

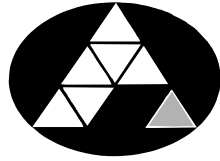
POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU  
Viestinnän koulutusohjelma

Tuukka Pakarinen

KOKEMUKSELLINEN JA MONIMEDIAINEN PRESENTOINTI  
MATKAILUVIESTINNÄSSÄ

Case: Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2011



POHJOIS-KARJALAN  
AMMATTIKORKEAKOULU

**OPINNÄYTETYÖ**  
**Toukokuu 2011**  
**Viestinnän koulutusohjelma**

Länsikatu 15  
80110 JOENSUU  
p. 050 311 6310

**Tekijä**

Tuukka Aleksi Pakarinen

**Nimeke**

Kokemuksellinen ja monimediainen presentointi matkailuviestinnässä  
Case: Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma

**Toimeksiantaja**

Outdoors Finland Pohjois-Karjala hanke

**Tiivistelmä**

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää ja tarkastella suomalaista matkailuviestintää kokemuksellisuuden, monimedian ja presentoinnin kautta. Esimerkkinä käytetään joulukuussa 2010 järjestettyä Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaa, jonka kautta perehdytään kokemuksellisen ja monimediaisen presentaation suunnitteluun, sisältöihin ja tapahtuman rakentamiseen.

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma oli Outdoors Finland Pohjois-Karjala -hankkeen matkailun imagomarkkinointimateriaalituotannossa tehtyjen videoiden julkaisutilaisuus, jonka ympärille rakennettiin neljän teeman (vaellus, melonta, veneily kalastus) mukaisesti kokemuksellinen ja monimediainen retkeilykierros. Tapahtuma järjestettiin 15.–17.12.2010 Joensuussa Pakkahuoneella. Tapahtuman ensimmäinen päivä oli avoinna kutsuvieraille ja kaksi muuta päivää kaikelle yleisölle. Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma antoi kävijöille simuloitua retkeilyelämyksen ja keräsi paljon positiivista palautetta.

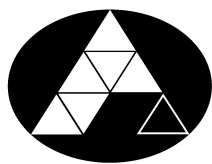
Opinnäytetyön lopputuloksena luotiin malli monimediaisen presentaation suunnittelusta, rakentamisesta sekä käyttömahdollisuuksista matkailuviestinnässä. Luotu malli on mukautettavissa eri tarpeisiin ja kehitettävissä vastaamaan esimerkiksi teknologisen kehityksen tuomia mahdollisuuksia matkailuviestinnässä ja monimediaisessa presentoinnissa.

**Kieli**  
suomi

Sivuja 68  
Liitteet 4  
Liitesivumäärä 8

**Asiasanat**

elämys, matkailuviestintä, monimedia, presentaatio, multimedia



NORTH KARELIA  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**THESIS**  
**May 2011**  
**Degree Programme in Communi-  
cation**

Länsikatu 15  
FIN 80110 JOENSUU  
FINLAND  
Tel. 358-13-260 6996

**Author**

Tuukka Aleksi Pakarinen

**Title**

Experiential Multimedia Presentation in Travel Communications  
Case: Hiking in Pakkahuone event

**Commissioned by**

Outdoors Finland North Karelia project

**Abstract**

The aim of this thesis is to develop and examine Finnish tourism communications and to approach the subject through terms of experience, multi-media and presentation. *Hiking in Pakkahuone* event which was implemented in December 2010 works as an example for the design process of the experiential and multimedial presentation. This study describe the content and construction process of the event.

The main idