Kymppi 2015

Maiju Parttimaa

Opinnäytetyö

Marraskuu 2015

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), matkailun koulutusohjelma

Tekijä(t) Parttimaa, Maiju	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä 16.11.2015
	Sivumäärä 65	Julkaisun kieli Suomi
		Verkkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Urheilutapahtuman elämyksellisyys Case: Valon Kymppi 2015		
Tutkinto-ohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Petra Blinnikka		
Toimeksiantaja(t) Pasi Valoranta, Jyväskylän Kenttärheilijat ry		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten elämyksellisyyden elementit ilmenevät Valon Kymppi 2015 -juoksussa ja kokivatko asiakkaat tapahtuman elämyksellisenä. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin asiakkaiden ennakkokäsityksiä ja niiden toteutumista uudistetussa tapahtumassa. Finlandia Marathoniin kuuluva Valon Kymppi on 10 kilometrin juoksutapahtuma, joka uusittiin Jyväskylän Valon Kaupunki -teeman mukaisesti tunnelmalliseksi syysillan juoksuksi. Työn toimeksiantajana oli Jyväskylän Kenttärheilijat ry, joka vastaa Finlandia Marathonin järjestämisestä yhdessä Keski-Suomen Liikunta ry:n kanssa.</p> <p>Työ oli tutkimusmenetelmältään laadullinen tutkimus. Aineisto koostui neljän juoksijan kirjoittamista tarinoista kokemuksistaan, heille toteutetusta teemahaastattelusta sekä valokuvista ja videokuvasta koostuvasta havainnointimateriaalista. Tutkimustulosten analysointiin käytettiin Tarssasen ja Kyläsen (2009) Elämyskolmio-mallia, jonka avulla tapahtumasta etsittiin elämyksen syntymiseen vaadittavia elämyksen elementtejä.</p> <p>Tulosten perusteella tapahtumasta löydettiin useita elämyksellisiä elementtejä, mutta ne eivät pääosin johtaneet elämykseen. Odotukset valaistuksen suhteen eivät täyttyneet tutussa ympäristössä, ja valon teema olisi saanut olla kokonaisvaltaisempi. Musiikki matkan varrella sekä lähtö- ja maalialueella järjestetty oheistoiminta saivat kiitosta ja toivat tapahtumaan monipuolisuutta. Erityisesti vuorovaikutus muiden osallistujien ja kannustajien kanssa koettiin merkitykselliseksi tapahtuman tunnelman kannalta.</p> <p>Tuloksia voidaan hyödyntää muun muassa Finlandia Marathonin tai muun tapahtuman kehittämisessä elämyksellisemmäksi tapahtumaksi.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Finlandia Marathon, elämys, elämyksellisyys, Elämyskolmio, urheilutapahtumat, laadullinen tutkimus		
Muut tiedot		

Author(s) Parttimaa, Maiju	Type of publication Bachelor's thesis	Date 16.11.2015
	Number of pages 65	Language of publication: Finnish
		Permission for web publication: x
Title of publication Meaningful Experience in a Sport Event Case: Valon Kymppi 2015		
Degree programme Degree Programme in Tourism		
Supervisor(s) Blinnikka, Petra		
Assigned by Pasi Valoranta, Jyväskylän Kenttärheilijat ry		
Description <p>The purpose of the study was to explore how the elements of experience occurred at the Valon Kymppi 2015 running event and whether the participants experienced the event as meaningful. In addition, the study included sorting out the customers' expectations of the event and how they were finally met. Valon Kymppi is a 10-kilometer running event as part of Finlandia Marathon. Its image was recently renewed to support the project City of Light in Jyväskylä and this year the atmospheric event was organized late in the evening in September. The thesis was assigned by Jyväskylän Kenttärheilijat ry which organizes the event together with Keski-Suomen Liikunta ry.</p> <p>The research was conducted as a qualitative study for four participants, three females and one male. The data consisted of theme interviews, stories of the experience written by the four runners themselves and observation material such as photographs and video material captured in the event. The results were analyzed using the elements of meaningful experience found in the Experience Pyramid created by Tarssanen and Kylänen (2009).</p> <p>The results showed that even though many of the elements were met at Valon Kymppi, it still failed to lead to a meaningful experience. The atmospheric lighting did not meet the runners' expectations and the theme of light should have been more comprehensive. The music along the route as well as the additional activities organized on the venue were considered enjoyable and versatile. The element of interaction was found especially meaningful – interacting with other runners and getting cheered on by the spectators enhanced the atmosphere significantly.</p> <p>The results can be used for further development of Finlandia Marathon in regards of creating a meaningful event using the observations made in the thesis.</p>		
Keywords (subjects) Finlandia Marathon, experience, the Experience Pyramid, sport events, qualitative study		
Miscellaneous		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Finlandia Marathon	4
3	Urheiluteollisuus	6
3.1	Urheilun tuotteistaminen.....	6
3.2	Urheilutapahtumat	8
4	Elämysteollisuus	10
4.1	Teorioita elämyksistä	13
4.2	Elämykset vs. kokemukset.....	16
5	Elämyskolmio	17
5.1	Elämyksen elementit.....	17
5.2	Asiakkaan kokemisen tasot	22
6	Tutkimuksen toteutus	24
6.1	Tutkimuskysymys.....	25
6.2	Tutkimusmenetelmät.....	26
6.3	Aineiston hankinta ja analysointi.....	28
6.4	Tutkimuksen riskit.....	30
7	Tutkimustulokset	31
7.1	Motivaation taso.....	31
7.2	Fyysinen taso	33
7.3	Älyllinen taso	41
7.4	Emotionaalinen taso	44
7.5	Henkinen taso	46
7.6	Johtopäätökset	47
8	Pohdinta	52
8.1	Luotettavuus.....	54

8.2	Jatkotutkimusmahdollisuudet	56
Lähteet	57
Liitteet	59
Liite 1. Tutkimuskuvailu		59
Liite 2. Haastattelu		60

Kuviot

Kuvio 1. Tapahtumien tyyppikartta	9
Kuvio 2. Elämystyypit	14
Kuvio 3. Elämyskolmio.....	15

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten elämyksen elementit ilmenivät Valon Kymppi 2015 -tapahtumassa ja koettiin se elämyksellisenä. Tutkimuksessa tulee esille myös asiakkaiden tyytyväisyys tapahtumaan ja markkinoinnin avulla luotujen ennako-odotusten toteutuminen. Aihetta tutkittiin teemahaastatteluilla ja analysoimalla asiakkaiden kertomuksia ja kerättyä kuvallista havainnointimateriaalia tapahtumasta. Finlandia Marathonin 10 kilometrin Valon Kymppi -juoksu järjestettiin syyskuussa 2015 osana Valon Kaupunki -teemaa.

Teoreettinen viitekehys koostuu urheilutapahtumista ja elämyksistä. Etenkin elämyksen määrittelyssä käydään läpi useita eri määritelmiä, minkä jälkeen keskitytään tutkimuksen pohjana käytettävään Sanna Tarssasen ja Mika Kyläsen Elämyskolmio-teoriaan. Tapahtumaa arvioidaan Elämyskolmiossa esiintyvien kuuden elementin kautta: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Elementtien ilmenemistä tutkitaan asiakkaan kokemuksen tasoilla, jotka ovat motivaation taso, fyysinen, älyllinen, emotionaalinen ja henkinen taso.

Valon Kymppin elämyksellisyys valittiin aiheeksi, sillä elämysteollisuus on ajankohtainen aihe ja sitä tullaan painottamaan tulevaisuuden palveluissa koko ajan enemmän. Aiheessa yhdistyvät matkailuopintoihin sisältyvä palvelujen tuottaminen ja oma henkilökohtainen kiinnostus urheilutapahtumiin. Opinnäytetyö tehtiin yhteistyössä toimeksiantaja Jyväskylän Kenttäurheilijat ry:n kanssa, joka vastaa Finlandia Marathonin järjestämisestä yhdessä Keski-Suomen Liikunta ry:n kanssa. Toimeksiantajan yhteishenkilönä toimi Pasi Valoranta.

Työn tekijänä saan syventävää tietoa elämysteollisuudesta ja asiakastyytyväisyyden tutkimisesta tapahtumassa. Lisäksi aiheen tuntemus on arvokas lisä matkailu- ja palvelualalla, jossa palvelun laatu perustuu nimenomaan asiakkaan kokemukseen. Tutkimustuloksia ja niistä tehtyjä johtopäätöksiä voidaan hyödyntää Finlandia Marathonin kehittämisessä, mikä on tärkeää kuluttajien vaatiessa yhä vaikuttavampia kokemuksia. Tulevaisuudessa hyödykkeiden omistamista tärkeämmäksi arvellaankin nousevan ainutkertaiset elämykset, joilla ylpeilläään sosiaaliselle verkostolle, kuten aikai-

semmin Ferrarin omistamisella (FCG Finnish Consulting Group 2010, 2). Myöhemmin niin ikään Valon Kymppiin osallistuneet juoksijat voivat kertoa olleensa osana jo legendaarista Finlandia Marathonia ja juosseensa Jyväskylän valaistulla Rantaraitilla syysiltana 2015.

2 Finlandia Marathon

Finlandia Marathon sai alkunsa vuonna 1978, ja se järjestettiin vuosittain aina lama- vuoteen 1994 saakka. Siitä seuranneen 13 vuoden tauon jälkeen tapahtuma jatkaa taas kulkuaan ja saavuttaa yhä enemmän osallistua joka vuosi. Tänä vuonna sen järjestävät Keski-Suomen Liikunta ry ja Jyväskylän Kenttärheilijat ry (JKU) apunaan 250 toimitsijan joukko. Keski-Suomen Liikunta ry on vuodesta 1993 toiminut liikunnan aluejärjestö, joka pyrkii tukemaan keskisuomalaisten hyvinvointia liikunnan ja urheilun avulla (KesLin esittely n.d).

Työn toimeksiantaja Jyväskylän Kenttärheilijat ry on vuonna 1938 perustettu jyväs- kyläläinen yleisurheiluseura, joka luo jäsenillensä edellytykset liikunnan, harjoittelun ja kilpailutoiminnan suorittamiseen. JKU on valtakunnallisesti tunnettu tapahtuman- järjestäjä, jonka tavoitteena on luoda puitteet kaiken ikäisten urheilijoiden tasapai- noiselle kehitymiselle. (Jyväskylän Kenttärheilijat n.d.)

Finlandia Marathon 2015 järjestettiin syyskuussa 24:ttä kertaa. Maratonin juoksureit- tinä toimi Jyväskylän palkittu Rantaraitti kiertäen Jyväsjärven ympäri, ja lähtö- ja maali- alue oli ensimmäistä kertaa Lutakon aukiolla Paviljongin toimiessa tapahtuma- keskuksena. Juoksukategorioita oli tänä vuonna neljä: maraton, puolimaraton, uudis- tunut kymmenen kilometrin Valon Kymppi ja lukiolaisille suunnattu Lukio Run (Fin- landia Marathon 2015). Ilmoittautuneiden määrä on noussut vuosi vuodelta, ja tänä vuonna osallistujia oli kokonaisuudessaan 4 500 (Valoranta 2015b). Myös paikallis- lehti huomioi tapahtuman ja kertoi Valon Kymppin osuuden ennakoilmoittautumis- ten määrästä olleen 500 juoksijaa (Kivinen 2015). Tapahtumalle otollinen syysää sai jälki-ilmoittautajat liikkeelle nostaen Valon Kymppin osallistujamäärän lopulta 600 juoksijaan.

Valon Kymppi

Finlandia Marathonin Valon Kymppi on uudistettu osa tapahtumaa, joka saa ensi kertansa tänä vuonna. Entinen Rantaraitin 12 kilometrin juoksu on muokattu teemaltaan uudelleen ja muutettu 10 kilometrin juoksuksi illalla, jolloin huomattavana hokuttimena toimivat Valon kaupunki -hankkeen kanssa yhdessä luodut valoratkaisut ja muut efektit. Myöhäinen lähtöaika, syksyinen pimenevä ilta ja kaupungin valojen kajastus luovat ainutlaatuisen tunnelman Rantaraitille (Vatanen 2015). Taustalla soiva musiikki lisää tunnelmaa elämyksellisessä juoksussa pimeänä syysiltana. Finlandia Marathonin Internet-sivuilla luvattiin tapahtuman tuottavan elämyksiä:

Olemme saaneet tapahtumaan mukaan hyviä yhteistyökumppaneita ja tarkoitus on rakentaa illan tapahtumasta monipuolisen musiikin ja valoefektien kautta täysin uudenlainen kokemus sekä juoksijoille että yleisölle. Esimerkiksi Jyväskylän Paviljongin alueen valosuunnittelulla saamme tehtyä tapahtumakeskuksesta elämyksellisen ja erilaisen, pimeys ja valo kohtaavat juoksijoiden sääntäessä matkaan. (Vatanen 2015.)

Valon Kymppiin osallistujien motiivina on pääosin yhdessä juokseminen ja tunnelmasta nauttiminen. Finlandia Maratonissa on useita reittivaihtoehtoja aina täysmaratonista kymmeneen kilometriin, jolloin itsensä haastamista ja voimien rajoille viemistä haluavat juoksijat osallistuvat luultavammin pidempiin matkoihin. Tällöin Valon Kymppiin osallistujat ovat todennäköisemmin sosiaalisia arkiliikkujia tai esimerkiksi entisiä urheilijoita, jotka haluavat haastaa itsensä mutta samalla nauttia ympärillä olevista muista samanhenkisistä ihmisistä ja ympäristöstä. (Valoranta 2015a.)

Elämyksellisyyden tutkiminen sopii Valon Kymppiin, sillä juoksemisen ohella osallistujat odottavat tapahtumalta oheistoimintaa ja hyvää tunnelmaa. Varsinaisen maratonin juoksijat tuskin kiinnittävät yhtä paljon huomiota ympärillä oleviin valoihin ja musiikkiryhmiin, vaan haluavat keskittyä jaksamiseen ja lopulta maaliviivan ylittämiseen. Useat Valon Kymppiin osallistuneet kertoivat nauttineensa hieman normaalia pidemmästä iltalenkistä erilaisessa ympäristössä sen sijaan, että olisivat juosseet täydellä teholla ja pyrkineet ensimmäisenä maaliin. Kohderyhmä oli siis otollinen Valon Kymppin elämyksellisten elementtien tutkimiseen.

3 Urheiluteollisuus

Urheilu on fyysinen aktiviteetti, joka tuottaa nautintoa tai mielihyvää osallistujalle ja mahdollistaa ajatusten kääntämisen muualle. Urheilu on parhaimmillaan viihdettä kuluttajalle, joka saa hetken tauon päivittäisistä arkirutiineista. Elokuviin ja teatteriin verrattuna urheilu on arvaamatonta ja viihdearvoltaan erilaista: kuluttaja odottaa nauravansa komediaesityksen aikana tai pelästyvänsä katsellessaan kauhuelokuvaa, mutta urheilun herättämiä tunteita on vaikea ennustaa. Urheilun spontaanisuus ja kontrolloimattomuus koukuttavat kuluttajia ja tekevät siitä samalla hyvin vaikean viihteen lajin palvelun tuottajille. (Shank 2009, 4.)

3.1 Urheilun tuotteistaminen

Urheilun markkinoinnissa haastavinta on usein itse urheilutuotteen määritteleminen. Urheilutuote voi olla tavara, palvelu, tai mikä tahansa niiden väliltä tuottaen hyötyä katsojille, osallistujille tai sponsoreille. Tuote määritellään konkreettiseksi tavaraksi, joka tuottaa hyötyä kuluttajalle esimerkiksi urheiluvälineen tai muistoksi ostetun lempipelaajan paidan muodossa. Sen sijaan palvelu on aineeton hyödyke, kuten urheilutapahtuma tai luistelutunnit. Shank jakaa urheilutuotteen neljään osaan: urheilutapahtuma, urheilutavara, personal training ja urheiluinformaatio. (Shank 2009, 16-22.)

Urheiluteollisuuden päätuotteena toimivat **urheilutapahtumat**, sillä ne ovat perustana kaikille muille alan tuotteille. Ilman tapahtumia eli kilpailuja ei olisi fanituotteita, areenoita, itse pelaajia tai heihin perustuvaa fanikulttuuria. Varsinaiset pelaajatkin voidaan nähdä urheilutuotteena, sillä nykyään heidän ajatellaan olevan paitsi urheilijoita, ennen kaikkea viihdyttäjiä. Sponsorit ovat ottaneet hyödyn irti pelaajista niin kentällä kuin sen ulkopuolella ja saavat ihmiset tavoittelemaan näiden elämäntyyliä muun muassa käyttäen samoja vaatemerkkejä. Myös urheiluareenoista on tullut olennainen käsite urheilussa; stadionit tarjoavat pelin lisäksi kaikenlaista lisähyödykettä aina ravintoloista väliaikaviihteeseen ja toimivat kilpailujen ulkopuolella turisteja vetävinä nähtävyyksinä. (Mts. 16-18.) Urheilutapahtuma voi siis sisältää tavaroita

muun muassa oheismyynnin ja palvelua itse kilpailun muodossa. Urheilutapahtumia tarkastellaan lisää seuraavassa alaluvussa.

Urheilutavarat tarkoittavat aineellisia tuotteita, joita valmistetaan, jaetaan ja markkinoidaan urheiluteollisuudessa. Urheiluun käytettyjen välineiden lisäksi tavaroihin lasketaan lisensoidut myyntituotteet ja keräily- ja muistoesineet tapahtumasta. Lisensoidut myyntituotteet sisältävät jonkin yrityksen tai brändin logon painettuna mitä erilaisimpiin käyttötavaroihin, yleisimmin vaatteisiin. Jälkimmäiseen kategoriaan kuuluvat muun muassa 90-luvulla kovassa menestyksessä olleet keräilykortit urheilijoista ja nykyään korkeassa arvossa olevat aidot pelipaidat. (Mts. 18-19.)

Personal training eli vapaasti käännettynä henkilökohtainen harjoittelu käsittää tuotteet, jotka on valmistettu hyödyttämään kuluttajia urheilussa. Tuotteita ovat esimerkiksi kuntosalit, lyhytaikaiset urheilukurssit ja pidemmällä aikavälillä järjestettävät harjoittelutunnit. ”Raudan pumppaaminen” arkiliikkujien keskuudessa on lisääntynyt viime aikoina huomattavasti. Kuntosaleja avataan yksi toisensa perään, ja niiden terveysvaikutuksista puhutaan päivittäin niin mediassa kuin kahvipöydissä, mikä onkin osasyynä niiden suureen suosioon. Kursseja taas on järjestetty ennen lähinnä lapsille leirien muodossa, mutta nykyään on löydetty aikuisten, mahdollisesti entisten urheilijoiden markkinarako. ”Unelmien leiriä” mainostetaan urheilulegendalla, joka näyttyy leirillä ja luo harjoitusten ohella suuren arvon osallistuville kuluttajille. Leirit perustuvat perusharjoitteluun, mutta imagon voimalla niillä saadaan hyvät rahat kuluttajilta. (Mts. 20-21.)

Viimeisenä urheilutuotteen muotona on **urheiluinformaatio**, jonka eri muotoihin lukeutuvat uutiset, tilastot, aikataulut, tarinat ja ohjeet harrastamisesta. Informaatiota saadaan muun muassa lehdistä, televisiosta, Internetistä ja radiosta. Alan kysyntä ja tarjonta ruokkivat toisiaan jatkuvasti, sillä tosiharrastajat vaativat monipuolista ja ajantasaista tietoa seuraamistaan urheilijoista ja peleistä. Erityisesti Internetin jalsija urheiluinformaation tuottamisessa ja jakamisessa kasvaa nopeasti sen pystyessä vastaamaan parhaiten nopeatempoiseen kysyntään. (Mts. 22.)

3.2 Urheilutapahtumat

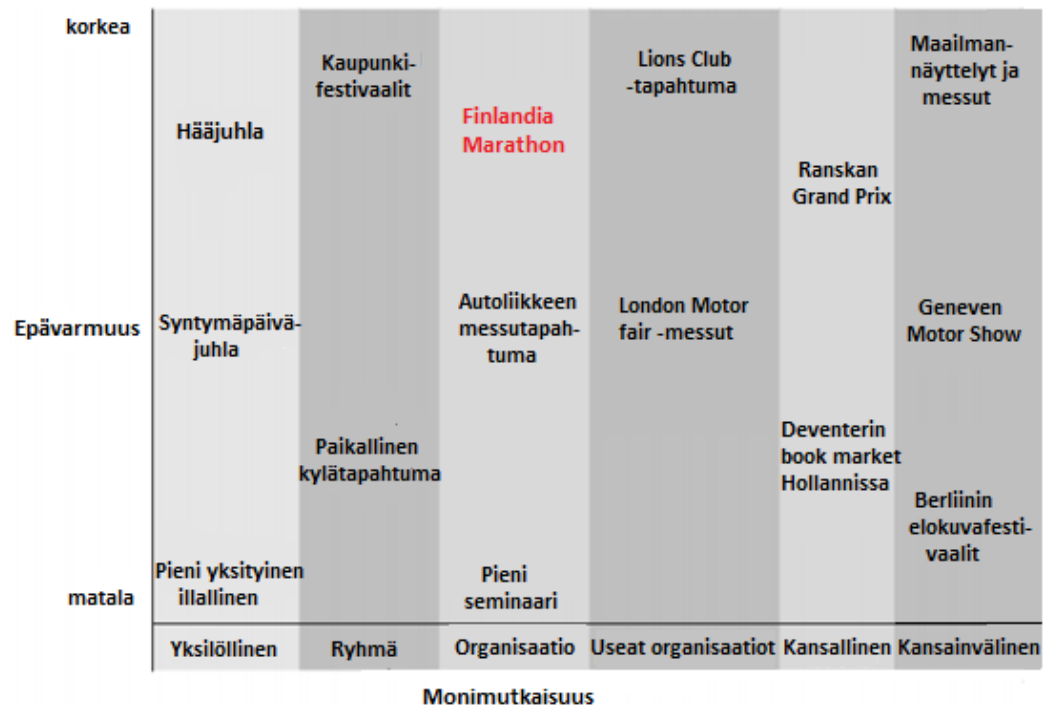
Yleisötapahtumat sijoittuvat historiassa taaksepäin epäilemättä yhtä pitkälle kuin ihmiskunta itsessään. Yhteen on kokoonnuttu juhlimaan onnistunutta metsästysretkeä, ihailemaan sirkusesityksiä tai nauttimaan urheilusuorituksista. Jo antiikin Kreikan aikoina suurinta hupia olivat olympialaisten kaltaiset megatapahtumat, kun ihmiset kokoontuvat kannustamaan urheilijoita ja nauttimaan elämyksellisestä tunnelmasta. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 14.)

Megakokoiset urheilutapahtumat houkuttelevat turisteja, jotka käyttävät suuren määrän rahaa suhteellisen pienessä ajassa tuoden huomattavia tuloja alueelle tai jopa koko maalle. Suuret kansainväliset tapahtumat, kuten olympialaiset ja eri lajien MM-kisat, houkuttelevat turisteja paikan päälle televisiolähetyksistä huolimatta saaden miljoonien rahavirrat virtaamaan kohdemaahan. (Bartoluci 2004, 84.) Myös kansalliset, pienemmät tapahtumat ovat alueelle tärkeitä paitsi tulojen myös imagon parantamisen vuoksi; esimerkiksi Valon Kymppi on valon teemallaan ainutlaatuinen hämärän syysillan juoksu Suomessa. Yhdistettynä Jyväskylän Valon Kaupunki -hankkeeseen se tukee kaupungin imagoa ja kasvattaa itselleen ihmisten tuntemaa brändiä, joka tulee luultavasti kestävänsä vuosia ja vahvistumaan entisestään.

Shone ja Parry (2010, 4) jaottelevat urheilutapahtumat erikoistapahtumien kategoriiaan (special events), joille yhteistä on liittyminen vapaa-aikaan tai kulttuuriin poiketen normaalin elämän aikatauluista. Erikoistapahtumien tavoitteena on opettaa, juhlistaa, viihdyttää tai haastaa ihmisiä arkielämässään. Shonen ja Parryn mukaan Getz (2005) määrittelee yleisötapahtuman mahdollisuudeksi vapaa-aikaan ja arjesta poikkeavaan kulttuurilliseen tai sosiaaliseen kokemukseen. Teoria sopii myös Valon Kymppiin, johon ilmoittaudutaan juurikin sosiaalisuuden ja ympäristön luoman tunnelman lisäarvon vuoksi. Juokseminen myöhään illalla valaistulla syksyisellä reitillä tarjosi monelle poikkeavan kokemuksen normaaliin perjantai-iltaan verrattuna.

Shone ja Parry (2010, 6) ovat luoneet tapahtumien tyyppikartan (ks. Kuvio 1), joka kuvastaa tapahtumien vaatimaa vaivaa järjestämisessä kokoon suhteutettuna. Vaaka-akselilla on tapahtuman monimutkaisuus (complexity) koon mukaan luokiteltuna

ja pystyaxselilla tapahtuman järjestämisen epävarmuus (uncertainty) pienestä suureen arvoon.



Kuvio 1. Tapahtumien tyyppikartta. (Shone & Parry 2010, 6.)

Järjestämisen monimutkaisuus riippuu siitä, onko tapahtuma yksilöllinen, ryhmän sisäinen, organisaation järjestämä, monien organisaatioiden yhteistapahtuma, kansallinen vai kansainvälinen tapahtuma. Epävarmuus kuvastaa alkuvaiheen epäilyä tapahtuman onnistumisesta; ylhäällä oikealla nähtävän maailmanlaajuisten messujen epävarmuus alun kustannuksista, aikataulutuksesta ja teknisistä vaatimuksista on huomattavasti suurempaa verrattuna pieniin yksityisiin illalliskutsuihin. Tapahtuman osallistujamäärällä on luonnollisesti suuri merkitys sen sijoittautumisessa kuvioon ja omaan sarakkeeseensa. (Mts. 6.) Kuviossa Finlandia Marathon sijoittuisi 4 500 osallistujallaan organisaation järjestämiin tapahtumiin melko korkealle (merkitty punaisella).

Tapahtuman järjestäminen on haastavaa, ja siinä tulee ottaa huomioon paljon seikkoja, joiden paljoutta yleisö ei pysty edes kuvittelemaan. Yhden päivän tapahtumaa voidaan suunnitella kuukausia tai jopa vuosia, jolloin sen täytyy olla järjestelmällisesti

suunniteltu. (Kauhanen ym. 2002, 23.) Etenkin elämyksellinen tapahtuma tulisi suunnitella elämyksellisyyden eri osa-alueet huomioon ottaen, jotta kokonaisuudesta tulee monipuolinen ja kaikki aistit huomioon ottava kokemus. Valon Kymppi on suunniteltu tunnelmalliseksi ja elämykselliseksi tapahtumaksi, mutta sitä ei ole rakennettu tutkimuksessa käytettävän Elämyskolmion perusteella. Siitä syystä onkin mielenkiintoista nähdä, miten tapahtuma toteuttaa teorian mukaisia elämyksen elementtejä.

Kauhasen ja muiden (2002, 116) mukaan tapahtuman onnistuminen voi joissain tapauksissa olla hyvinkin riippuvainen mainonnasta; sen avulla jaetaan informaatiota tapahtumasta, luodaan mielikuvaa organisaatiosta ja herätetään asiakkaassa varsinaisen kiinnostus ja osallistumisen halu. Kohderyhmittäin paitsi mainossanomalla myös mediakanavilla on suuri merkitys markkinoinnin onnistumisessa. Etenkin markkinoinnin vaikuttavuuteen saadaan tietoa haastatteleamalla aikaisemman tapahtuman osallistujia. Valon Kymppin toteutuessa ensimmäistä kertaa uudessa muodossaan syyskuussa 2015 on hyvä tilaisuus hankkia tarvittava tieto tulevaisuuden tapahtumien kehittämiseen. Seuraavana vuonna voidaan jo hyödyntää tutkimuksessa esille tulleita tietoja muun muassa mainonnan tavoittavuudesta ja ennakkoon luoduista mielikuvista.

4 Elämysteollisuus

Elämys-käsitteistö on ollut käytössä jo useita satoja vuosia, mutta se on arkipäiväistynyt huomattavasti viime vuosina. Elämys-termi on otettu kirjakieleen vuosisatoja sitten, jolloin sillä viitattiin elämään ja elämänmittaiseen kokemiseen. 1990-luvulla Schulze (1992) kategorioi elämystoimintaan kuuluviksi arjen estetiikan toiminnot: ostokset, ulkona käynti, lomailu, konsertit, museot, vaatteet ja syöminen. Hän kuvasi yhteiskuntaa elämisyhteiskuntana, jossa kuluttajilla oli paljon valinnanvaraa markkinoilla ja tuotteiden runsauden vuoksi myös voimakas valitsemisen pakko. Elämys onkin vain runsaudessa elävän kulutusyhteiskunnan käyttämä termi, jossa perustuotteet ja -palvelut ovat niin helposti saatavilla, että ihmiset janoavat suurempia palvelukokemuksia. Nykyään termiä käytetään usein niin matkailussa kuin muilla toimialoilla ja välillä epäsovivissakin yhteyksissä ilman, että sen sisältöön on varsinaisesti kiinnitetty huomiota. (Tarssanen & Kylänen; Karppinen & Latomaa 2007, 100-101.)

Elämystalous käsittää uudenlaisen ja laajemman talouden muodon ja tuotannontekijäkokonaisuuden. Elämyksellisyys on nähtävissä erityisesti markkinoinnissa, kuluttajakäyttäytymisessä ja uudenaikaisissa palveluympäristöissä. Asiakkaiden muuttuneisiin tarpeisiin vastaamiseksi on alku-, tavara- ja palvelutuotannosta siirrytty kokonaisvaltaiseen elämystuotantoon, jossa asiakas maksaa enemmänkin palveluntuottajan kanssa vietetystä ajasta kuin tavaroiden saatavuudesta tai edullisuudesta. Tämä näkyy konkreettisesti muun muassa päivittäispalvelujen hinnoittelun muuttumisena palvelumaksuista pidempiaikaisiin jäsenmaksuihin. (Mts. 101.)

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (LEO) mukaan ”elämys on moniaistinen, muistijäljen jättävä, myönteinen, kokonaisvaltainen ja yksilöllinen kokemus”. Itse elämysteollisuus on toimialakäsitteenä ristiriitainen, sillä noustuaan muotitermiksi se on liitetty useaan toimialaan, mikä on siten johtanut virheelliseen käsitykseen, että kaikki toiminta kyseisillä aloilla olisi elämysteollisuutta. Mikään tavanomainen ja rutiininomainen palvelutuote ei ole automaattisesti elämyksellinen, sillä elämyksen toteuttaminen vaatii huomattavasti jalostetumpaa palvelua. LEO arvioikin nykyisen elämysteollisuuden toimialojen tuotannon sisältävän vain pienen osan todellista elämyksellisyyttä kysynnän ollessa moninkertainen. (LEO 2002, 3.)

Elämys terminä

Matkailualan koulutus- ja tutkimusinstituutin mukaan (2010) elämys on paljon enemmän kuin hyvä palvelu tai miellyttävä kokemus. Elämystuotteen sisältö ja toteutustapa on suunniteltu asiakaslähtöisesti ja räätälöitävissä tavallisen palvelun tavoin. Elämystuote eroaa palvelutuotteesta teeman, draamallisuuden ja räätälöitävyyden perusteella. Palvelussa olennaisinta on, mitä asiakkaalle tarjotaan. Sen sijaan elämyksessä tärkeintä on, miten palvelu toteutetaan luoden asiakkaalle kokonaisvaltainen kokemus. (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2010.)

Karppinen ja Lomaa (2007) sen sijaan toteavat elämyksen kattavan määrittelyksen olevan vaikeaa, melkein jopa mahdotonta, sen subjektiivisen luonteen vuoksi. Elämysten kirjo on erittäin laaja, sillä sen kokeminen riippuu tilanteesta, toiminnan

kohteesta ja tavoitteesta. Yksi voi kokea elämyksen mietiskelyn ja hiljaisuuden avulla ilman ulkoapäin tuotua jännitystä, toinen kokee saavansa elämyksiä vain korkean riskitason extreme-seikkailuista. (Karppinen & Latomaa 2007, 9.)

Sellaista tilannetta ei tule olemaan, jossa kaikki ymmärtävät elämyksen samalla tavalla. Siitä johtuen elämyksellisyyden kohteet ovat monenlaisia. Kohde voi olla tietty myyjä tietyn kaupan kassalla, mutta yhtä hyvin liettualaisessa satumetsässä elävä taruolento. Elämyksellisyyden kannalta on samantekevää, onko kohde aistein havaittava asia vai kokijan mielessä keksitty hahmo. (Mts. 53-55.) Pelkästään elämykseen johtaneen ulkoisen toiminnan tai ilmiön perusteella tehdyt päätelmät voivatkin antaa harhaanjohtavan kuvan elämyksen merkityksestä ihmiselle, ellei niiden sisältämiä subjektiivisia merkityksiä pyritä tulkitsemaan (mts. 13).

Valon Kymppi -juoksun elämyksellisyyden analysoinnissa on hyvä huomioida, että vaikka tapahtumaa arvioidaan ulkoisten elementtien avulla, ovat ne vain alusta elämyksen syntymiselle. Sen lisäksi jokaisella kokijalla on omat taustatekijänsä ja minuuden määrittävät kokemukset, jotka vaikuttavat elämyksen syntyyn yhdessä ympäristön tarjoamien mahdollisuuksien kanssa.

Borg, Kivi ja Partti (2002) määrittelevät elämyksen emotionaaliseksi kokemukseksi, jolla on positiivinen ja kohottava vaikutus. Nykyisin tunteita käytetäänkin usein päätöksenteon perustana, kun ennen ne nähtiin lähinnä järkeilyä hämärtävinä tekijöinä. Tunteet eivät liity automaattisesti tiettyyn tekemiseen, vaan ne perustuvat yksilön henkilökohtaiseen elämään ja sieltä tuleviin kokemuksiin. Jokin tietty asia voi olla yhdelle mitäänsanomaton, kun toiselle entiset kokemukset antavat tälle aivan toisenlaisen merkityksen. Elämyksessä on kyse hyvin inhimillisestä ja yksilöllisestä kokemuksesta. (Borg ja muut 2002, 25.)

Karppinen ja Latomaa (2007) toteavat termien elämisyhteiskunta, -talous ja -tuotanto viittaavan eri merkityksiin ja käyttöyhteyksiin, ja ilmiön kuvaamista tärkeämpänä pidetäänkin sen logiikan sisäistämistä. Sanalle ei ole useimmissa kielissä edes varsinaista käännettä, mikä tekee sen universaalista määrittelemisestä haasta-

vaa. Siksi ilmiön ymmärtäminen, eli kuluttajien tarve löytää suurempi merkitys kokemuksille, on käsitteen yksiselitteistä määrittelyä tärkeämpää. (Mts. 102.)

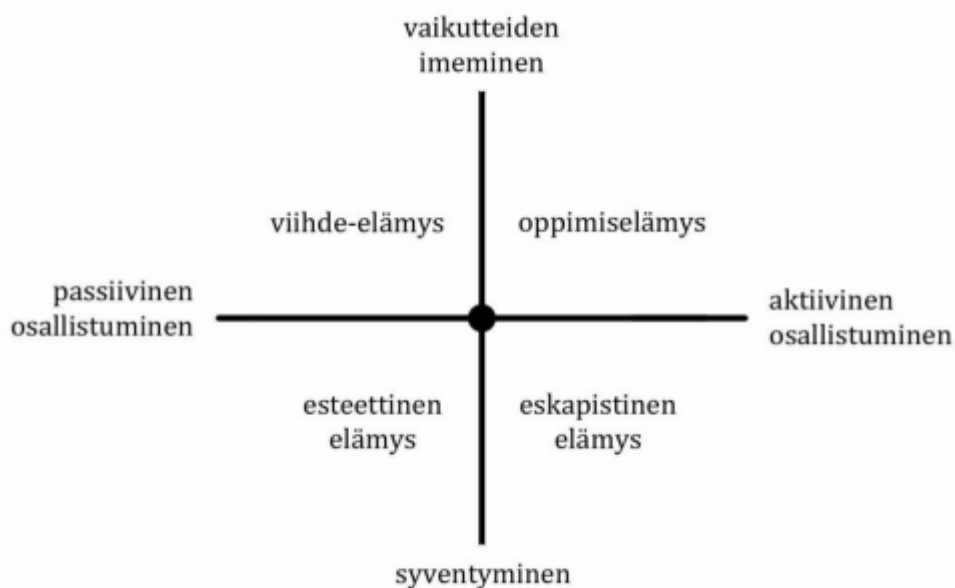
4.1 Teorioita elämyksistä

Borgin ja muiden teorian (2002) mukaan elämystä voidaan tutkia tietoisuuden tason kautta. Ensimmäisellä havaitsemisen tasolla vastaanotetaan ympäristöstä aistihavaintoja, jotka toimivat peruslähtökohtana elämyksen syntymiselle. Etenkin matkaillessa yksilöt aistit terävöityvät ja huomio kiinnittyy tarkemmin muun muassa makuihin, valoon tai lämpöön. Aistiärsykkeet havainnoidaan vahvemmin kuin arkielämässä, ja pienikin asia saa suuremman merkityksen, jolloin myös aistihavaintojen syntymätömyys voi olla osa elämystä. (Mts. 26.) Samaa ajatusta matkailusta voidaan soveltaa elämykselliseen tapahtumaan, jossa asiakas tietää, että palveluntuottajan tavoitteena on synnyttää elämys ja herättää monenlaisia tunnetiloja; tällöin fyysisellä ympäristöllä on suuri merkitys asiakkaan kokemukselle.

Tietoisuuden toisella tasolla kokija antaa merkityksen havainnolle. Merkitykseen vaikuttavat entiset kokemukset ja ympäröivä kulttuuri, joten ne voivat olla hyvin yksilöllisiä kokijasta riippuen. Valon Kympissä juoksijat havaitsivat useassa kohtaa kannustajajoukkojen huudot ja heilutukset, ja kokivat niiden antavan voimaa jaksaa loppuun asti. Varsinaiset huudot eivät olleet elämykseen johtava aistihavainto, vaan niille annettu sosiaalisuuden ja yhdessä tekemisen merkitys. Katsoja on omalla tavallaan mukana juoksijan suorituksessa ja kannustaa tätä eteenpäin, jolloin taas juoksija kokee hyvää oloa siitä, että hänen suorituksellaan on merkitystä. (Mts. 26.)

Elämyksen syntymiselle ei ole löydetty täydellistä kaavaa, mutta sen ympärille rakennettu teoria auttaa ymmärtämään ilmiötä. Olennaisinta on, että palveluntarjoaja kehittää elämyksen syntymiselle otolliset olosuhteet. Sen on tapahduttava kaupallisessa ympäristössä niin, että sattumista huolimatta tai juuri niiden avulla voidaan muokata kokemus mahdollisimman lähelle standardoitua tilannetta. Tällä tavoin luodaan parhaat olosuhteet elämykselle, jolloin prosessin viimeistelee asiakas kokemuksellaan. (Mts. 26.)

Elämysteollisuuden pioneerien Pinen ja Gilmoren (1999, 30) mukaan elämykset yhdistetään virheellisesti liian usein viihdeteollisuuteen ajatuksena, että kokemuksen arvo nousee viihdearvon lisääntyessä. Elämysten luominen ei ole asiakkaiden viihdyttämistä, vaan heidän osallistamistaan (engaging) palveluun. Kuvio 2 elämystyypeistä kuvaa asiakkaan aktiivista tai passiivista osallistumista vaaka-akselilla ja fyysistä tai henkistä osallistumista pystyakselilla. Elämystyyppiä ovat viihde-elämys, oppimiselämys, esteettinen elämys ja eskapistinen elämys.

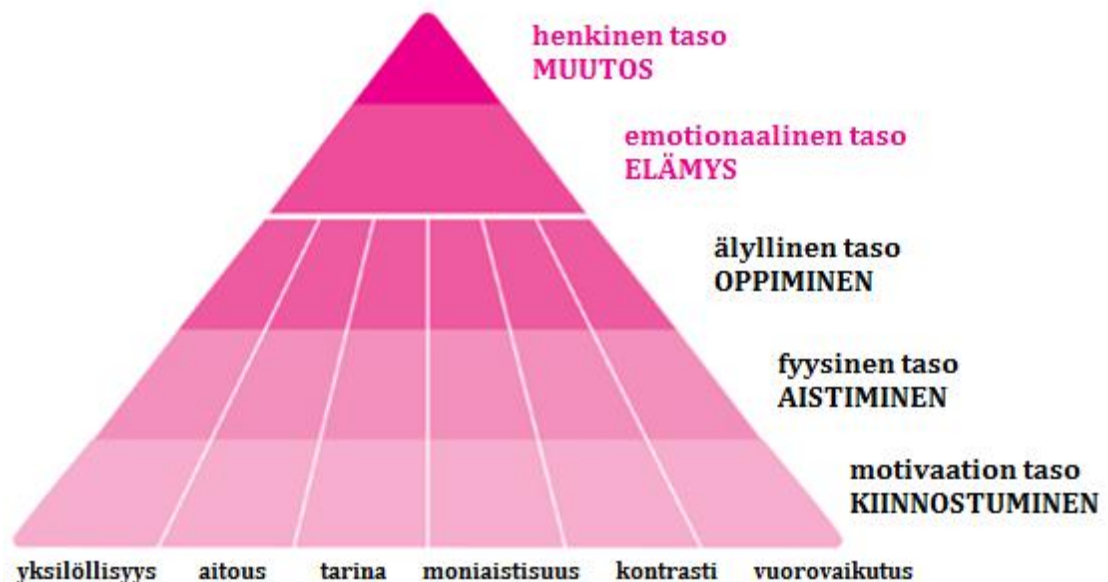


Kuvio 2. Elämystyyppit. (Pine & Gilmore 1999, 30.)

Vaaka-akselilla on passiivinen osallistuminen, jossa asiakas seuraa tapahtumaa pelkästään sivustakatsojana osallistumatta siihen itse. Aktiivisessa osallistumisessa asiakas luo oman elämyksensä vaikuttamalla kokemukseen: esimerkiksi hiihtokisoissa hiihtäjä tekee itse oman elämyksensä. Kisaa katsomaan tulleet eivät kuitenkaan ole täysin passiivisia, sillä heidän paikallaolonsa itsessään on osallistumista yhteisen kisatunnelman luomiseen. Mikäli asiakas ei syvenny tai osallistu kokemukseen, mutta haluaa aistia asioita katsojana, korostuu viihde-elämyksen puoli. Mikäli hän päättää osallistua tapahtumaan, muttei vielä syvenny siihen täysin, on elämyksen tyyppi muuttunut oppimiseksi. (Mts. 27-33.)

Eskapistiseen elämukseen kuuluu aktiivinen osallistuminen ja kokemukseen syvennyminen, mikä voi toteutua esimerkiksi huvipuiston laitesimulaatiossa, jossa asiakas katsoo elokuvaa ja tuntee erilaisten efektien myötä olevansa osana sitä. Esteettisessä elämyksessä asiakas esimerkiksi syvenyy tutkimaan kaunista taideteosta, eli osallistuu siihen henkisesti, mutta ei fyysisesti. Pinen ja Gilmoren mukaan ideaalinen elämys olisi kaikki elämystyypit sisältävä kokemus. Mikäli kuviosta täytyisi valita yksi elämystyyppi, todennäköisimmin vahvimman kokemuksen tuottaisi eskapistinen elämys, johon asiakas heittäytyy niin fyysisesti kuin henkisesti. (Pine & Gilmore 1999, 33-37.)

Tarssasen (2009) määritelmän mukaan elämys on merkittävä, positiivinen ja ikimuis- toinen kokemus. Usein se sisältää tunteen itsensä ylittämistä, jota tavallisessa ar- jessa ei yleensä koeta tai uskalleta tehdä. Elämys voi parhaimmillaan johtaa kokijan henkilökohtaiseen kehittymiseen ja sitä myötä muutokseen, mikä on havaittavissa myös elämyksien rakentamiseen kehitetyssä teorianmallissa Elämyskolmiossa (Kuvio 3). (Tarssanen 2009, 6.) Teoriaa käytetään työn tutkimuksen perustana analysoiden vaaka-akselin elementtien ilmenemistä pystyakselin kokemuksen tasoilla.



Kuvio 3. Elämyskolmio. (Tarssanen 2009.)

Myös Komppulan ja Boxbergin (2002) mukaan elämys on viime kädessä subjektiivinen kokemus, joten sitä ei voida luvata tai automaattisesti tuottaa. Elämyskokemukselle voidaan kuitenkin luoda optimaalinen ympäristö toimivan palvelukonseptin, -prosessin ja -järjestelmän avulla. (Komppula & Boxberg 2002, 29.) Elämyskolmio toimii siinä hyvänä apuna mahdollistaen tapahtuman kaikkien näkökulmien ja kokijan eri tasojen huomioon ottamisen kokonaisvaltaisen kokemuksen luomisessa.

Elämykselle on luotu monia määritelmiä helpottamaan usein hyvin subjektiivisen aiheen käsittelyä. Opinnäytetyön pohjaksi valittiin lopulta Elämyskolmio, sillä sen elementit ovat sovellettavissa hyvin Valon Kymppin kaltaiseen monipuoliseen tapahtumaan. Kehittelemällä haastattelukysymykset elementtien ja kokemuksen tasojen mukaan saatiin tapahtuman eri osa-alueista oleellista tietoa, joka on selkeän jäsentelyn vuoksi helposti ymmärrettävää myös lukijalle.

4.2 Elämykset vs. kokemukset

Yhä useammat palvelut ovat saatavilla nykyään helposti ja halvalla, jolloin kokemusten elämyksellisyys korostuu entisestään laatua haluaville asiakkaille. Hyödykkeiden arvoa on korotettu lisäämällä niihin elämyksellisyyttä, mikä vaatii palvelun tuottajilta aivan uudenlaisia valmiuksia. Enää ei riitä pelkkä tavaroiden valmistaminen, vaan alan toimijoilta vaaditaan ymmärrystä syvemmän kokemuksen syntymisestä ja asiakkaan tuntemuksista. Tulevaisuuden markkinoita ovat mm. seikkailut, ystävyys, itsetuntemus ja mielenrauha. (Borg ym.2002, 29-30.) Näitä markkinoita tukevat myös urheilu- ja juoksutapahtumat, joiden teho perustuu pitkälti sosiaalisuuteen, itsensä ylittämiseen ja sitä kautta saavutettuun oman paikan löytämiseen.

Kokemus muuttuu arvokkaaksi elämykseksi, kun tapahtumaa koetaan eri aisteilla ja tueksi liitetään merkityksiä ja tarinaa. Aihe onkin yleistynyt niin paljon, että elämys-sanana nähdään kokeneen jo pienimuotoisen inflaation. (Tarssanen 2009, 6-8.) Palveluiden lisämyyntiä kasvatetaan superlatiiveilla, eivätkä palveluntarjoajat halua jäädä toiseksi ”huikeita kokemuksia” tarjoaville kilpailijoille. Tutkimuksessa on hyvä ottaa huomioon, että Finlandia Marathon on ennen kaikkea juoksutapahtuma, johon elämyksellisyys on pyritty tuomaan lisäarvoa tuottavana elementtinä. Tapahtuman on-

nistuminen kokonaisuudessaan perustuu kuitenkin monipuolisiin aistikokemuksiin ja täten elämyksellisen kokemuksen onnistuneeseen luomiseen. Juoksutapahtumissa tarinalla ei usein ole suurta roolia, joten sen luominen ja ylläpitäminen vaatii johdonmukaisuutta aina suunnittelusta toteuttamiseen.

5 Elämyskolmio

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksessa luodussa Elämyskolmio-mallissa (ks. Kuvio 3) kuvataan elämyksen syntyä tuotteen elementtien ja asiakkaan kokemuksen näkökulmasta. Kolmion vaaka-akselilla ovat elämyksen syntyyn vaikuttavat tuotteen kuusi elementtiä: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Kolmion pystyakselilla tarkastellaan asiakkaan kokemusta motivaation tason lisäksi fyysisellä, älyllisellä, emotionaalilla ja lopulta henkisellä tasolla, johon elämys huipentuu. Teorian mukaan jokaisen elementin on oltava edustettuna kaikilla asiakkaan tasoilla elämyksen syntymiseksi.

Elämyskolmio-malli auttaa täydellisen elämystuotteen rakentamisessa niin matkailualalla kuin viihde- ja kulttuurialan tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä. Kuvattu ideaalityyppi edustaa täydellistä tuotetta, josta löytyvät kaikki elämyksen elementit. Mallin avulla voidaan löytää ja analysoida tuotteen tai palvelun kriittisiä kohtia ja kehittää sitä paremmaksi elementti kerrallaan. Tuotteen kilpailukyky kasvaa kun sitä tarkastellaan monipuolisesti niin elämyksen elementtien kuin asiakkaan kokemuksen tasolla. (Tarssanen 2009, 11-12.)

5.1 Elämyksen elementit

Elämyskolmion ensimmäinen elementti yksilöllisyys merkitsee tuotteen ainutlaatuisuutta ja sitä, kuinka vastaavaa kokemusta ei ole saatavilla muualla. Yksilöllisyyttä on tapahtuman asiakaslähtöisyys ja mahdollisuus räätälöidä se kohderyhmän mukaan. Toisin sanoen tapahtumassa täytyy olla joustavuutta, jotta jokainen osallistuja voi suhteuttaa juoksun haastavuuden omaa tasoaan vastaavaksi. (Tarssanen 2009, 12.)

Valon Kymppi on Suomen mittakaavassa ainutlaatuinen syksyinen juoksu, jossa on panostettu valo-efektien ja musiikin yhdessä synnyttämään tunnelmaan. Haastavuuden säätelyn voidaan ajatella toteutuvan Finlandia Marathonin tapahtumassa, sillä viikonlopun aikana erilaisia juoksujia on neljä, joista juoksija on jo saanut valita itselleen sopivan juokсутason. Juokсутapahtumaa onkin helppo muokata eri ryhmille, sillä peruskonsepti on monistettavissa ja pienellä räätälöinnillä sitä voidaan muokata erilaisille teemaryhmille sopivaksi.

Valon Kymppi on virallinen 10 kilometrin juoksu ja reitti on kaikille sama, mutta jokainen juoksija voi päättää juokсутahtinsa oman kunnon ja mielialan mukaan; yksi haluaa parantaa omaa ennätystään kun taas toinen nauttia tunnelmasta ja hölkkäillä syksyisessä ympäristössä valoien keskellä kaverinsa kanssa. Yksilöllisyys voidaankin nostaa esille tapahtuman oheistuotteissa, jotka teetetään ennakkoon osallistumisten varmentuessa. Personoitavilla tuotteilla saataisiin luotua lisäarvoa osallistujille jättämällä juokсusta konkreettinen muisto, jota palveluista ei välttämättä aina saa.

Aitous kuvaa tuotteen tai tapahtuman uskottavuutta. Yksinkertaisimmillaan se on aitoa ja olemassa olevaa alueen elämäntapaa ja kulttuuria. Autenttisuus on asiakkaan itsensä määriteltävissä, sillä jokainen kokee asiat henkilökohtaisesti, jolloin jokin aito ja uskottava kokemus voi toiselle olla teennäinen ja tuntua väkisin tehdyttä. Tällöin myös täysin fiktiivinen tuote voi tuntua aidolta, mikäli asiakas kokee sen uskottavana. Aitouteen vaikuttavat osallistujan omat taustatekijät ja aiemmat kokemukset, jolloin varsinaista universaalia aitoa ja oikeaa ei ole olemassa. (Tarssanen 2009, 12-13.)

Juokсутapahtuma on hyvin aito kokemus, sillä asiakas osallistuu siihen itse ja kokee jokaisen fyysisen ja henkisen askeleen henkilökohtaisesti. Miljöönä toimii luonnollinen Jyväskylän ympäristö ja reitti kulkee niin metsien kuin Alvar Aallon kulttuurikohteiden vierestä, jolloin tuote perustuu tekijöidensä kulttuuriympäristöön. Palveluntarjoajien paikallinen näkökulma tarjottavaan palveluun minimoi riskit teennäisestä tai epäkunnioittavasta lopputuloksesta. Esimerkiksi ulkopaikkakuntalainen järjestäjä voi olla tietämätön arvokkaista kulttuurikohteista ja niihin liittyvästä kunnioituksesta, jolloin juoksureitti saattaisi kulkea epäkunnioittavasti suojeltujen kohteiden lävitse.

Aitous on siis myös kulttuuris-eettinen kestävyys. (Tarssanen 2009, 13.) Lisäksi ympäristöön ja hetkeen sopivat valo-efektit ja musiikki ovat suuri osa kokemuksen aitoutta.

Elämyskolmion kolmas elementti tarina voidaan yhdistää aitouteen. Yhtenäinen tarina sitoo kaikki elementit toisiinsa, jolloin kokemuksesta tulee aukoton, autenttisempi kokonaisuus. Tarina perustelee asiakkaalle sen, mitä tehdään ja missä järjestyksessä, jolloin kokemus saa suuremman sosiaalisen merkityksen ja sisällön. (Mts. 13.) Karppinen ja Latomaa (2007) toteavat hyvän tarinan sisältävän faktan ja fiktion elementtejä esimerkiksi yhdistettäessä vanhoja legendoja ja paikallistietämystä. Tarina on suuri osa asiakkaan osallistamista tuotteeseen myös tunnetasolla, minkä vuoksi sen vaikuttavuus kannattaa varmistaa mahdollisuuksien mukaan huolellisella suunnitellulla ja käsikirjoittamisella. Tällä varmistetaan teemojen ja tarinoiden läsnäolo kaikissa tuotteen kokemisen vaiheissa. (Karppinen & Latomaa 2007, 115.)

Valon Kymppiin ei ole yhdistetty varsinaista tarinaa, sillä siinä panostetaan etenkin fyysisen ympäristön olemukseen ja sen vaikutuksiin. Juoksuun voi olla haastavaa liittää jokin tarina niin, ettei se tunnu vain keksityltä oheistuotteelta. Mikäli tapahtumassa on tarinan ympärillä tiiviisti pyörivä teema, tulisi sen olla kokonaisvaltainen ja näkyä kaikissa tuotteen kokemisen vaiheissa aina markkinoinnista jälkimarkkinointiin (Pine & Gilmore 1999, 46-55).

Juoksutapahtumaan on kuitenkin mahdollista tuoda lisäarvoa liittämällä siihen tarina, esimerkiksi valoefektien ja musiikin muodossa. Valojen vaihtuessa rauhallisemmista kirkaampiin ja musiikin muuttuessa menevämmäksi loppua kohden saadaan matkaan uudenlaista rytmitystä. Vaihtoehtoisesti juoksun varrelle voidaan musiikin avulla luoda tunnelmaa draaman kaaren mukaisesti, jolloin jännittäviä huippukohtia seuraisi rauhallisempi vaihe. Myös tutkimuksessa saatua GoPro-kameran kuvamateriaalia voidaan käyttää tulevaisuudessa tarinan luomiseen Valon Kymppille, sillä kameralla kuvataan juoksijan matkaa aina aloituksesta loppuun asti. Tätä voidaan hyödyntää visuaalisessa markkinoinnissa esimerkiksi matkan eri vaiheista kuvatuista pätkistä leikatussa mainoksessa.

Moniaistisuus elementtinä merkitsee monipuolista aistiärsykkeiden käyttämistä. Tuotteen tulisi siis tarjota erilaisia ärsykejä kuten visuaalisuutta, tuoksua, äänimaa-ilmaa, makuja ja tuntoaistimuksia. Erilaisten ärsykkeiden käyttäminen yhdessä vahvistaa haluttua tunnelmaa ja tukee kokonaisuutta tekemällä kokemuksesta mukautempaan. (Tarssanen 2009, 14.) Kaikkien aistiärsykkeiden tulisi kuitenkin olla harmoniassa keskenään, sillä yksikin häiritsevä yksityiskohta visuaalisessa ympäristössä voi pilata elämyksen (Karppinen & Latomaa 2007, 116). Valon Kymmissä moniaistisuutta toteutetaan vahvasti tunto-, näkö- ja kuuloaistilla ympäristön tarjoamien mahdollisuuksien mukaan. Monipuoliset valoratkaisut ja vaihteleva musiikki toimivat erilaisina ärsykeinä aisteille, jolloin kokemuksesta tulee entistä syvempi.

Syksyinen sää ja luonnollinen metsä- ja järviympäristö tuottavat niin ikään oman syksyisen tuoksunsa, mutta itse tapahtumassa voi olla hieman haastavaa tuottaa haju- ja makuärsykejä moniaistisuuden lisäämiseksi. Huomioitavaa onkin efektien ilmeneminen yhtäjaksoisesti kokemuksen aikana. Finlandia Marathon markkinoi Valon Kymppiä valon juoksuna, mutta tarkemmassa kuvauksessa kerrotaan musiikin ja valojen keskittyvän lähtö- ja maaliintuloalueisiin (Vatanen 2015). Tämä saa miettimään, tuleeko teema tarpeeksi esille itse juoksureitin aikana, vai onko efektit painotettu vain alkuun ja loppuun. Tutkimuksessa pyydettiin osallistujia kiinnittämään huomiota juoksun aikana kokemiinsa erilaisiin aistiärsykeisiin, mistä lisää kohdassa Tutkimustulokset.

Suunnittelussa on varottava lisäämästä aistiärsykejä liikaa tai tekemällä niistä häiritseviä, jolloin kokonaisvaikutelma voi kärsiä (Tarssanen 2009, 14). Tapahtumassa ovat riskinä esimerkiksi kohdevalojen kohdistaminen huonosti, jolloin ne häikäisevät juoksijoita, tai musiikin soittaminen häiritsevän kovaäänisesti. Osallistujien perusoletuksena Valon Kymmissä on hyvä juoksuympäristö, joten on tärkeää, etteivät ulkopuoliset tekijät häiritse itse suoritusta. Myös aiemmin mainittu elementti aitous on muistettava moniaistisuuden luomisessa; teennäiset ratkaisut valaistuksessa ja muussa ympäristön lavastuksessa vievät helposti tehoa aidolta tunnelmalta.

Elämyskolmion viides elementti kontrasti tarkoittaa erilaista kokemusta suhteutettuna asiakkaan arkeen. Hän kokee jotain uutta ja eksoottista normaalista poikkeavassa ympäristössä, mikä mahdollistaa itsensä näkemisen toisesta näkökulmasta ja asioiden kokemisen uudella tavalla ilman rajoituksia. Kokemus vapauttaa ja tekee henkilön avoimemmaksi erilaisille kokemuksille, mikä on elämyksen tunteen edellytys. Kontrastin luomista vaikeuttavat asiakkaiden erilaiset taustat, kansallisuudet ja kulttuuri, sillä arki ja eksoottisuus voivat merkitä päinvastaisia asioita eri kulttuureissa (Tarssanen 2009, 14).

Valon Kymppi tarjoaa asiakkailleen kontrastia tuomalla valoa syksyn pimeyteen. Jyväskylän Valon Kaupunki -hankkeessa on panostettu erityisesti siltojen ja julkisivujen valaistukseen lähes 31 000 lampulla (Ympäristöystävällinen ulkovalaistus-hanke 2015). Finlandia Marathon järjestää juoksun kaupungin valaisemalla Rantaraitilla, minkä lisäksi se tuottaa myös omat valaistusratkaisunsa lähtö- ja maaliintuloalueille. Pimeässä syksyn illassa järven ympäristö valoineen luvataan tarjoavan juoksijoille ja tapahtuman katsojille aivan uudenlaisen ympäristön. Vaativa urheilusuoritus itsessään on myös kontrasti monelle arjessa vähemmän liikkuvalla.

Viimeinen elementti vuorovaikutus on onnistunutta kommunikaatiota palvelun eri osapuolten välillä. Kokemuksen onnistumisen edellytyksenä on sujuva vuorovaikutus niin osallistujan ja palveluntuottajan välillä kuin juoksijoiden keskuudessa. Oletuksena on, että markkinointi tuottajan puolelta on informatiivista ja paikkansa pitävää, ja tiedonkulun tulisi toimia vaivattomasti molempiin suuntiin. Vuorovaikutukseen liittyy tiiviisti myös yhteisöllisyyden tunne, joka toteutunee Valon Kympissä vahvasti. Juoksijat kokevat kaiken yhdessä osana porukkaa siitäkin huolimatta, että juoksevat yksilöinä. Yhteisöllisyyteen liittyy tietoisuus kokemuksen yleisestä arvotuksesta ja hyväksymisestä, mikä sitoo osallistujan kyseiseen ryhmään tiiviimmin ja nostaa kokemuksen arvoa. Osallistujan sosiaalinen status nousee, mikä edesauttaa henkilökohtaisen muutoksen ja siten elämyksen syntymistä. (Tarssanen 2009, 14-15.)

5.2 Asiakkaan kokemisen tasot

Kokemisen tasot Elämyskolmion pystyakselilla kuvaavat asiakkaan kokemuksen rakentumista alkukiinnostuksen heräämisestä aina varsinaiseen kokemiseen, sen tietoiseen prosessointiin ja lopulta emotionaaliseen elämykseen, joka johtaa kokijan muutokseen. Jos tapahtuma on rakennettu tietoisesti elämyksellisille kokemuksille otolliseksi ympäristöksi, pitäisi elämyksen elementtien olla mukana jokaisella kokemisen tasolla. (Tarssanen 2009, 15.)

Motivaation tasolla asiakas kiinnostuu tuotteesta mm. markkinoinnin perusteella. Jo tällä tasolla olisi suotavaa täyttää useita elämyskriteerejä, mikä tarkoittaa markkinoinnissa yksilöllisyyttä, moniaistisuutta, aitoutta, tarinaa, vuorovaikutuksellisuutta ja kontrastia. (Mts. 15.) Esimerkiksi moniaistisuus markkinoinnissa voisi näkyä erilaisina visuaalisina mainoksina kadulla, kuten kiinnostuksen herättävä teemaan sopiva valo-installaatio musiikin sävyttämänä. Vuorovaikutuksellisuuden lisäämiseksi sosiaalisessa mediassa voitaisiin järjestää aiheeseen liittyviä kilpailuja, jotta ihmiset innostuisivat siitä vieläkin enemmän ennakkoon ja jakaisivat mainosta edelleen muille. Motivaation tasolla vain luovuus on rajana asiakkaan mielenkiintoa heräteltäessä.

Fyysisellä tasolla asiakas kokee ja tiedostaa tuotteen monipuolisesti aistiensa kautta. Kokemuksen on oltava asiakkaalle miellyttävä, jolloin ihmisen luonnolliset fyysiset tarpeet ovat tyydytetyt: hänellä on turvallinen olo, ei ole liian kylmä tai kuuma, nälkä, jano tai vessahätä. Nämä voivat olla ristiriidassa silloin kun kokemuksen tarkoituksena on tuottaa asiakkaalle uudenlainen, epämiellyttäväkin ympäristö muutokseksi. (Mts. 15.)

Urheilutapahtumassa pyritään luomaan otollinen ympäristö juoksemiselle ja elämyksen syntymiselle, mutta jotkin fyysisesti epämiellyttävät elementit ovat luonnollisesti osa urheilusuoritusta. Vaikka juostessa tuntuukin hetkittäin epämiellyttävältä, on puitteiden oltava kunnossa eli ruokaa ja nesteytystä saatavilla ja vessat ja pukutilat helposti löydettävissä. Asiakas tiedostaa tuotteen fyysisten aistimusten avulla jolloin kaikista tärkeintä on sen tekninen laatu ja asioiden toimivuus. Valmistautumistilojen,

valaistuksen, juoksureitin ja muun opastuksen on oltava kunnossa syvempien kokemuksen tasojen täyttymiseksi. (Mts. 15-16.)

Älyllisellä tasolla kokija käsittelee ympäristöstä saamiaan aistiärsyksiä ja toimii niiden mukaan. Hän ajattelee, oppii ja soveltaa tietoa tuotteen tarjoaman oppimis- ja harjaantumiskokemuksen kautta tiedostetusti tai tiedostamatta. Älyllisellä tasolla asiakas muodostaa mielipiteensä siitä, onko tyytyväinen kokemaansa vai ei. (Mts. 16.)

Edelliset tasot johtavat emotionaaliselle tasolle, jossa koetaan varsinainen elämys. Mikäli motivaation, fyysisellä ja älyllisellä tasolla on otettu huomioon kaikki elämyksen peruselementit, asiakas todennäköisesti kokee positiivisen tunnereaktion. Yksilöstä riippuen merkityksellisiä tunteita voivat olla esimerkiksi ilo, riemu, oppiminen, onnistuminen ja liikutus. Yksilön tunteita on vaikea hallita, sillä elämys ei ole sama kaikille, mutta huomioimalla peruselementit jokaisella tasolla taataan optimaalinen ympäristö elämyksen syntymiselle. (Mts. 16.)

Asiakkaan kokema voimakas positiivinen tunnereaktio voi johtaa pysyviin muutoksiin henkisellä tasolla. Muutos näkyy henkilön fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavoissa, jolloin esimerkiksi entinen sohvaperuna innostuu kuntoilusta tai materialisti löytää uusia elämänarvoja erämaavaellukselta. Uusi harrastus, ajattelutapa tai itsestään löydetty uudet voimavarat ovat esimerkkejä yksilön muutoksesta, kun hän itse kokee kehittyneensä ihmisenä tai omaksuneensa uusia asioita osaksi persoonansa. (Mts. 16.)

Valon Kymppillä on hyvä mahdollisuus luoda juoksijalle uusia arkielämän arvoja esimerkiksi kuntoilupäivän herätessä. Kymmenen kilometrin juoksu voi olla ennestään liikkumattomalle suuri ponnistus, joka herättää näkemään oman potentiaalinsa ja kiinnostuksen liikuntaan. Sen vuoksi onkin tärkeää pyrkiä toteuttamaan otollinen ympäristö elämykselle ottamalla huomioon Elämiskolmion elementit palvelupolkua suunniteltaessa.

6 Tutkimuksen toteutus

Elämyksellisyyden tutkiminen on hyvin ajankohtainen aihe, jota tullaan tarkastelemaan vielä pitkään tulevaisuudessa palveluteollisuudessa. Vaikka markkinoilla tarvitaan kaikenlaisia tuotteita, tulee suurin kasvu olemaan juuri elämyksen tuottamisen avulla (Borg ym. 2002, 29).

Valon Kymppiä vastaavaa valojuoksutapahtumaa ei ole vielä järjestetty Jyväskylässä, minkä vuoksi tänä vuonna oli hyvä tilaisuus tarkastella ensimmäistä toteutuskertaa ja hankkia osallistujilta tärkeää tietoa sen onnistumisesta. Analysoimalla tapahtumaa Elämyskolmion avulla ja haastattelemalla juoksijoita saadaan tietoa, jonka avulla Valon Kymppiä voidaan tarkastella eri näkökulmista ja kehittää tulevaisuudessa vieläkin toimivampaan suuntaan.

Elämyksen syntyminen on mielenkiintoinen aihe, sillä sen määrittelemiseksi ei löydy yhtä objektiivista keinoa. Etenkin laadullisessa tutkimuksessa tulos riippuu aina tutkijasta ja käytetyistä tutkimusmetodeista, sillä teorian käyttämisestä huolimatta tulkin- ta on aina jossain määrin subjektiivista. Ilman selkeää teoriapohjaa elämyksen tutki- minen olisi haastavaa, minkä vuoksi tutkimukseen valittiin Elämyskolmio, joka on paljon käytetty ja hyväksi todettu keino aiheen analysoimiseen. Sen selkeä jako ele- mentteihin ja kokemuksen tasoihin on hyvä lähtökohta tutkittaessa monipuolista tapahtumaa, jossa erilaiset elementit tulevat esille tavalla tai toisella.

Tutkimus perustuu juoksijoiden kirjoittamiin tarinoihin, haastatteluun ja paikan pääl- lä tehtyyn visuaaliseen havainnointiin. Hieman vähemmälle huomiolle jätetään Elä- myskolmion viimeinen kokemisen taso eli henkinen taso, sillä sen mittaaminen vaati- si pidempiaikaista seuranta. Henkisen tason tutkimiseen kuuluisi perusteellinen jäl- kiseuranta ja tutkittavien syvällisempi haastattelu, mikä tekee siitä otollisen aiheen jatkotutkimukselle.

Finlandia Marathonista on aiemmin tehty kaksi opinnäytetyötä tutkien asiakastyyty- väisyyttä ja tapahtumaa ulkopaikkakuntalaisen osallistujan silmin. Asiakastyytyväi-

syystyössä tehty tutkimus oli kvantitatiivinen ja siinä tutkittiin yleistä tyytyväisyyttä tapahtumaan ja halua suositella sitä eteenpäin. Myös ulkopaikkakuntalaisia tutkittaessa painopisteenä olivat tyytyväisyys tapahtumaan ja osallistujien matkustusmotiivit, tutkimusotteena kvantitatiivinen tutkimus. (Holttinen 2014; Kuparinen & Hytönen 2010.) Finlandia Marathonian on tutkittu pääosin toteutuksen onnistuneisuuden ja asiakastyytyväisyyden kannalta, mutta elämyksellistä tunnepuolta ei ole otettu aiemmin huomioon. Opinnäytetyö käsittää elämyksellisyyden lisäksi osittain myös asiakastyytyväisyyden, mutta siinä perehdytään määrällistä tutkimusta enemmän asiakkaan syvällisempään ymmärtämiseen muun muassa haastattelun avulla.

Tulosten ja esiin nousseiden kehitysehdotusten perusteella järjestäjät saavat arvokasta tietoa asiakkaiden kokemuksista tapahtumassa. Tavalliset asiakastyytyväisyyskyselyt harvemmin erittelevät elämyksellisiä osa-alueita, kun usein keskitytään tapahtuman teknisiin järjestelyihin ja aikataululliseen sujuvuuteen. Toivon saavani osallistujilta ehdotuksia tapahtuman parantamiseksi nimenomaan elämyksellisyyden kannalta, sillä se jää aiheena usein huomioimatta tarkasteltaessa tapahtuman teknistä toimivuutta.

6.1 Tutkimuskysymys

Päätutkimuskysymys työssä oli ”Miten elämyksen elementit toteutuivat Valon Kymppissä?” Tätä selvitettiin havainnoimalla tunnelmaa paikan päällä otettujen valokuvien ja videon perusteella, analysoimalla osallistujien kirjoittamia tarinoita tapahtumapäivästä sekä kartoittamalla heidän mielipidettään elämyksellisyydestä haastattelussa. Analysoinnin perustana käytettiin Tarssasen ja Kyläsen Elämyskolmio-teoriaa (ks. Kuvio 3). Tarkentavana alakysymyksenä oli ”Millaista elämystä asiakkaat odottivat markkinoinnin perusteella ja kuinka hyvin odotukset toteutuivat?”

Luvussa Tutkimustulokset esitellään vastaukset tutkimuskysymyksiin ja kerrotaan, mihin tulokseen päädyttiin tapahtuman elämyksellisyyden suhteen. Johtopäätöksissä pohditaan tulosten lisäksi markkinoinnin onnistuneisuutta ja sen perusteella luotujen odotusten toteutumista.

6.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa asiakkaiden omilla kertomuksilla ja heidän haastattelemisellaan saadaan tietoa heidän käsityksistään elämyksellisyydestä ja sen toteutumisesta tapahtumassa. Valon Kymmissä kuvattua valokuva- ja videomateriaalia käytetään analysoitaessa elämyksellisten elementtien ilmenemistä kisaympäristössä. Valon Kymppin ollessa enemmän tunnelmapohjainen tapahtuma on elämyksellisyydellä ja osallistujien kokemalla tunnelmalla suuri merkitys sen onnistumisessa juoksutapahtumana (Valoranta 2015a). Elämyksellisyyttä tutkittiin laadullisilla tutkimusmenetelmillä, sillä se antaa paremmat mahdollisuudet aiheen tutkimiselle kuin määrälliset menetelmät. Elämyksellisyyden objektiivinen määrittely on vaikeaa, joten tarkkoja määrällisiä tuloksia on vaikea saada. Sen vuoksi aiheetta avaava ja ymmärtävä laadullinen tutkimustapa sopii työhön hyvin.

Kvalitatiiviselle tutkimukselle luonteenomaista on kokonaisvaltainen tiedonkeruu, jossa suositaan ihmistä tiedonkerääjänä teknisten mittausvälineiden sijaan. Tutkittavien kanssa käytyjen keskustelujen ja omien havaintojen perusteella pyritään saamaan syvällistä ymmärrystä aiheesta. Valittua kohdejoukkoa käsitellään ainutlaatuisina tapauksina, jolloin aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. Aineistoa hankitaan laadullisilla metodeilla kuten teemahaastattelulla, havainnoinnilla ja erilaisten dokumenttien analyysillä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 164.) Tutkimuksessa haastattelun lisäksi dokumentteina toimivat osallistujien kirjoittamat tarinat kokemuksistaan sekä visuaalinen valokuva- ja videoaineisto tapahtumasta. Kohdetta pyrittiin tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti eri näkökulmista, sillä laadullisessa tutkimuksessa on vaikea saavuttaa yhtä objektiivista tulosta (mts. 161).

Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2013) toteavat haastattelun eduksi aineiston keruun joustavuuden haastattelutilanteen edellyttämällä tavalla. Haastateltaessa pystytään syventämään saatavia tietoja, joita tutkittavien kirjoittamat tarinat eivät välttämättä sisältäneet. Lisäkysymyksiä voidaan käyttää tai olla käyttämättä riippuen siitä, onko tarpeellinen informaatio jo saavutettu. Haittoja voivat olla niin ikään tiedonpaljous ja haastatteluaineiston tulkintavaikeudet. Luotettavuutta voi heikentää ihmisten taipumus vastata sosiaalisesti hyväksytyjen ja suotavien normien mukaan; haastatelta-

va voi esimerkiksi haluta antaa itsestään hyvän kansalaisen tai sivistyneen kulttuuripersoonan kuvan. Tutkimuksessa pääpisteenä oli kuitenkin juoksijan oma kokemus tapahtumasta, joten omista tunteista kertominen oli todennäköisesti helpompaa ja todenmukaisempaa kuin esimerkiksi oman yhteiskunnallisen roolin pohtiminen. (Mts. 205-206.)

Käytetty haastattelutyyppi on puolistrukturoitu teemahaastattelu, jossa aihepiirit on päätetty ennakkoon ja kysymykset ovat kaikille samat. Haastateltava vastasi omin sanoin ja laadulliselle tutkimukselle tyypillisesti vastausvaihtoehtoja ei ollut. Teemahaastattelussa kysymysten tarkka muoto tai järjestys voi vaihdella, joten kaikkia kysymyksiä ei tarvinnut lopulta käyttää, sillä vastaus tuli jo aiemmissa kertomuksissa tai haastateltujen vastatessa laajasti edellisiin kysymyksiin. Kaikki etukäteen päätetyt teema-alueet eli elementit ja kokemuksen tasot käytiin kuitenkin läpi tarvittavan tiedon saamiseksi. (Eskola & Suoranta 1998, 87.)

Teemahaastattelun käyttö tutkimuksissa on yleistä, sillä etenkin laadullisessa tutkimuksessa sen avoimuudesta on hyötyä; vastaaja voi kertoa tuntemuksistaan varsin avoimesti ja laajasti, jolloin materiaalin voidaan katsoa edustavan suoraan hänen puheitaan ja mielipiteitään. Valon Kymppin tutkimiselle teemahaastattelu oli otollinen valinta, sillä aiheiden teemoittelu jo haastateltaessa auttoi jäsentämään tutkimusmateriaalia ja helpotti sen tulkintaa myöhemmin. (Eskola & Suoranta 1998, 88.)

Juoksijoiden kirjoittamien tarinoiden ja heille toteutetun teemahaastattelun lisäksi aineistonkeruumenetelmänä käytettiin visuaalista havainnointia ja dokumentointia, jonka tuloksia analysoitiin Elämyskolmion elementtien avulla. Havainnointi menetelmänä mahdollisti mielenkiintoisen ja monipuolisen aineiston keräämisen. Menetelmiä on useita riippuen muun muassa siitä, kuinka tiukasti säädeltyä havainnointi on ja mikä on havainnoijan rooli tilanteessa. Opinnäytetyössä tapahtumaa havainnoitiin ulkoisesti, eli havainnoija ei ollut varsinaisesti mukana toiminnassa tai muuttanut sitä osallistumisellaan. (Hirsjärvi ym. 2013, 212-217.) GoPro-kamera kiinnitettiin rintaan juoksijalle, joka muutenkin oli osallistumassa tapahtumaan. Kamera ei varsinaisesti muuttanut hänen käyttäytymistään, eikä hän osallistunut myöhemmin videomateri-

aalin purkamiseen. Videokuvauksen lisäksi tapahtuma-alue dokumentoitiin katsojan näkökulmasta valokuvauksella.

Eri menetelmillä pyrittiin saamaan selville, mitä tunteita ja aistihavaintoja juoksijat kokivat heti juoksun jälkeen ja myöhemmin ehdittyään jo prosessoida kokemustaan. Tarinassa tuli esille vastaajien välittömiä, ehkä tiedostamattomiakin tunteita ja mielipiteitä tapahtumasta, kun taas haastattelussa muutamaa viikkoa myöhemmin he kertoivat tapahtumasta pohdittuaan sitä syvällisemmin. Niin tarinaa ohjaavat kuin haastattelukysymykset tehtiin Elämyskolmio-teoriaan pohjautuen, ettei esimerkiksi teorian väärin ymmärtäminen olisi esteenä tutkimuksen luotettavuudelle. Oleellista tietoa pyrittiinkin saamaan tietynlaisten kysymysten avulla, ei esimerkiksi kysymällä suoraan mielipidettä tapahtuman yksilöllisyydestä tai kontrastista.

6.3 Aineiston hankinta ja analysointi

Tutkimuskuvauus lähetettiin sähköpostilla Valon Kymppiin JKU:n kautta ilmoittautuneille juoksijoille ja tiedossa olleille tutuille osallistujille. Viesti sisälsi lyhyen kuvauksen tutkimuksen tarkoituksesta ja pyynnön osallistumisesta tutkimukseen, joka kattaisi tarinan kirjoittamisen juoksupäivästä ja myöhemmin haastatteluun osallistumisen (ks. Liite 1). Tarinaan pyydettiin kirjoittamaan melko vapaasti päivän kulusta ja omista havainnoista, jolloin niitä voitaisiin analysoida sen mukaan, mikä vaikutti olleen osallistujalle tärkeää tunnelman onnistumisen kannalta. Tulokseen helpottamiseksi kuvaukseen lisättiin tarkennuksia asioista, joita olisi hyvä löytyä tarinasta. Vastaajaa ohjeistettiin sisältämään tarinaan muun muassa kuvausta yleisestä tunnelmasta, ajatuksia valosta ja musiikista tapahtumassa, erilaisista aistihavainnoista, tapahtuman järjestelyiden onnistuneisuudesta, osallistumismotiivista sekä odotuksista ja niiden täyttymisestä. Tarkoituksena oli saada viisi vastaajaa, joista saisi jo hyvän kuvan tapahtuman tunnelmasta valokuva- ja videomateriaalin analysoinnin tueksi.

Tapahtuma dokumentoitiin ulkopuolisen katsojan ottamalla valokuvilla lähtö- ja maalialueella. Tämän lisäksi juoksu kuvattiin kokonaisuudessaan juoksijan rintaan kiinnitetyllä GoPro-kameralla, mistä saa hyvän käsityksen tapahtuman valoista, muista juoksijoista ja yleisestä tunnelmasta itse juoksijan näkökulmasta. Ympäristöä kuvat-

tiin jo alkuillasta vielä auringon paistaessa kun juoksijat jännittävät lähestyvää aloitusta, aina alkulämmittelyn kautta itse juoksuun ja myöhäisen illan loppuhuipennukseen eli maaliviivalle.

Haastattelut toteutettiin muutamaa viikkoa myöhemmin erillisinä haastatteluina. Yhteisten aikatauluhaasteiden vuoksi kaksi haastattelua järjestettiin kasvatusten ja kaksi muuta puhelimitse. Kasvatusten tehdyissä haastatteluissa tutkittaville avattiin Elämyskolmio-teoriaa ja selitettiin sen merkitystä kysymysten taustalla (ks. Liite 2). Puhelimitse haastatellut saivat teoriasta tehdyn tiivistelmän ennakkoon, jotta he pystyivät tutustumaan siihen ennen haastattelua. Teorian tuntemisella ei kuitenkaan ollut suurta merkitystä itse haastattelussa, sillä kysymykset oli muotoiltu antamaan vastauksia elementeistä ilman, että tutkittavan täytyi varsinaisesti ymmärtää teoriaa.

Materiaalin analysointi

Tarinoiden, havainnoinnin ja haastattelujen keräämisen jälkeen aineistoista etsittiin yhtenäisiä elementtejä luokitellen ne samalla eri kokemuksen tasojen alle. Jaottelu kokemusten tasojen mukaan koettiin parhaaksi tavaksi avata tulokset ja selvyuden vuoksi ne jaettiin vielä tutkimushenkilöittäin. tarinat käytiin läpi useaan otteeseen ja merkiten niihin kohdat, jotka liittyivät elementteihin. Esimerkiksi pienetkin tarinassa mainitut tuoksut tai tuntoärsykkeet otettiin huomioon ja pyrittiin tuomaan tuloksissa esille, mikäli ne olivat olennaisia analyysin kannalta.

Valokuvia käytettiin tarinoiden ja haastattelujen tukena kertomaan tapahtumasta, jotta työn lukija saa käsityksen Valon Kympin tunnelmasta. Matkalta kuvattu video oli tutkimuksessa tukimateriaalina näyttämässä, millainen juoksu oli osallistujan näkökulmasta. Tutkijana on vaikea kuvitella kokemusta, mutta videomateriaali antoi hyvän kuvan siitä, mitä juoksijat ovat nähneet ja kuulleet matkan aikana.

Haastattelun kysymykset muodostettiin tarinoiden lukemisen jälkeen, jolloin kysymyksiä pystyttiin muokkaamaan siihen suuntaan, millaista tietoa vielä tarvitaan. Pääosin kysymykset sisälsivät kaikkien elementtien ilmenemisen eri tasoilla, mutta esi-

merkiksi juoksussa koettuja aistiärsyksiä kuvailtiin niin hyvin tarinassa, ettei niitä painotettu enää haastattelussa. Myös kysymykset oli valmiiksi jaoteltu eri tasoittain, jolloin niitä oli helpompi tulkita ja yhdistää muihin tuloksiin.

6.4 Tutkimuksen riskit

Jokaisessa tutkimuksessa on omat riskinsä ja heikkoutensa. Suurimmaksi riskiksi koettiin tutkittavien määrä, sillä ihmisiä oli hieman vaikea suostutella osallistumaan. Laadulliseen tutkimukseen riittää kuitenkin pienempi vastaajamäärä kuin esimerkiksi kyselytutkimuksiin, joten neljästä haastattelustakin saa jo hyvän kuvan siitä, mihin juoksijat kiinnittävät huomiotaan juoksun aikana. Hirsjärvi ja muut (2013) toteavat, ettei kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto perustu keskimääräisten yhteyksien tai tilastollisten säännönmukaisuuksien etsimiseen, minkä vuoksi aineiston koolla ei ole niin suuri merkitys kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa (Hirsjärvi ym. 2013, 181). Myös Eskolan ja Suorannan (1998, 18) mukaan aineiston tieteellisyyden kriteeri ei ole määrä vaan laatu, ja kvalitatiivisessa tutkimuksessa kannattaakin pyrkiä keskittymään mieluummin pieneen määrään tapauksia mahdollisimman perusteellisesti.

Vastaajien keskittymisestä pyydettyihin asioihin voi olla vaikea varmistua, sillä paikalla on monia aistiärsyksiä ja keskittyminen on suuntautunut juoksuun, jolloin ylimääräiset häiriötekijät voidaan yrittää sivuttaa nopeasti. Huolimattomuuden lisäksi epärehellisyys vastauksissa on aina mahdollista, vaikkakaan ei kovin todennäköistä.

Tutkimukseen osallistumisen ohjeistus jätti vastaajille omaa vapautta tarinan kirjoittamiseen. Heitä pyydettiin sisällyttämään tarinaan tiettyjä näkökulmia, mutta muuten ohjeistus oli melko vapaa. Yhtenä riskinä voi olla ohjeistuksen väärin ymmärtäminen tai liian vapaa kirjoitustyyli, jossa ei ole huomioitu pyydettyjä seikkoja. Mahdollinen tiedon puute pyrittiin kuitenkin minimoimaan haastattelun tarkentavissa kysymyksissä. Vastaajien vapaasta kirjoitustyylistä oli hyötyä aihetta tutkittaessa, sillä siten tutkittavat voivat muistella kokemaansa ja kertoa tarinamuodossa kokemiansa aistihavaintoja. Tarina pyydettiin kirjoittamaan heti samana iltana juoksun jälkeen tai muuten mahdollisimman pian, jolloin elementit ovat tuoreena mielessä ja tunnelma on todenmukainen. Tutkimukselle on tärkeää, että pienetkin aistihavainnot tulevat

mainituiksi, mutta samasta syystä juuri juoksun jälkeen kirjoitettu tarina voi olla yli-positiivinen, mikäli juoksija tuntee suurta onnistumisen ja riemun tunnetta. Tällöin jotkin kehityskohdat saattavat jäädä mainitsematta.

7 Tutkimustulokset

Tutkimukseen osallistui neljä juoksijaa, joista kolme naista ja yksi mies. Iältään he ovat 20-40-vuotiaita arkiliikkuja tai entisiä urheilijoita, jotka harrastavat muun muassa hyötyliikuntaa, lenkkeilyä ja kuntosalia keskimäärin kolme kertaa viikossa. Henkilöihin viitataan myöhemmin tuloksissa Henkilö A, B, C ja D. Elämyskolmion mukaisten elementtien ilmenemistä tarkastellaan asiakkaan kokemisen tasojen mukaan tutkimushenkilöiden vastaukset eritellen. Lopussa tulokset ja niistä tehdyt päätelmät ja kehitysehdotukset kootaan yhteen kohdassa Johtopäätökset.

7.1 Motivaation taso

Motivaation tasolla asiakas kiinnostuu tuotteesta esimerkiksi markkinoinnin perusteella ja luo odotuksia tapahtumaa kohtaan. Luvussa käsitellään elementtien vaikutusta osallistumispäätökseen, markkinoinnissa luotuja ennakkokäsityksiä tapahtumasta ja ennakkoon saadun informaation riittävyttä. Tuloksissa kävivät ilmi tutkimushenkilöiden osallistumismotiivit, jotka olivat pääosin yhdessä työporukan kanssa osallistuminen ja yhdellä henkilöllä valon teeman ja tunnelman kokeminen.

Henkilö A

Henkilö A sai tietoa Valon Kypistä sähköpostilla ja osallistui juoksuun työporukan innostamana. Hänen oli tarkoitus osallistua juoksuun jo viime vuonna, joten nyt firman maksamana oli helppo lähteä mukaan kohottamaan kuntoa. Valon teema ei ollut pääsyy osallistumiseen; enemmän päätökseen vaikutti tapahtuman siirtyminen Paviljongille ja Lutakkoon, mikä antoi järjestelyistä ammattimaisemman kuvan. Tuotteen alkuinformoinnista alkanut tarina valon teemasta ei siis varsinaisesti toiminut, sillä se ei herättänyt neutraalista poikkeavia tunteita tutkittavassa.

Ennakkokäsitykset tapahtumasta käsittivät hyvin järjestetyn juoksutapahtuman helppossa maastossa. Henkilö A oletti matkalla olevan jonkin verran valoja ja toivoi reitin menevän Lutakon rantaa pitkin eri suuntaan kuin varsinainen reitti, jolloin valaistus olisi ollut parempi. Markkinoinnin hän koki melko yksipuoliseksi eikä tietokonealan ammattilaisena nähnyt sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi Twitterissä, mainostettavan tapahtumaa sen enempää kuin kadulla tai kaupungillakaan. Myöskään nettisivuilta saatava informaatio ei poikennut normaalista tai korostanut tarpeeksi valon teemaa, joten moniaistisuus markkinoinnissa tai tavallisesta poikkeava mainostaminen (kontrasti) ei toteutunut motivaation tasolla. Vuorovaikutuksen tapahtumanjärjestäjän kanssa hän koki toimivaksi, sillä ennakkoon saatu informaatio oli riittävää ja saapui hyvissä ajoin.

Henkilö B

Henkilö B halusi osallistua tapahtumaan nähtyään ilmoituksen Facebookissa. Itsensä haastaminen houkutti, ja 10 kilometrin lenkki tuntui realistiselta vaihtoehdolta. Markkinoinnin tarina tehoi tutkittavaan, sillä valon teema kuulosti houkuttelevalta iltahämärässä juostavalta lenkiltä ja siten varmisti lopullisen osallistumispäätöksen. Etukäteen hän sai kuvan uudesta ja virkistävästä juoksusta, johon osallistuisi hänen kaltaisiaan ”taviksia, ei superurheilijoita”. Henkilö B:n mukaan mainonnassa olisi voinut käyttää monipuolisuutta paremmin, sillä tapahtuma ei tullut muualla vastaan kuin Facebookissa ja siellä luoduissa tapahtumiin liittyvissä ryhmissä. Kontrasti tuli markkinoinnissa hyvin esille, ja tapahtumasta sai käsityksen iltahämyisestä ja muista juoksuista poikkeavasta juoksureitistä.

Vuorovaikutus oli melko riittävää, vaikka informaatiota ja mainontaa olisi voinut tehostaa hieman. Facebookissa tietoa tuli harvakseltaan, ja välillä organisaation puolelta hänelle tuli hieman kasvoton olo, sillä tapahtuman järjestäjistä ei kuulunut pitkään aikaan mitään. Henkilö A:n tavoin B toivoi suurempaa näkyvyyttä sosiaalisen median muissa kanavissa; esimerkiksi Instagramissa järjestetty kilpailu tai kehoitus käyttämään tapahtuman hashtagia valmistautuessa olisi nostattanut tunnelmaa ennen juoksua. Tutkittavan mukaan ulkopuolinen motivaatio olisi sitouttanut paremmin.

Työkavereiden kannustukset etukäteen tuntuivat erityisen mielekkäiltä ja antoivat puhtia tulevaan koitokseen.

Henkilö C

Henkilö C osallistui aiemminkin Finlandia Marathonin 10 kilometrin juoksuun, joten hän tiesi tapahtuman sitä kautta. Hän sai järjestäjiltä suoraan sähköpostilla tietoa Valon Kympistä ja päätti ilmoittautua työporukan kanssa pitämään hauskaa ja samalla haastamaan itsensä. Markkinointi Finlandia Marathonin Internet-sivulla ja sähköpostissa antoi olettaa paljon valoefektejä ja erilaisia oheistuotteita, mutta valon teema ei ollut päämotiivi osallistumispäätökseen. Sähköisen markkinoinnin lisäksi hän ei havainnut mainostamista missään mediassa ja jäi kaipaamaan siinä monipuolisuutta. Lopullisen postissa tulleen osallistujan informaation hän koki hyvin riittäväksi.

Henkilö D

Henkilö D kertoi ilmoittautuneensa Valon Kymppiin edellisen vuoden mukavan juoksu-kokemuksen perusteella ja työpaikan lievän sosiaalisen paineen alla. Hän sai lisää tietoa työpaikan kautta ja järjestäjiltä markkinointisähköpostin, josta tarkisti varsinaisen reitin huomioimatta kuitenkaan juoksun teemaa erityisemmin. Uudistettu Valon Kymppi vaikutti ammattimaisemmin järjestetyltä ja houkutti entistä enemmän, sillä tapahtumapaikka oli siirtynyt Kuokkalan Graniitista Paviljonkiin. Tutkittavaa jäi hämmästyttämään markkinoinnin vähäisyys, sillä hän ei nähnyt tapahtumaa mainostettavan missään. Siten myös elämyksen elementit eivät nousseet esille motivaation tasolla.

7.2 Fyysinen taso

Fyysisellä tasolla asiakas käyttää tuotetta ja kokee sen aistiensa avulla. Tuotteen toimivuus mitataan käytännössä; elämysten elementtien ilmenemisen lisäksi tapahtuman onnistumiseen vaikuttavat asiakkaan omat fyysiset kokemukset ja olotila. Onnistunut tapahtuma saavuttaa ennakkoon asetetut odotukset tai ylittää ne. Luvussa

käsitellään Valon Kymmissä koettuja aistihavaintoja sekä järjestelyjen, valaistuksen ja oheistoiminnan onnistuneisuutta elementtien kautta.

Henkilö A

Juoksupäivän työkiireet ja jännitys nostattivat tunnelmaa ennen paikalle saapumista. Henkilö A:n ensimmäiset kokemukset tapahtumasta olivat hyvin toimivat mutta vi-rikkeettömät sisätilat, jossa ”bändikin olisi voinut valita hieman reippaampia kappa-leita”. Vuorovaikutus järjestäjien kanssa toimi hyvin, sillä alue oli selkeästi järjestetty ja opasteita oli riittävästi. Myös muut ihmiset nostattivat tunnelmaa, sillä yhteinen alkulämmittely ja lukuisat kannustajat toivat hyvän mielen juoksijoille.

Matkan varrella musiikkipisteet ilahduttivat, mutta niitä olisi saanut olla enemmänkin. Moniaistisuuden kannalta aistihavainnot jäivät hieman niukoiksi, sillä valoja ei ollut käytetty luovasti ja reitti olisi voinut olla tunnelmallisempi. Valaistus oli muutamia välkkyviä valoja lukuun ottamatta normaali Rantaraitin valaistus, johon paikka-kuntalainen on jo tottunut. Havaintoja tuki juoksun aikana kuvattu videomateriaali, jossa reitti näyttäytyi valojen suhteen välillä yksitoikkoisena ja jopa pimeänä juosta. Valaistuksella olisi voinut olla jokin tarkoitus, kuten tiettyjen kohteiden valaiseminen tai tunnelmallinen kynttilävalaistus, joka olisi tuonut aitoutta ja elämyksellisyyttä lisää. Sen sijaan mieleen painuivat erityisesti lähtötilanne savukoneineen ja kauem-paa nähdyt tulilieskat voittajan juostessa maaliin. Lisäksi ympäristön aitous ja vuoro-vaikutus muiden ihmisten kanssa osoittautuivat tärkeiksi tunnelman luomisen kan-nalta:

Paras osuus juoksussa oli kyllä toisella kierroksella Kuokkalan sillalle saapuminen ja siitä juoksu maaliin; sillalta oli hienot näkymät ja loppu-rutistus maaliin oli parhaita hetkiä. Lisäksi mieleen jäi juoksua katso-maan tulleiden ihmisten kannustus --. Henkilö A



Kuva 1. Maalialueella oli paljon kannustajia. (Kuva: Essi Varonen 2015)

Valon teema sopi tarinana hyvin pimeään syysajankohtaan, vaikka siinä on vielä kehitettävää. Henkilö A:n mukaan toteutus valaistuksen suhteen ei aivan yltänyt markkinoinnin luomien odotusten tasolle, mutta idea oli hyvä. Kontrasti normaaliin perjantai-iltaan oli suuri, sillä hän ei yleensä lenkkeile tai ulkoile siihen aikaan illasta, saati osallistu suuriin tapahtumiin. Tunnelma oli mukava, ja Valon Kymppi oli oiva tapa viettää iltaa yksittäisenä kertana, mutta erilaisuuden vuoksi vain esimerkiksi kerran vuodessa. Juoksusta jäi positiivinen tunne, jota lisäsivät maalissa saatu monipuolinen näytepakkauksia sisältänyt palkintokassi ja innokkaasti hurranneet katsojat.

Henkilö B

Tapahtumapaikalle saavuttaessa Henkilö B koki suurta jännitystä tulevasta koitoksesta. Ilta-auringon paistaessa ajatus pimeästä maalisuorasta valojen keskellä tuntui vielä kaukaiselta ajatukselta. Järjestelyt olivat onnistuneet, eikä niihin tarvinnut kiinnittää huomiota: eri tilat ja tapahtumapaikat oli hyvin merkitty. Ainoastaan toisesta WC:stä olisi voinut tiedottaa paremmin jonojen ehkäisemiseksi. Vuorovaikutus muiden osallistujien kanssa nostatti hyvää oloa, sillä omalle tiimille hankitut valotikut ja alun juttelut muiden kanssa kohottivat yhteishenkeä. Tutkittava kertoi saaneensa

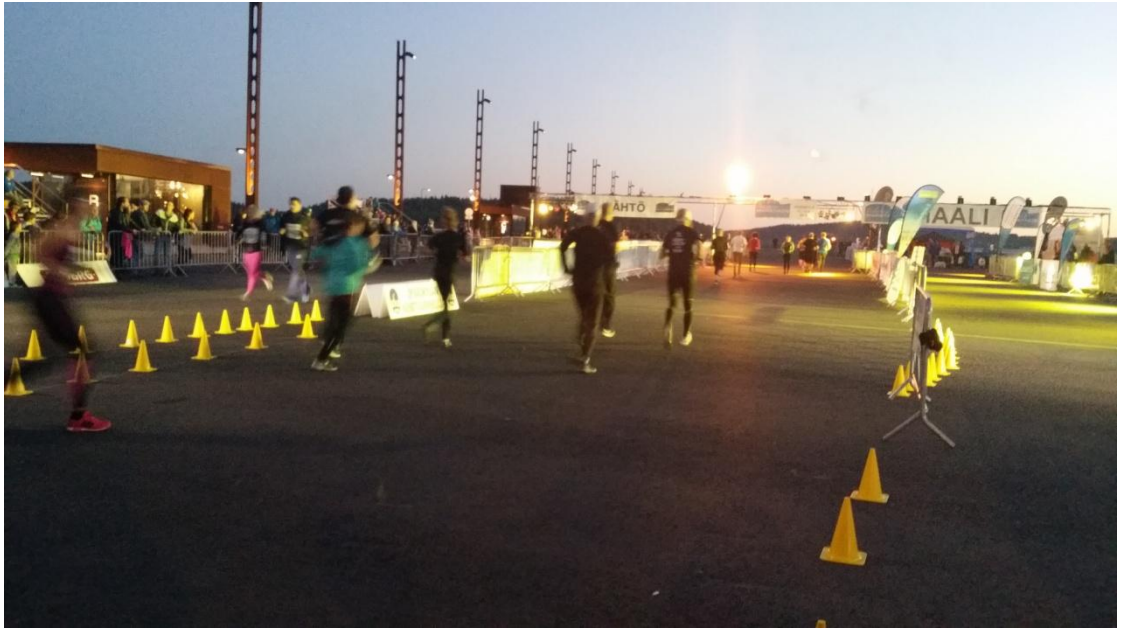
muiden kannustuksesta hyvän fiiliksen ja halusi jakaa iloa omalla hyvällä asenteellaan.

Henkilö B piti musiikkia monipuolisena ja erilaisille ihmisille sopivana. Yksilöllisyys oli huomioitu eri musiikkityyleissä ja lopussa saadun herkkukassin monipuolisuudessa. Epäyhtenäinen musiikki tuntui kuitenkin hämmentävältä, samoin alussa soitettu Finlandia-hymni, joka ei tuntunut reippaaseen tunnelmaan sopivalta. Se kuitenkin unohdettiin kevyen yhteisen alkulämmittelyn laukaistessa jännityksen ja virittäessä juoksijat tunnelmaan. Haastateltava kertoi värikkäästi niin positiivista kuin negatiivisista tunteistaan juoksun jälkeen kirjoitetussa tarinassa:

Lähtöviivan kohdalla kyllä tunsin ärsytystä suhiseviin savukoneisiin. Ensimmäisen kilometrin aikana jalat tuntuivat kevyiltä ja tunsin jo silloin tyytyväisyyttä ja onnea, että nyt tulee helppo juoksu. Noin 2 kilometrin kohdalla oli ensimmäinen rumpuryhmä jonka äänet kuuluivat Jyväsjärven yli jo kauas, se tuntui tosi kivalta ja oli erityisen ihana nähdä rumputtajien olevan ihan nuoria lapsia! Tämä oli todella fiilistä nostattava juttu --. Henkilö B

Juoksijoiden reaktiot rumpuryhmien kohdalla olivat näkyvissä myös videolla. Useat juoksijat innostuivat silminnähdessä musiikkia soittavista nuorista ja vilkuttelivat bändille puheensorinan lisääntyneenä hetkessä.

Ympäristön aitous tuntui olevan itseisarvo Henkilö B:lle koko matkan ajan. Ainolanrannassa oli muutamia silmiä häikäiseviä kohdevaloja, joiden asettelu hän kertoi olleen jopa ärsyttävä. Muuten valaistus oli normaali Rantaraitin valaistus, josta hänellä on positiivisen neutraali mielipide. Tarina eli valon teema oli toteutettu yhtenäisesti pitkin matkaa, mutta tutkittava toivoi, että järjestäjät olisivat kannustaneet juoksijoita liittymään teemaan ja panostamaan muun muassa omaan pukeutumiseensa. Lisäksi juoksun lähtöä voisi harkita siirrettävän myöhemmäksi, jolloin ensimmäinen kierros ei olisi kokonaan valoisaa ja syksyinen pimeä tunnelma olisi läsnä koko reitin ajan.



Kuva 2. Ensimmäisen kierroksen jälkeen oli vielä valoisaa. (Kuva: Essi Varonen 2015)

Moniaistisuutta lisäsivät valon ja musiikin lisäksi reitin varrella havaitut pistävät hajut, kuten viemäri ja hienhaju, joka tosin kuuluu juoksutapahtumaan. Oman hien maistuminen suussa maaliviivan jälkeen nauratti ja samalla konkretisoi tapahtuneen: tyytyväisyys ja ylpeys juuri saavutetusta tavoitteesta. Pistäviä hajuja kompensoivat maaliin tulemisen ilo ja palkintokassista löytyneiden herkkujen tuoksu. Kontrasti tavalliseen perjantai-iltaan oli suuri, sillä usein se vietetään kotona lasten kanssa ilman suurempia jännitysmomentteja. Valon Kymppi oli siis koti-iltoihin tottuneelle äidille uutta ja jännittävää tekemistä.

Henkilö C

Henkilö C koki tunnelman pirteäksi jo alkulämmittelyssä nopeatempoisen musiikin soidessa taustalla. Lähtölaukauksen jälkeen kaikki lähtivät samaan aikaan liikkeelle ja aiheuttivat ruuhkan muutaman kilometrin matkalle, mikä turhautti useita juoksijoita. Tunnelmaa kuitenkin nostattivat kannustavat ihmiset ja kauempaa kuulunut rumpujen soitto. Henkilölle C katsojien merkitys oli suuri, sillä lapsen pitelemä ”HYVÄ ÄITI” - kyltti ja rumpuja soittaneet nuoret pojat saivat hymyn huulille ja antoivat voimaa

jatkaa. Vuorovaikutus tapahtuman järjestäjien kanssa toimi hyvin ja tutkittava oli tyytyväinen matkan varrella olleisiin opasteisiin ja kyltteihin.

Juoksun moniaistisuus oli huomioitu laajasti tarinassa. Mieleen painuivat hajut alun savukone-efekteistä ja puolimatassa haisseesta viemäristä sekä tuoksu muuten raikkaasta syysilmasta ja ympärillä olleesta luonnosta. Matkan varrella soineen musiikin hän koki ilahduttavaksi, vaikkakin kovin yksipuoliseksi, ja toivoi rumpujen ohelle myös muita soittavia bändejä. Ainolanrannassa silmiä häikäisseitä kohdevaloja luokun ottamatta järven valot olivat tunnelmallisia ja näyttivät hyvältä heijastuessaan puihin erivärisinä. Tuliliekit maalissa tekivät tutkittavaan vaikutuksen, minkä lisäksi kannustushuudot ja maalialueelle saapuneen ambulanssin äänet lisäsivät juoksukilpailun tunnelmaa.



Kuva 3. Tuliliekit maalissa täydensivät valon teemaa ja näkyivät hyvin pimeää syys-taivasta vasten. (Kuva: Essi Varonen 2015)

Kaiken kaikkiaan juoksun ei koettu olevan kovin aito kokemuksiltaan tai sisältävän erityistä tarinaa. Lisätyt valoeffektit eivät olleet luonnollisia ja yksi matkan varrelle lisätty kohdevalo ei ollut riittävä. Jyväsjärven luonnollinen ympäristö oli tutkittavan mukaan hyvin kaunis, mutta jo liian tuttu ympäri vuoden loistavine valoineen. Hän

olisi toivonut toteutuksen olevan ”jännempää” ja sisältävän enemmän lisättyjä valoefektejä. Alla lainaus Henkilö C:n tarinasta:

Käytännön järjestelyt olivat ihan onnistuneet, mutta elämyksellisiä elementtejä oli loppujen lopuksi aika vähän: pyrot, rumpujen soitto ja valot. Oli myös tylsää juosta sama kierros uudelleen. Valon kymmissä olisi luullut enemmän olevan valoja. Tosin ulkopaikkakuntalaiselle jo valmiiksi rantaraitin ympäristössä oleva valaistus on voinut olla hieno, itselle se ei enää elämys koska asun Jyväskylässä. Henkilö C

Maaliin päästessään tutkittavalla oli ”voittajafiilis” jaksettuaan juosta koko matkan kivuista huolimatta. Henkilö kertoi oman fyysisen olotilan vaikuttaneen kokemukseen jokseenkin negatiivisesti, sillä olo ei ollut paras mahdollinen vatsa täynnä ruokaa, väsyneenä ja polvi kipeänä. Huonovointisuuteen sai maalissa kuitenkin heti apua, joten toimivat järjestelyt saivat paljon kiitosta. Tavallinen perjantai-ilta olisi kulunut kotona television ääressä, joten hyvin toteutettu juoksutapahtuma toi mukavaa vaihtelua arkeen.

Henkilö D

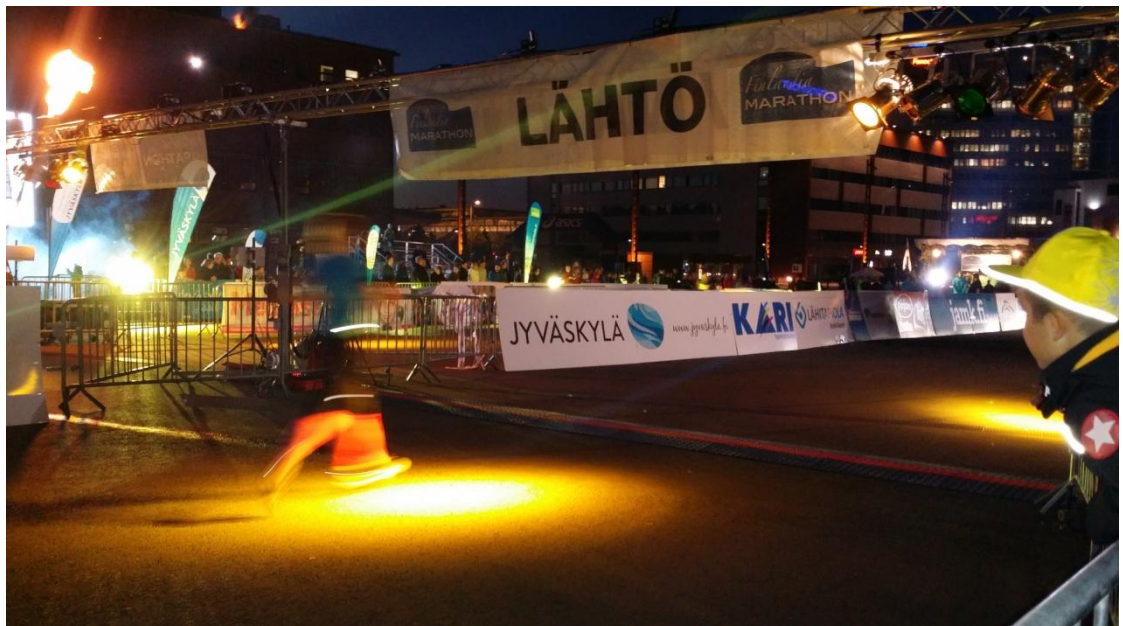
Kisa-alue näyttäytyi heti tyylikkäässä ja ammattimaisemmassa valossa. Parannus edellisen vuoden tapahtumapaikkaan Graniittiin oli suuri ja hyvät opasteet osoittivat ilmoittautumistiskin helposti. Vain kisa-alueella seisseet sponsoriyhtymien autot aiheuttivat pientä hämmennystä, sillä niiden merkitys koettiin ristiriitaiseksi juoksutapahtumassa. Henkilö D koki olotilansa hieman tukalaksi ruokailun jälkeen ja lihasten ollessa jumissa, mikä nosti ajatuksia juoksusta luopumisesta. Myös oma pieleen mennyt vaatevalinta ja polvikivut harmittivat, mikä saattoi vaikuttaa henkilön kokonaistunnelman arviointiin negatiivisesti.

Vuorovaikutus kisajärjestäjien kanssa ei mennyt täysin putkeen, sillä ennakoilmoittautumista ei ollut rekisteröity ja työporukkaa ei löytynyt nimilistoista. Hauskaa pitämään tulleet juoksijat harkitsivat jo jälkivihteelle lähtöä, mutta päättivät kuitenkin valita jälki-ilmoittautumisen. Työporukka koki paremmaksi olla käyttämättä Finlandia Marathonin tarjoamia pesutiloja, sillä ”suihkuverhoilla varustettu, alimitoitettu pe-

seytymiskontti ei varsinaisesti tuntunut kutsuvalta”. Muuten alue koettiin viihtyisäksi ja palvelu moitteettomaksi. Lisähuomiona järjestelyjen toimivuuteen tutkittava kaipasi matkan varrelle enemmän juottopisteitä, joita löytyi lopulta harmillisesti vasta maalialueelta.

Matkalla musiikki nostatti tunnelmaa sambarytmien yhdistyessä hausalla tavalla juoksijoista huojuvaan Alban siltaan. Muiden tutkittavien tavoin Henkilö D kaipasi kuitenkin lisää monipuolista musiikkia matkan varrelle ja erityisesti lähtö- ja maalialueelle. Valaistus jäi melkein huomioimatta sen olemattomuuden vuoksi, kun taas havaitut efektit koettiin 80-luvun diskovaloiksi. Aistihavaintoja tutkittava kuvaili värikkäin sanavalinnoin:

Sambaryhmä koostui yllättäen lapsista. Se oli mukava yllätys, sillä sambarytmien soidessa päässäni syntyy aina väkisin myötähäpeinen assosiaatio ”Kiitos, Jyppi” -huutoihin. Ryhmä olisi kaivannut parempaa valaistusta. Varsinkin toisella kierroksella porukka oli kovin haamumainen. Välillä Ylistö-Ainola oli jokunen valoshow’n tapainen. Päähuomion vei aggregaatti, joka hurisi puskassa. Henkilö D



Kuva 4. Maalialueella riitti useita eri valonlähteitä, mutta reitin varrelle olisi kaivattu enemmän valaistusta. (Kuva: Essi Varonen 2015)

Valon teema jäi kaiken kaikkiaan vähälle huomiolle. Tutkittavan mukaan tapahtuman teemaa olisi palvellut paremmin matkan varrelle sijoitetut tulishow't tai muuten huomiota herättävämmät valaistusratkaisut. Tarinaan ei päässyt tarpeeksi sisälle ja kohdevalojen loisteessa myös aitous jäi vähäiseksi. Sitä olisikin voinut jatkaa juoksijoiden avulla, jotka kantaisivat valoja tai heijastavia vaatteita itsessään, sekä järjestämällä juoksun hieman myöhemmin auringon jo laskettua. Aistihavainnoista mieleen jäivät erityisesti ihmispaljous ja Alban tärisevä silta, joka tuotti positiivisen mutta surrealistisen olon sitä pitkin juostessa.

Vuorovaikutuksen muiden juoksijoiden ja katsojien kanssa hän koki tärkeäksi tunnelman luojaksi. Kannustushuudot piristivät mieltä ja kanssajuoksijat nostivat kunnianhimoa juoksun edetessä. Hän kuitenkin kritisoi tapahtuman myöhäisen ajankohdan vähentäneen kannustajia, kun illan pimentyessä ja jalkakipujen ilmentyessä olisi kaivannut kannustusta vieläkin enemmän. Oma motivaatiota nosti kaveriporukan illanvietto juoksun jälkeen, mikä kannusti kiirehtimään maaliin jalkakivuista huolimatta. Kontrastia loi urheileminen myöhään illalla, kun normaalisti se tapahtuu jo aiemmin päivällä. Muuten Valon Kymppi ei varsinaisesti eronnut arjen juoksulenkeistä nostattamallaan tunteilla, sillä Henkilö D pohti saavansa ”paremman fiiliksen todennäköisesti kuntosalilla tai kirjaa lukiessa”

7.3 Älyllinen taso

Älyllisellä tasolla asiakas voi oppia tuotteen kautta jotain uutta itsestään tai ympäristöstään. Hän prosessoi kokemuksiaan ja aistihavaintojaan, ja niiden avulla soveltaa tietoa ja muodostaa mielipiteitä. Hän muun muassa päättää, onko tyytyväinen tuotteeseen. Kysymyksissä käsiteltiin tapahtumassa koettuja tunteita ja niiden merkityksiä henkilölle ja pyydettiin perustelemaan tyytyväisyys tapahtumaan.

Henkilö A

Ehdittyään miettiä kokemusta jälkeenpäin Henkilö A totesi olleensa tyytyväinen osallistuttuaan siihen. Toteutus oli ”perus hyvä”, mutta ei tuottanut sen suurempia vau-elämyksiä. Yksilöllisyyden elementti ei täysin toteutunut, sillä vaikka kokemus oli uu-

denlainen, ei hän pitänyt sitä erityisen erikoisena ja ainutlaatuisena. Kaiken kaikkiaan juoksu muistutti peruslenkkiä Rantaraitilla, johon oli tuotu hieman lisäarvoa oheistoiminnalla kuten musiikilla ja tapahtuma-alueen yhteishengen nostattamisella. Tavallisuuteen kontrastia toivat lähdön savuefektit ja maalialueen tulilieskat, jotka tutkittava arveli muistavansa vielä paljon myöhemmin.

Valon teema ei vaikuttanut juoksuun osallistumiseen, mutta lopulta tunnelma merkitsi henkilölle A enemmän kuin juoksu. Ympärillä juoksevat ihmiset ja kannustajat toivat vuorovaikutuksellaan kunnan juoksutapahtuman tuntua ja auttoivat jaksamaan. Hän kuitenkin kuvaili Valon Kymppiä vakavahenkisemmäksi kuin oli ajatellut, sillä hänellä ystävineen oli muun muassa valotikkuja matkassa, eivätkä muut juoksijat olleet panostaneet teemaan. Kaiken kaikkiaan tapahtuman ammattimaisuus oli positiivista eikä hän olisikaan halunnut tapahtuman olevan liian ”hassutteleva”.

Valaistuksen kehittämisen lisäksi virikkeiden lisääminen matkalle olisi suotavaa, sillä toisella kierroksella hän koki jo nähneensä kaiken ja kuvaili reittiä jopa tylsäksi. Illan pimeneminen toi oman lisänsä kokemukseen, jolloin valoista ja ympäristöstä pääsi kunnolla nauttimaan ensimmäisen ilta-auringon sävyttämän kierroksen jälkeen.

Henkilö B

Haastattelussa Henkilö B kertoi kokeneensa tapahtuman kaiken kaikkiaan positiivisena. Kaikki meni hyvin ja juokseminen tuntui helpolta, mutta suurimman arvon kokemukselle toi ystävän kanssa juokseminen ja kannustajien vaikutus. Erityisesti matkalla nähty pienen lapsen ”HYVÄ ÄITI!” -kyltti sai hymyn kasvoille, sillä se muistutti kotona kannustavista lapsista. Itse juoksua tärkeämpää olikin vuorovaikutus muiden samanhenkisten osallistujien kanssa ja tunnelmasta nauttiminen. Järjestäjien kanssa vuorovaikutus jäi vähäiseksi ja kokemus tuntui siltä osin hieman ”kasvottomalta”. Tapahtumaan ikään kuin mentiin, juostiin ja sieltä lähdettiin pois huomioimatta sen enempää järjestäjiä kuin muitakaan Finlandia Marathonin työntekijöitä.

Kaiken kaikkiaan Valon Kymppi vastasi odotuksia melko täydellisesti. Järjestelyjen toimivuus yllätti positiivisesti, kun taas illan valoisuus epäilytti juoksun alkaessa. Toisaalta valoisassa juostu alku mahdollisti maiseman muutoksen näkemisen juoksukierrosten välillä, mikä teki matkasta vielä kauniimman ja teemasta yhtenäisemmän. Säätila tuki tapahtuman luonnetta täydellisesti, sillä sopivan viileässä ja kuulaassa syysilmassa oli hyvä juosta. Varsinainen oheistoiminta ja efektit jäivät pienemmälle huomiolle eivätkä ne tehneet suurta vaikutusta; muun muassa savuefektit alussa olivat haastateltavan mukaan turhat. Panostusta olisi sen sijaan voinut lisätä musiikkipisteisiin, joita oli harvakseltaan reitillä.

Henkilö C

Tutkittavalle tärkeintä oli itse juokseminen ja tyytyväisyys päästessään haastamaan itsensä. Yksilöllisyys toteutui pystyessään säätelemään omaa haastavuustasoaan ja juoksemaan matkan ilman paineita. Juoksutapahtumaa voi olla vaikea räätälöidä eri juoksijoiden mukaan, mutta Finlandia Marathonissa jo muun muassa eri juoksijatyypeille profiloidut matkat mahdollistivat oman tason löytämisen. Valon Kymppi oli ainutlaatuinen kokemus valon teemaa toteuttavalla juoksullaan, mutta toteutus vaatii vielä panostusta erottuakseen paremmin muista juoksukisoista.

Järjestelyt ja vuorovaikutus Finlandia Marathon -tiimin kanssa toimivat hyvin, mutta varsinaista tunnelmaa söi reitin tuttuus, joka ei luonut paikkakuntalaiselle lisäarvoa elämyksellisyydellään. Kahden saman kierroksen juokseminen ”ärsytti” huomattaessa, ettei efektejä ollut muutettu tai lisätty ensimmäisen kierroksen jälkeen. Kaiken kaikkiaan Henkilö C koki odotusten olleen liian korkealla valojen ja musiikin suhteen, joita olisi voinut lisätä ja monipuolistaa huomattavasti. Erityistä iloa toivat lukuisat kannustajat matkan varrella ja maaliviivan jälkeen saatu herkkukassi, jonka tuotteita hän on sittemmin ostanut enemmänkin.

Mieleen painuivat ilman raikkaus ja valoisuuden muuttuminen pimeäksi syysillaksi. Kontrastia loi tapahtuman toteuttaminen ilta-aikaan poiketen monista vastaavista tapahtumista. Kiitosta saivat halu ja yritys lisätä Valon Kymppiin oheiselementtejä ja

lisäarvoa tuovia efektejä, joita ehkä jo ensi vuonna saadaan monipuolistettua entisestään.

Henkilö D

Ei kokenut itsensä ylittämistä tai normaalia suurempia tunteita ja arvelikin saavansa samanlaisen tyydytyksen kotipihalla polttopuita kantaessaan. Alun ilmoittautumisongelmien ilmetessä olisi ollut tyytyväinen normaaliin lenkkiin, jonka jälkeen olisi jatkanut illanviettoon ystäviensä kanssa. Kaiken kaikkiaan Valon Kymppi täytti vaatimat odotukset: mitään ei jäänyt puuttumaan eikä mitään ylimääräistä tullut esille. Tärkeintä oli ajan viettäminen ystävien kanssa ja hyötyliikunnan saaminen samalla.

Matkan varrella ohitettu sambaryhmä oli mukava yllätys soittajien hyvän mielen tarttuessa omaankin olotilaan. Oheistoiminnan aitous ei varsinaisesti tehnyt vaikutusta, sillä alkulämmittelyn ylitiöpositiivisuus ei houkuttanut miesporukkaa osallistumaan hyppeleyn. Kaiken kaikkiaan kannustajat olivat mukava lisä juoksuun ja musiikki toi hyvää mieltä, mutta musiikkipisteiden määrää ja niin ikään valaistusta olisi voinut lisätä entisestään. Henkilö D ei kokenut tapahtumasta jääneen erikoisempia muistoja, muuta kuin osallistuneensa juoksuun vuonna 2015. Hän aikoo kuitenkin todennäköisesti osallistua seuraavanakin vuonna, sillä tapahtuma on hyvin järjestetty ja haluaa tukea mieluummin kyseistä hyvän mielen tapahtumaa kuin esimerkiksi Jyväskylässä vuosittain tapahtuvaa ”ralli-idiotismia”.

7.4 Emotionaalinen taso

Neljännellä tasolla asiakas kokee elämyksen mahdollistavia merkityksellisiä tunteita kuten oppimisen riemua, onnistuneisuutta tai liikutusta. Elämyksen syntyminen vaatii elementtien positiivista ilmenemistä kaikilla edellisillä tasoilla, jonka seurauksena asiakas kokee positiivisen tunnereaktion myös emotionaalisella tasolla. Luvussa käsitellään kokemukseen liittyneitä merkityksellisiä tunteita ja saavutettua elämystä.

Henkilö A

Tarinassaan Henkilö A kertoi tapahtuneesta jääneen ”ihan hyvät fiilikset”, mutta ei koe tarvetta osallistua tapahtumaan uudelleen. Hän koki tapahtuman olleen elämyksellinen, koska koki merkittäviä tunteita kuten innostuneisuutta ja iloisuutta. Kommentit kokemuksen tavallisuudesta viittaisivat kuitenkin hyvään kokemukseen, joka ei täysin yllä elämykselliselle tasolle. Pohdittuaan asiaa hän korosti voivansa osallistua vastaavanlaiseen tapahtumaan eri kaupungissa, jossa reitti ei tunnu yhtä tutulta ja tavalliselta kuin Jyväskylän Rantaraitti.

Henkilö B

Henkilö oli jo tapahtuman jälkeen kirjoitetussa tarinassaan sitä mieltä, että koki hienon elämyksen ja oli tyytyväinen pystyessään jakamaan sen ystävän kanssa. Vielä myöhemminkin hän pohti tapahtuman kokonaisuudessaan tukeneen elämyksen syntymistä: erityisesti monipuolinen oheistoiminta ja suuren tapahtuman tuntu tekivät kokemuksesta elämyksellisen. Merkittävimpänä tunteena hän koki riemua siitä, että jaksoi juosta reitin hienosti haastaen itsensä. Tarinan ja haastattelun perusteella juoksussa koetut tunteet olivat hyvin vahvat, jotka ovat edellytyksenä elämyksen syntymiselle. Tutkittavan oman mielipiteen tukiessa asiaa voidaan todeta hänen kokeneen Valon Kymppin elämyksellisenä kokemuksena.

Henkilö C

Valon Kymppi oli kokemuksena mukava ja erilainen, mutta ei täyttänyt elämyksellisyiden kriteerejä. Henkilö ei tuntenut juoksun aikana suuria tunteita ja lopulta päättämätön tarkoitus juoksussa olikin haastaa itsensä ja päästä maaliin saakka. Juoksun kokemukseen tavanomaiseksi vaikuttivat juoksijan väsynyt olotila, tuttu ja välillä tylsäksikin käynyt reitti sekä vau-efektien puuttuminen. Henkilö C kuvaili Valon Kymppiä elämyksellisemmäksi kuin normaali juoksukisa, mutta ei sen enempää. Kilpailuhenkisenä ihmisenä aikoo todennäköisesti osallistua tapahtumaan seuraavanakin vuonna, sillä 10 kilometriä on sopiva matka ja juoksupahtuman kisatunnelma oli hyvä.

Henkilö D

Tapahtuma oli mukava kokemus ystäväporukan kanssa, mutta koetut tunteet olivat kevyitä ja arkisia. Urheillessa tuli hyvä olo, ja mahdollisesti pidemmän matkan juokseminen olisi ollut mielekkäämpi haaste ylittämään itsensä. Henkilö D koki jääneensä pääkohderyhmän ulkopuolelle, minkä vuoksi esimerkiksi alkulämmittelyt ja palkintokassit eivät tuoneet lisäarvoa kokemukseen. Hän ei kokenut erityistä yhteenkuuluvuutta tai suuria tunteita, joten elämys jäi tällä kertaa saavuttamatta. Tutkittava vertasi kokemusta jouluseen joulupukkipäiväilyyn, jonka useimmat pysähdykset ja vuorovaikutustilanteet tekivät tapahtumasta mielekkään ja elämyksellisen. Yksilöllisempi lähtökohta olisi siis voinut tuoda lisäarvoa tutkimushenkilölle.

7.5 Henkinen taso

Jos asiakas kokee voimakkaita positiivisia tunnereaktioita emotionaalisella tasolla, voivat ne johtaa pysyviin muutoksiin henkisellä tasolla. Tässä yhteydessä muutos voi olla esimerkiksi uuden harrastuksen löytäminen, itsestään löydetyt uudet voimavarat tai elämäntapojen muutos juoksukilpailun seurauksena. Muutoksen yhteydessä hän kokee kehittyneensä ihmisenä ja saaneensa uusia perspektiivejä osaksi persoonaansa. Muutosta voi olla vaikeaa saavuttaa, mikäli asiakas ei ole kokenut erittäin voimakkaita tunteita kokemuksen aikana.

Henkilö A

Henkilö A ei kokenut muuttuneensa millään tavalla ihmisenä kokemuksen vaikutuksesta. Juoksu ei muuttanut elämäntapoja tai arjen tottumuksia eikä opettanut hänelle itsestään mitään uutta. Täten voidaan todeta, että henkinen taso jäi saavuttamatta.

Henkilö B

Henkilö B ei omasta mielestään kokenut suuria muutoksia henkisellä tasolla. Elämäntavat ovat pysyneet samanlaisina, mutta hän alkoi miettiä, jaksaisiko ensi kerralla juosta 10 kilometrin sijasta jo 15. Ennen Valon Kymppiä kyseinen matka tuntui olevan maksimipituus, mutta nyt hän uskaltaisikin kokeilla jo pidempää matkaa. Henkilö B:n voidaan nähdä oppineen itsestään uutta löydettyään piilossa olleita voimavaroja, jolloin henkisen tason saavuttamisen vaatimukset täyttyivät.

Henkilö C

Henkinen taso ei täyttynyt henkilöllä C, sillä merkitykselliset tunteet jäivät puuttumaan. Hän tiesi jaksavansa juosta matkan ja kävi haastamassa itsensä ”hieman normaalista poikkeavalla juoksulla”. Muutosta henkisellä tasolla ei tapahtunut.

Henkilö D

Valon Kymppi ei tehnyt muutosta elämäntapoihin tai mielentilaan. Juoksua tärkeämmäksi Henkilö D koki sosiaalistumisen ystäviensä kanssa ja tunnelman nostatukseen illanviettoa varten. Kokemus jäi neutraaliksi, eikä tyytyväisyyttä suurempia tunteita tai muutosta ilmennyt.

7.6 Johtopäätökset

Tutkimustuloksista voidaan nähdä, että tapahtuma sisälsi monia elämyksen elementtejä. Valon Kymppi 2015 loi edellytykset elämyksen syntymiseen, ja tapahtuman ominaispiirteitä vahvistamalla sillä voisi olla edellistä suurempi mahdollisuus tuottaa elämyksiä ihmisille. Tutkittavat olivat tyytyväisiä tapahtumaan ja kokivat puitteet elämykselliseksi, mutta varsinainen elämys jäi useimmilta kokematta. Markkinoinnin perusteella heillä oli käsitys ammattimaisesti järjestetystä juoksukilpailusta, jossa on keskitytty tunnelmaan valon teeman mukaisesti. Järjestelyt todettiin hyvin toimiviksi erityisesti tapahtumapaikan siirryttyä tälle vuodelle Paviljonkiin, mutta valaistuksen

ei koettu täyttävän ennakko-odotuksia. Juoksureitin valoratkaisut koettiin tavanomaiseksi Rantaraitin valaistukseksi, joka kauneudestaan huolimatta on jo paikallisille niin tuttu, ettei se herätä suuria elämyksen tunteita.

Neljästä tutkimushenkilöstä yksi (Henkilö B) mielsi tapahtuman elämykselliseksi ja koki sen myötä merkityksellisiä tunteita, joiden avulla näki itsensä uudessa valossa. Kaksi muuta (A ja C) kokivat tapahtumassa useita eri elementtejä, jotka tekivät siitä elämyksellisemmän kuin muista vastaavanlaisista tapahtumista. He eivät kuitenkaan kokeneet varsinaista elämystä valoefektien ja muiden aistiärsykkeiden jäädessä liian vähäisiksi. Neljännen tutkittavan (Henkilö D) mielestä Valon Kymppi ei eronnut tavallisesta iltalenkistä tuottamallaan lisäarvolla. Valaistus oli normaali Rantaraitin valaistus, ja musiikki toi mukavan lisän juoksemiseen muttei kokonaisuudessaan yltänyt elämykselliselle tasolle.

Tutkittavien tarinat ja haastattelut tukivat suurimmaksi osaksi omaa havainnointia. Tutkimushenkilöiden mukaan valoratkaisut olisivat voineet olla vahvempia ja sijoitettuna tiheämmin, mutta mainitsematta jäivät useat esimerkiksi puiden juurilla olleet lamput ja valaistut kohteet, jotka näkyvät videomateriaalissa. Koko matkalla kuvata videosta näkyvät myös hetkittäin täysin pimeät kohdat, joissa olisi ollut mielekästä valaista reittiä hieman paremmin. Toisaalta pimeys toimii tehokeinona korostaakseen entistä paremmin valaistuja kohtia.

Hirsjärvi ja muut (2013) toteavat, että päätavoite laadullisessa tutkimuksessa on ymmärtää tutkimuskohdetta; yleistettäviä vastauksia ei pyritä löytämään, sillä kaikki tapaukset ovat ainutlaatuisia. Ajatuksena onkin se, että yksityisessä toistuu yleinen; tutkittaessa yksittäistä tapausta tarkemmin löydetään lopulta se, mikä ilmiössä toistuu ja mikä siinä on merkittävää. (Mts. 181.) Henkilöiden kirjoittamat tarinat ja heille toteutetut haastattelut kertovat neljän ihmisen kokemuksen hyvin tarkasti, ja niissä tapahtuneen asioiden toistuvuuden vuoksi voidaan todeta vastausten olevan hyödyllistä tietoa Valon Kymppin toteutuksesta. Mikäli tapahtuman elämyksellisyyttä halutaan kehittää tulevaisuudessa, voidaan tutkimuksessa saaduista vastauksista eritellä hyvinkin oleellisia tietoja siitä, mitä asiakkaat Valon Kymppiltä odottavat.

Elämyksen elementtien ilmeneminen

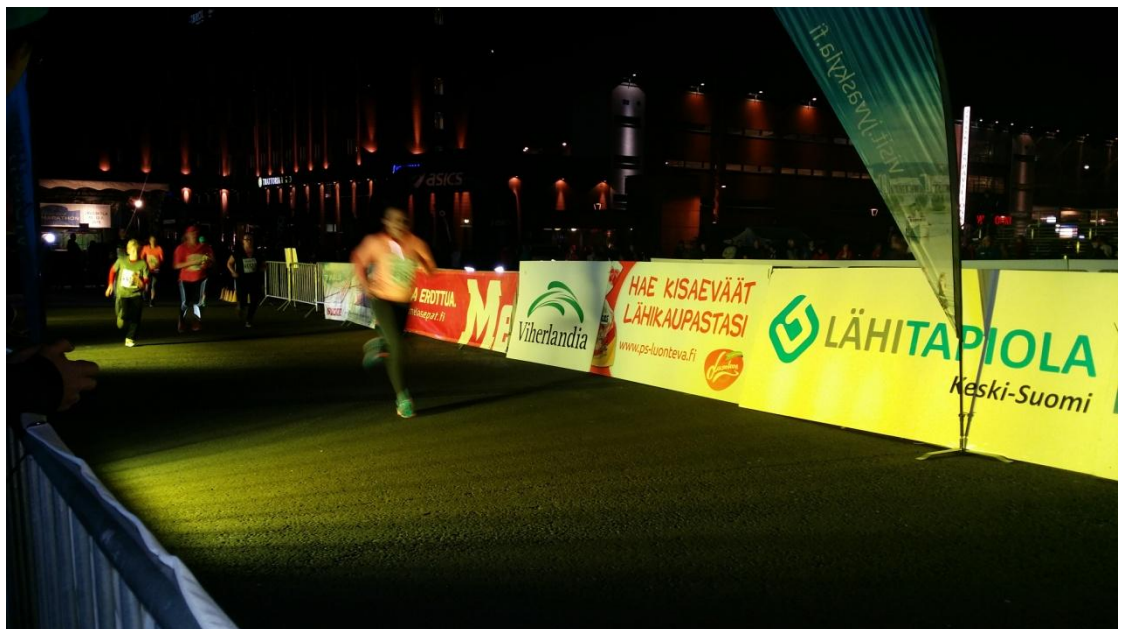
Yksilöllisyys tuli esille etenkin mahdollisuudessa valita oma haastavuustaso. Finlandia Marathon mahdollistaa usealla eri juoksuvaihtoehdolla oman tasoisen matkan löytämisen ja siten kaikkien ikäluokkien osallistumisen. Valon Kymppiin osallistuneet tutkimushenkilöt kokivat arkiliikkujina tai entisinä urheilijoina kymmenen kilometrin juoksun olevan sopivan mittainen matka lihasten herättelyyn ja itsensä haastamiseen. Tapahtuma oli tutkittaville ensimmäinen laatuaan, mutta sen taso ei lopulta yltänyt niin korkealle, etteivätkö he mielestään voisi kokea sen myöhemmin uudelleen. Ainutlaatuisuutta voitaisiinkin parantaa esimerkiksi henkilökohtaisella kuva- tai videomateriaalilla, jota tarjottaisiin juoksijoille lisäpalveluna. Tutkimuksen havainnoinnissa käytetty GoPro-videokamera tuotti mielenkiintoista videomateriaalia matkalta, joten sen ympärille voisi kehittää vuokrauspalvelun muistoja haluaville osallistujille.

Yksilöllisyys vaikutti myös tutkimushenkilöiden henkilökohtaisissa mieltymyksissä muun muassa alkulämmittelyn ja musiikkimaun suhteen. Yhteinen positiivisessa hengessä tehty alkulämmittely oli toisten mielestä loistava tapa aloittaa juoksu, kun taas yksi kuvaili sitä ”korniksi hetkutukseksi”. Matkalla soitettu musiikki jakoi jonkin verran mielipiteitä, mutta pääosin se koettiin useimmille sopivaksi taustarummukseksi.

Tapahtumassa vallinnut aito juoksukilpailun tunnelma oli tutkittavien mieleen. Erityisesti kannustavat ihmiset ja kansajuoksijoiden iloinen tunnelma mainittiin useasti lisäarvoa tuoneena asiana. Tapahtuma koettiin ammattimaisesti järjestettynä ja uskottavana, mutta juoksun ohelle rakennetut valoeffektit saivat kritiikkiä aitoudestaan. Tutkimushenkilöt pitivät valaistusta pääosin normaalina Rantaraitin valaistuksena, joka on kaunis ja luonnollinen, mutta huomion veivät muutamat epäaidot ratkaisut kuten silmiin osoittaneet kohdevalot. Kaiken kaikkiaan järvimaisema ja metsäympäristö koettiin kauniina ja miellyttävänä ympäristönä, mutta odotukset valojen suhteen olivat korkeammalla; etenkin valojen määrän lisääminen olisi koettu helpoimmaksi keinoksi toteuttaa teemaa. Musiikkia livenä soittaneet nuoret ja heidän iloi-

suutensa saivat paljon hyvää palautetta, ja musiikkipisteitä toivottiin lisättävän entisestään tulevissa tapahtumissa.

Moniaistisuus oli hyvin läsnä Valon Kymmissä. Lähtö- ja maalialueen tuliliekit, kohdevalot ja muu valaistus reitillä toimivat ärsykkeinä näköaistille, kun taas useat eri musiikkiratkaisut pitivät huolen kuuloaistin huomioimisesta. Alkulämmittelyn reipas musiikki, ennen lähtöä soitettu Finlandia-hymni ja matkalla kisatunnelmaa luoneet musiikkipisteet viihdyttivät niin juoksijoita kuin katsojia. Yksi tutkittavista muisti kuulleensa myös perinteisen Harjun iltasoiton, joka sekin kuuluu luonnollisena osana Jyväskylän iltaan. Tapahtumassa koetut hajut olivat miellyttäviä, muun muassa luonto, satama ja lopussa herkkukassista noussut tuotteiden tuoksu mainittiin useassa haastattelussa. Negatiivista huomiota saivat savukoneen pistävä haju ja tapahtumasta riippumaton reitillä ollut haiseva viemäri. Juoksun alussa muodostunut ruuhka koettiin epämiellyttäväksi ja turhaan hidastavaksi, mutta ihmisten päästessä vauhtiin oli juoksutunnelma parhaimmillaan. Muun muassa Alban silta huojui juoksijoiden voimasta tarjoten uudenlaisia tuntokokemuksia juoksulenkille.



Kuva 5. Maalisuoralla panostettiin tunnelmalliseen valaistukseen. (Kuva: Essi Varonen 2015)

Rantanen (2015) ennakoi valoon keskittyvässä teoksessaan seuraavan sadan vuoden aikana teknologian kehittyvän huomattavasti valaistuksen osalta. Vuosisadassa kehitys on voinut johtaa valaisimien katoamiseen lähes kokonaan, jolloin valoa luovat erilaiset pinnat, kuten kasvien lehdet. Fotoniikan ja biologian tekniikan kehittyessä kasvit voivatkin yleistyä esimerkiksi juuri tapahtumakäyttöön, sillä Glowing Plant -yritys on jo keksinyt vihreää valoa loistavan kasvin. Lisäksi muun muassa kolmiulotteiset hologrammit ovat yleistymässä ja voivat vuosien päästä olla arkipäivää. Finlandia Marathonin jatkaessa taivaltaan voidaan mahdollisesti sielläkin nähdä tulevaisuudessa yhä luovempia valoratkaisuja. (Rantanen 2015, 180-181.)

Markkinointia ei koettu moniaistiseksi, sillä useimmat eivät olleet nähneet Finlandia Marathonia markkinoitavan missään. Monipuolisempaa näkyvyyttä toivottiin erityisesti sosiaalisessa mediassa Twitteriin ja Instagramiin sekä perinteisempiin paikkoihin kuten katukuvaan ja paikallislehteen. Valon Kymppiä mainostettiin ennakkoon muun muassa paikallislehdessä ja -radiossa, mutta ne eivät tavoittaneet tutkittavia. Näkyvämpi markkinointi sekä erään tutkittavan ehdottama kuvakilpailu sosiaalisessa mediassa nostattaisi odotusta entisestään ja parantaisi kokemusta jo ennen varsinaista tapahtumaa. Tarinan luominen alkaa jo ennen tapahtumaa, joten tunnelman nostattaminen auttaisi tekemään kokemuksesta aukottoman kokonaisuuden. Valon teemaa pyrittiin pitämään yllä koko reitin ajan, mutta lisäämällä tarinaan alku- ja loppueffektien lisäksi vielä muutaman kulminoitumispisteen, kuten valoon perustuvan esityksen tai tulishow'n, tekisi se Valon Kymmistä kokonaisvaltaisen valon tapahtuman.

Kontrasti normaaliin perjantai-iltaan oli osallistujille suuri. Hyvin järjestetty 600 osallistujan tapahtuma toi toivottua vaihtelua arki-iltaan, joka normaalisti vietettäisiin kotona lasten kanssa tai television ääressä. Värikyyteen ja valaistukseen toivottiin kiinnitettävän enemmän huomiota kontrastin luomiseksi, sillä nyt lenkki ei poikennut tarpeeksi tavallisesta juoksulenkestä lähtöä ja maalia lukuun ottamatta. Finlandia Marathon voisi sisällyttää juoksupakettiin osallistujille jaettavia valotikkuja tai heijastimia sekä vahvistaa valon teemaa lyhdyillä ja kynttilöillä; siten valoista saataisiin luotua koko järven kiertävä valoketju, joka varmasti poikkeaisi muista tapahtumista.

Osallistujat olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä Finlandia Marathonin työntekijöiden kanssa käytyyn vuorovaikutukseen. Informaatio kulki ennakkoon hyvin ja paikan päällä palvelu oli toimivaa ja ystävällistä. Yhden osallistujan kohdalla työporukan ilmoittautuminen ei ollut tullut läpi järjestelmään, mikä vaati hieman paperitöitä paikan päällä. Se ei kuitenkaan haitannut juoksijoita, jotka olivat tyytyväisiä palvelun sujuvuuteen. Eräs tutkittavista koki tapahtuman kasvottomaksi, sillä ennakkoinformaation lisäksi vuorovaikutusta tapahtuman järjestäjien kanssa ei juuri ollut. Opasteet olivat erittäin hyvät ja palvelu toimi, mutta kontaktia työntekijöihin olisi voinut olla enemmän. Sen sijaan vuorovaikutus muiden juoksijoiden kanssa koettiin arvokkaaksi osaksi kokemusta. Tunnelman luominen perustui valojakin enemmän katsojien kannustukseen ja juoksupahtuman tuntuun, jota lisäsivät samanhenkiset juoksijat nauttimassa pimenevästä illasta. Kannustajien koettiin kuitenkin vähentyneen myöhemmin illasta, joten heitä voitaisiin saada jaettua pitkin iltaa reitille esimerkiksi tapahtuman oheen järjestettyjen esityksien avulla.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten elämyksen elementit ilmenivät Valon Kymppi 2015 -tapahtumassa ja koettiinko se elämyksellisenä. Tutkimus onnistui kaiken kaikkiaan hyvin, ja tutkimusmenetelmät tukivat ongelman ratkaisua. Tapahtuma toteutettiin 11. syyskuuta, minkä jälkeen järjestettiin haastattelut ja analysoitiin tutkimustulokset. Alkuperäistä suunnitelmaa muutettiin ja tarkennettiin hieman ennen tutkimuksen toteuttamista enemmän laadullista tutkimustapaa vastaavaksi, minkä totesin lopulta sopineen elämyksellisyyden tutkimiseen erittäin hyvin.

Syyskiireiden vuoksi haastatteluajoja oli hieman vaikea saada sovittua haastateltujen kanssa, joten osa tehtiin kasvotusten ja osa puhelimitse. Molemmat haastattelutavat toimivat muuten hyvin, mutta jouduin tekemään osan haastatteluista matkustaessani, jolloin teknisten ongelmien vuoksi haastattelujen äänitys ei onnistunut. En siis voinut litteroida niitä, jolloin sanatarkkoja vastauksia ei ollut saatavilla jälkikäteen. Sain tutkittavilta kuitenkin kertomusten ja haastattelujen muodossa kahdenlaista materiaalia, jotka tukivat toisiaan ja sisälsivät osittain myös samaa informaatiota, joten en koe tärkeän tiedon menneen ohitse litteroinnin puutteen vuoksi. Haas-

tattelukysymykset tehtiin täydentämään tarinoista puuttuvia tietoja ja syventämään vastauksia, joten haastatteluissa saatiin kirjoitettua täydentävä tieto reaaliaikaisesti tietokoneelle tutkittavan vastatessa. Muuten tutkimuksen ja tapahtuman dokumentointi onnistui hyvin; erityisesti Go-Pro-kameran käyttäminen oli hyvä idea ja antoi arvokasta lisätietoa havainnoinnissa.

Tutkimuksessa oli haastavaa kehittää teemahaastattelun kysymykset Elämyskolmion pohjalta. Kysymyksissä tuli ottaa huomioon kaikki elementit ja löytää tapa, jolla niitä voidaan kysyä ohjaamatta tutkittavaa liikaa. Olin lopulta tyytyväinen haastatteluun ja siitä saatuihin tietoihin, sillä kysymykset olivat monipuolisia ja saadut vastaukset tuivat tarinoista tehtyjä tulkintoja. Tutkimusmenetelmä oli alkuperäisen suunnitelman mukaisesti lähempänä määrällistä kuin laadullista tutkimustapaa, mikä korjattiin hyvissä ajoin ennen tutkimuksen suorittamista. Päätös oli erittäin onnistunut, sillä toteutunut laadullinen tutkimus osoittautui oikeaksi tavaksi tutkia elämyksellisyyttä. Alussa myös vastausten pieni määrä huoletti, sillä tuntemattomia ihmisiä oli vaikeaa houkutella tutkimukseen, joka vaatii heiltä esseen kirjoittamisen ja haastattelun. Materiaalia tuli kuitenkin runsaasti ja vastausten sisältö alkoi täyttää kylläntymisen määritelmän, joten laadullisessa tutkimuksessa neljä todettiin riittäväksi määräksi.

Tulosten hyödyntäminen

Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää tulevaisuudessa Valon Kymppin kehittämisessä. Tapahtumaa markkinoidaan tunnelmallisena syysillan juoksuna ja se yhdistetään Jyväskylän Valon Kaupunki -teemaan, jolloin valon teeman olisi syytä olla toimiva. Sen vahvistamisessa voitaisiin käyttää haastateltujen vastauksia, joita tarkastelemalla nähdään useamman tutkittavan huomioineen samoja asioita. Tuloksista voidaan poimia niin positiivisia ja toimivia asioita kuin suoria kehitysehdotuksia, joita tuli lopulta useampia. Varsinaisten tulosten ja johtopäätösten lisäksi visuaalinen havainnointimateriaali olisi hyvä lisä markkinointiin; esimerkiksi GoPro:n videomateriaalia voitaisiin käyttää Valon Kymppin mainosmateriaalina houkuttelemaan lisää osallistujia seuraavalle vuodelle.

8.1 Luotettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa on huomioitava tutkittavien asioiden tapauskohtaisuus, minkä vuoksi ne eivät ole koskaan täysin yleistettävissä. Tutkimustilanne on aina jossain määrin subjektiivinen paitsi haastateltavasta, myös haastattelijan valitsemista metodeista ja jopa persoonasta riippuen. Eskolan ja Suorannan (1998) mukaan tutkija onkin tutkimuksen keskeinen tutkimusväline. Laadullisessa tutkimuksessa tärkein luotettavuuden kriteeri on itse tutkija, jolloin luotettavuuden arviointiin tulisi sisältää koko tutkimusprosessi ja sen yksityiskohtainen raportoiminen. (Eskola & Suoranta 1998, 211.)

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (2013, 231) mukaan huolimatta yrittämisestä välttää virheitä, tutkimusten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Luotettavuuden arviointiin on useita eri mittaustapoja, joista etenkin kvantitatiivisissa tutkimuksissa useimmiten käytetyt ovat reliaabelius ja validius. Reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta, eli tutkimuksen kykyä antaa samanlaisia tuloksia eri mittauskerroilla, kun taas validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä asiaa, jota sen on tarkoitus mitata. Kananen (2010, 68) kuitenkin toteaa, etteivät luotettavuusmittarit sovellu tutkimuksiin, jossa kohteena on ihminen tai ihmisryhmät. Ihminen ei aina toimi rationaalisesti tai muuten samalla tavalla, jolloin sattuma vaikuttaa ilmiöön ja siten tutkimustulos ei välttämättä ole toistettavissa. Tulosten toistettavuutta onkin hankala taata laadullisissa tutkimuksissa, joissa tulokset perustuvat pienen otannan henkilökohtaisiin kokemuksiin.

Valon Kymppin osallistujia haastateltaessa huomattiin, että vastaukset alkoivat osittain toistaa itseään. Tutkittavat olivat samaa mieltä muun muassa valaistuksen riittämättömyydestä ja toisaalta myös kannustajien positiivisesta vaikutuksesta. Vastauksen voidaan siis todeta saavuttaneen jonkin asteisen saturaation eli kylläntymisen laadullisen tutkimuksen sallimissa puitteissa. Hirsjärven ja muiden (2013, 182) mukaan aineisto on riittävä samojen asioiden alkaessa kertautua haastatteluissa, eli saavutettuaan saturaation. Teorian käyttö laadullisessa tutkimuksessa on ristiriitaista, sillä kyseisen tutkimustavan ajatuksena on juurikin tapausten ainutlaatuisuus. Saturaatio-ajattelua käytetään kuitenkin laajalti, sillä voidaan ajatella olevan tietty määrä

aineistoa, jossa teoreettisesti merkittävä aineisto käy ilmi. Valon Kymmissä lopulta merkittäväksi koetut tulokset olivat kaikissa haastatteluissa ja tarinoissa mainittuja huomioita tapahtumasta. Siitä huolimatta jokainen haastateltava tuo myös uutta näkökulmaa aiheeseen, joten vastaukset eivät koskaan saavuta täydellistä kylläntymistä.

Tutkimuksen validius pyrittiin varmistamaan oikean tutkimusmenetelmän valinnalla. Havainnointi- ja haastattelumenetelmät sopivat hyvin laadulliseen tutkimukseen ja tuottivat oleellista tietoa elämyksellisyydestä. Yksi validiutta tarkentava keino onkin metodologinen triangulaatio, eli useiden tutkimusmenetelmien käyttäminen. Työn tutkimustulokset saatiin käyttämällä useita menetelmiä, joista saadut tulokset tukivat toisiaan lähes poikkeuksetta. (Hirsjärvi ym. 2013, 233.)

Kanasen (2008, 128) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuuskriteereistä ei olla kovin yksimielisiä, mutta käyttämällä mahdollisimman monia ohjeita luotettavuuteen pyrittäessä ja tiedostamalla sen haastavuus päästään jo pitkälle. Suositeltavia ohjeita noudatettavaksi ovat muun muassa saturaation saavuttaminen ja tutkimusmenetelmien ja -vaiheiden kokonaisvaltainen perustelu. Myös Hirsjärvi ja muut (2013, 232) näkevät sanatarkan selostuksen tutkimuksen toteuttamisesta kohentavan laadullisen tutkimuksen luotettavuutta. Aineistonkeruun olosuhteet ja mahdolliset virheet on tuotava ilmi, jotta lukija saa kaiken tarvittavan taustatiedon. Aiemmin mainittu litteroinnin puuttuminen vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen eikä mahdollista esimerkiksi vastausten jälkitarkistusta, mikä on otettava huomioon tuloksissa. Tutkittavilta saatua autenttista materiaalia löytyy kuitenkin reilusti heidän kirjoittamiensa tarinoiden muodossa, joten muun muassa käytetyt sitaatit ovat täysin heidän omia sanojaan.

Teorian lisäksi luotettavuutta voidaan tarkastella käytännönläheisemmällä tasolla. Juoksijan oma fyysinen olotila tai huono päivä saattoi vaikuttaa tapahtuman kokemiin negatiivisempaan kuin se olikaan. Muutama tutkittava mainitsi kokeneensa kovia kipuja suorituksen aikana tai olleensa rankan työviikon päätteeksi hyvin väsynyt, mikä on voinut laskea innokkuutta osallistua tapahtumaan. Vastavuoroisesti urheilu-

suorituksen jälkeinen hyvä olo ja itsensä ylittämisen tunne on kaikessa positiivisuudessaan voinut saada osallistujan unohtamaan tapahtuman kehitettäviä osa-alueita. Luonnollisestikin se tarkoittaisi tapahtuman olleen onnistunut saadessaan osallistujan unohtamaan sen huonot puolet tai oman fyysisen rasituksen. Suorituksen jälkeisen olotilan vaikutusta kompensoi viikkoja myöhemmin tehdyt haastattelut, jossa tutkittava on ehtinyt pohtia kokemaansa. Ottamalla huomioon kaikilla menetelmillä saavutetut tulokset on pyritty luomaan mahdollisimman todenmukaiset arviot kokemuksesta.

8.2 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Valon Kymppi järjestettiin vuonna 2015 ensimmäistä kertaa uusitulla imagolla, joten hetki oli optimaalinen tapahtuman tutkimiseen. Ensimmäisen tutkimuksen luomat mahdollisuudet tulevaisuudelle ovat laajat muun muassa tulosten käyttämiselle tapahtuman jatkokehittämisessä. Elementtejä voitaisiin tehostaa tutkimuksessa ilmenneiden kehitysehdotusten ja huomioiden perusteella ja tutkia sen vaikutusta esimerkiksi asiakastyytyvyyteen tai elämyksellisyyden kokemiseen.

Tuloksissa kävi ilmi, että markkinointi koettiin yksipuoleiseksi ja vaisuksi; vastaajien näkemä ennakkomarkkinointi tapahtui lähinnä Facebookissa tapahtumaan liittyvillä sivuilla tai suoraan sähköpostiin tulleessa viestissä. Uuden markkinointisuunnitelman kehittäminen ja innovatiivisten markkinointikeinojen löytäminen olisi niin ikään hyödyllinen ja ajankohtainen aihe jatkotutkimukselle.

Elämysteemaa jatkettaessa keskittyminen Elämyskolmion viimeiseen eli henkiseen tasoon antaisi mahdollisuuden syventyä aiheeseen entistä enemmän. Opinnäytetyössä henkinen taso jäi vähemmälle painoarvolle sen vaatiman ajankäytön ja paneutumisen vuoksi, joten siihen keskittyvä pitkäaikaisempi tutkimus antaisi tietoa juoksupahtuman mahdollisuuksista vaikuttaa yksilöön. Aihetta voidaan muokata sopivaksi myös Finlandia Marathonin pidempiin juoksumatkoihin, jolloin kokemusta seuraavat henkiset tai fyysiset muutokset voivat olla paremmin nähtävissä.

Lähteet

Bartoluci, M. 2004. Management in Sport and Tourism. Zagreb: Graduate School of Economics & Business.

Borg, P., Kivi, E. ja Partti M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOYpro.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

FCG Finnish Consulting Group. 2010. Elämystalousselvitys. Lapin Elämystuotanto Oy. Viitattu 2.9.2015.

[http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/1852A203084B1546C2257721001C735E/\\$FILE/el-84mystalousselvitys.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/1852A203084B1546C2257721001C735E/$FILE/el-84mystalousselvitys.pdf)

Finlandia Marathon 2015. Finlandia Marathonin Internet-sivut. Viitattu 7.10.2015.

<http://www.finlandiamarathon.fi/>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 15-17. uud. p. Helsinki: Tammi.

Holttinen, E. 2014. Finlandia Marathon 2012: Asiakastyytyväisyys ja halu suositella tapahtumaa. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala, liiketalouden koulutusohjelma. Viitattu 15.9.2015.

<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201402082139>

Jyväskylän Kenttäurheilijat. N.d. Seuran toiminta-ajatus. Jyväskylän Kenttäurheilijat ry:n Internet-sivut. Viitattu 7.10.2015. <http://www.jku.fi/seurainfo/>

Kananen, J. 2008. Kvali: Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen opas. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Karppinen S. & Lomama T. 2007. Seikkaillen elämyksiä. Tampere: Lapin Yliopistokustannus.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

KesLin esittely n.d. Keski-Suomen Liikunta ry 2015. Viitattu 7.10.2015.

http://www.kesli.fi/kesli2/keslin_esittely/

- Kivinen, A. 2015. Valon Kymppi sai väen liikkeelle Jyväskylässä – satoja juoksijoita Lutakon illassa. Keski-suomalainen 11.9.2015. Viitattu 18.9.2015
<http://www.ksml.fi/uutiset/keski-suomi/valon-kymppi-sai-vaen-liikkeelle-jyvaskylassa-satoja-juoksijoita-lutakon-illassa/2125770>
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.
- Kuparinen, A. & Hytönen, M. 2010. Finlandia Marathon Suomen kartalle: tapahtuma ulkopaikkakuntalaisen silmin. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Matkailu-, ravitsemis- ja talousala, matkailun koulutusohjelma. Viitattu 15.9.2015.
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201003235869>
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2002. Lapin elämysteollisuuden strategia 2002-2006. Lapin Liiton Internet-sivut. Viitattu 31.10.2015.
http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=53864&name=DLFE-3200.pdf
- Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2010. Palvelusta elämykseksi. Lapin korkeakoulukonserni. Viitattu 22.9.2015.
<http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja-/Tuotteistamiseen/Palvelusta-elamykseksi>
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H. 2011. The Experience Economy. Boston: Harvard Business School Press.
- Rantanen, K. 2015. Valo ja sen hyödyntäminen ennen ja nyt. Helsinki: Art House.
- Shank, M. D. 2009. Sports Marketing - a Strategic perspective. 4. p. New Jersey: Pearson Education.
- Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management: A Practical Handbook. 3. p. Hampshire: Cengage Learning EMEA.
- Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. 6. p. Rovaniemi: Oy Sevenprint Ltd. Viitattu 22.9.2015.
[http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf)
- Valoranta, P. 2015a. Opinnäytetyökeskustelu 21.5.2015. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.
- Valoranta, P. 2015b. Sähköpostikeskustelu 1.10.2015. Jyväskylä.
- Vatanen, J. 2015. Valon Kymppi juostaan perjantai-iltana. Finlandia Marathon Internet-sivut. Viitattu 18.8.2015 <http://www.finlandiamarathon.fi/blogi/valon-kymppi-juostaan-perjantai-iltana/>
- Ympäristöystävällinen ulkovalaistus -hanke 2015. Jyväskylän kaupunki. Viitattu 19.8.2015 <http://valonkaupunki.jyvaskyla.fi/projektit/ymparistoystavallinenulkovalo>

Liitteet

Liite 1. Tutkimuskuvailu

Hei!

Teen opinnäytetyöhöni tutkimusta Finlandia Marathonin Valon Kympestä ja etsin hakukkaita juoksijoita osallistumaan tutkimukseeni. Aiheena on Valon Kympein elämyksellisyys, joka vaatii tutkittavilta normaalin kisaan osallistumisen lisäksi pienimuotoisen tarinan kirjoittamisen.

Esseemuodossa tehdyn tarinan olisi hyvä sisältää:

- Vapaamuotoista ja totuudenmukaista kuvausta yleisestä tunnelmasta ja ajatuksia matkalla koetusta musiikista ja valoista
- Kuinka moniaistiseksi koit juoksun? Erittele mitä ääniä, makuja, tuoksuja tai hajuja koit sen lisäksi mitä näit ja havaitsit ympärilläsi
- Voit kirjoittaa tapahtuman järjestelyistä, jos niissä oli jotain erityisen onnistunutta tai epäonnistunutta, ja miten ne vaikuttivat kokemukseesi
- Miksi osallistuit juuri Valon Kymppiin? Mitä odotuksia sinulla oli juoksusta ja täytyivätkö ne? Miksi (ei)?
- Muuten tarina voi kertoa päiväsi kulusta, juoksuun valmistautumisesta, itse juoksusta ja jälkitunnelmista: miltä sinusta tuntui juosta Valon Kymppi?
- Perustiedot itsestäsi, kuten sukupuoli, ikä, ammatti ja kuntoilutausta (oletko arki- liikkuja tai jossain lajissa aktiivisesti kilpaileva)

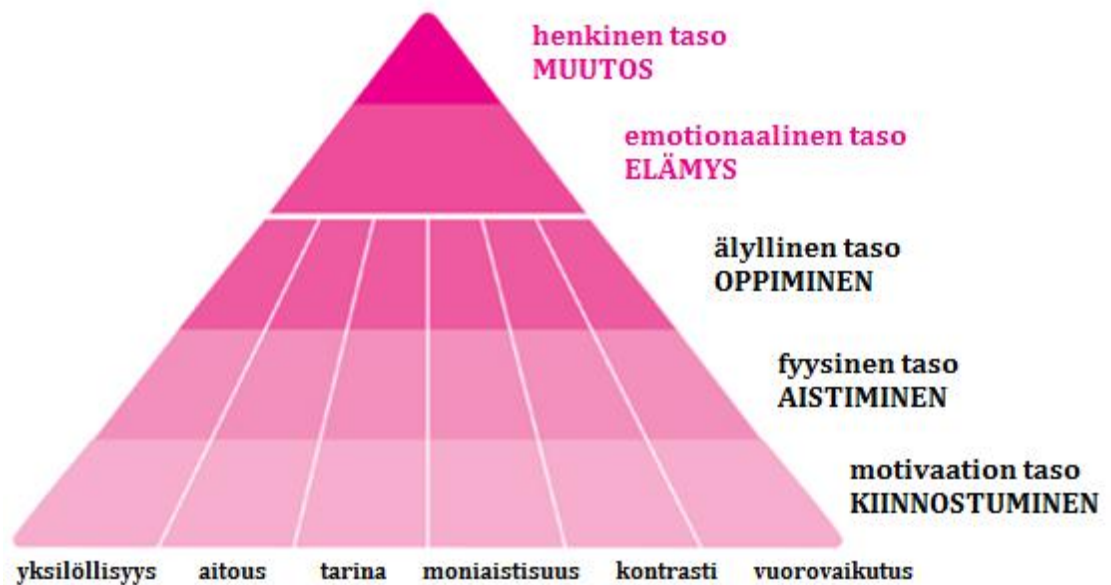
Tehtävällä ei ole ohjepituutta. Se olisi hyvä tehdä samana iltana Valon Kympein jälkeen, jolloin tutkimukselle tärkeät elämykselliset elementit ovat tuoreena mielessä. Valmiin tarinan pyydän lähettämään minulle sähköpostiin.

Tutkimus on osa opinnäytetyötäni Urheilutapahtuman elämyksellisyys. Analysoin elämyksellisiä elementtejä tarinoiden pohjalta ja jatkan näistä haastatteluihin muuttaman osallistujan kanssa. Pyydänkin sinua siis ilmoittamaan tutkimukseen osallistuessasi, mikäli olisit halukas osallistumaan myös haastatteluun 1-2 viikkoa juoksun jälkeen. Tähän osallistuvat saavat lisätietoa myöhemmin.

Jos siis olet halukas osallistumaan tutkimukseen, ilmoita se vastaamalla tähän viestiin. Kerro myös mahdollisesta halukkuudestasi haastatteluun.

Arvostan apuasi suuresti! Voit myös laittaa viestiä mikäli sinulle jäi kysymyksiä.

Liite 2. Haastattelu



VALON KYMPPI

Tiivistelmä elementeistä

Yksilöllisyys tarkoittaa elämyksen ainutlaatuisuutta niin, ettei sitä voida kokea muual-
la. Se on räätälöity sopimaan erilaisiin mieltymyksiin ja tarpeisiin, eikä esiinny asiak-
kaalle vain massatuotettuna kokemuksena, jonka jokainen kokija ns. kävelee läpi ja
tuntee samoja asioita. Osallistujilla on mahdollisuus toteuttaa mieltymyksiään aktivi-
teetin haastavuuden osalta.

Aitous kuvaa tuotteen tai tapahtuman uskottavuutta. Autenttisuus on asiakkaan it-
sensä määriteltävissä, sillä jokainen kokee asiat henkilökohtaisesti, jolloin jokin aito
ja uskottava kokemus voi toiselle olla teennäinen ja tuntua väkisin tehdyttä. Tähän
vaikuttavat osallistujan omat taustatekijät ja aiemmat kokemukset, jolloin varsinaista
universaalia aitoa ja oikeaa ei ole olemassa.

Yhtenäinen *tarina* sitoo kaikki elementit toisiinsa, jolloin kokemuksesta tulee auko-
ton kokonaisuus. Tarina perustelee asiakkaalle sen, mitä tehdään ja missä järjestyk-
sessä, jolloin kokemus saa suuremman sosiaalisen merkityksen ja sisällön.

Moniaistisuus elementtinä merkitsee monipuolista aistiärsykkeiden käyttämistä. Erilaisten ärsykkeiden käyttäminen yhdessä vahvistaa haluttua tunnelmaa ja tukee kokonaisuutta tekemällä kokemuksesta mukaansatempaavan.

Kontrasti tarkoittaa erilaista kokemusta suhteutettuna asiakkaan arkeen. Hän kokee jotain uutta ja eksoottista normaalista poikkeavassa ympäristössä, mikä mahdollistaa itsensä näkemisen toisesta näkökulmasta ja asioiden kokemisen uudella tavalla ilman rajoituksia.

Vuorovaikutus on onnistunutta kommunikaatiota palvelun eri osapuolten välillä. Kokemuksen onnistumisen edellytyksenä on sujuva vuorovaikutus niin osallistujan ja palveluntuottajan välillä kuin juoksijoiden keskuudessa.

1. Motivaation tasolla asiakas kiinnostuu tuotteesta esimerkiksi markkinoinnin perusteella ja luo odotuksia tapahtumaa kohtaan.

Minkä perusteella päätit osallistua tapahtumaan? Mikä Valon Kymppin markkinoinnissa oli sellaista, mikä vaikutti sinuun? Vaikuttiko valon teema juoksuun osallistumiseen? (yksilöllisyys, tarina)

Millaisen kuvan markkinointi antoi sinulle etukäteen tapahtumasta?

Oliko markkinointi monipuolista ja teeman mukaista? (moniaistisuus) Miten monipuolisuus näkyi markkinoinnissa?

Poikkesiko markkinointi tavallisesta tai korostiko se Valon Kymppin erilaisuutta, miten? (kontrasti)

Miten riittäväksi koit saadun informaation ilmoittautumisvaiheessa ja ennen juoksua? (vuorovaikutus)

- 2. Fyysisellä tasolla asiakas kokee ja tiedostaa tuotteen aistiensa avulla. Hän tiedostaa missä on ja mitä tapahtuu, ja tuntee esimerkiksi lämpöä, kylmyyttä, janoa, vessahätää, turvallisuuden tunnetta. Fyysisellä tasolla mitataan tuotteen tekninen laatu.**

Miten riittävästi juoksussa oli mielestäsi erilaisia elementtejä (erilaisille ihmisille)? (Esimerkiksi eri musiikkilajit, lämmittelyvaihtoehdot, mahdollisuus valita erilaisista palkinnoista (herkkukassit), eri haastavuustasoja)

Millä tavalla oma olotila vaikutti kokemukseen? (Esimerkiksi väsymys, kylmyys, vaatevalinta, vessahätä)

Miten aitous tuntui Valon kymppissä? Kuinka luonnollisia ja tunteita herättäviä valaistusratkaisut olivat? (aitous)

Mitä mieltä olit valon teemasta? Oliko teema yhtenäinen? Miten riittävää valaistus oli mielestäsi? (tarina)

Moniaistisuus juoksussa: mitä koit, näit, havaitsit, tunsit, kuulit, haistoit ja maistoit?

Miten tapahtuma poikkesi normaalista perjantai-illastasi? (kontrasti)

Miten kuvailisit informaation ja opastuksen riittävyyttä tapahtumassa? (vuorovaikutus)

- 3. Älyllisellä tasolla tuote tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden oppia jotain uutta tai kehittyä, joko tiedostetusti tai tiedostamatta. Yksilö prosessoi ympäristön aistiärsykeitä ja niiden perusteella ajattelee, soveltaa tietoa ja muodostaa mielipiteitä. Hän päättää onko tyytyväinen tuotteeseen.**

Mietittyäsi tapahtumaa jälkeenpäin, millaisia tunteita olet kokenut? (Esimerkkejä: haastoitko itsesi, opitko uutta itsestäsi tai kaveristasi, huomaisitko että pystyisit juoksemaan pidemmänkin matkan, oliko sinulle tärkeää saada juosta yhdessä valojen ja äänien keskellä nauttien tunnelmasta, vai oliko pointtina itse juokseminen?)

Olitko tyytyväinen tapahtumaan? Miten juoksu vastasi odotuksia? (yksilöllisyys)

Mitä mieltä olit tapahtuman järjestetyistä efekteistä? Millaisia tunteita valaistu ympäristö ja oheistoiminta kuten musiikki sinussa herättivät? (aitous, tarina)

Miten ympäristö ja säätila tukivat haluttua kokonaisuutta? Mitkä aistikokemukset jäivät päällimmäisenä mieleen? (moniaistisuus)

Mitä erilaista ja muistettavaa tapahtumassa oli? (kontrasti)

Miten vuorovaikutus toimi kokonaisuudessaan sinun ja Finlandia Marathonin järjestäjien välillä? Entä sinun ja muiden osallistujien? (vuorovaikutus)

- 4. Emotionaalisella tasolla koetaan varsinainen elämys. Mikäli motivaation, fyysisellä ja älyllisellä tasolla on otettu huomioon kaikki elämyksen peruselementit, asiakas todennäköisesti kokee positiivisen tunnereaktion. Yksilöstä riippuen merkityksellisiä tunteita voivat olla esimerkiksi ilo, riemu, oppiminen, onnellisuus, voiton riemu, onnistumisen tunne ja liikutus – jostain merkityksellistä.**

Kun otetaan huomioon kaikki edellä mainitut elementit, kuvailisitko tapahtumaa elämykselliseksi? Miksi?

Koitko tapahtuman merkittäväksi tai tunsitko merkittäviä tunteita sen aikana tai jälkeen?

- 5. Asiakkaan kokema voimakas positiivinen tunnereaktio voi johtaa pysyviin muutoksiin henkisellä tasolla. Muutos voi näkyä henkilön fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavoissa. Uusi harrastus, ajattelutapa tai itsestään löydetyt uudet voimavarat ovat esimerkkejä yksilön muutoksesta, kun hän itse kokee kehittyneensä ihmisenä tai omaksuneensa uusia asioita osaksi persoonaansa.**

Koetko muuttuneesi ihmisenä Valon Kymppin vaikutuksesta? Tekikö juoksu jonkin pysyvän muutoksen olotilaasi tai elämäntapoihisi?

Aiotko osallistua siihen uudestaan?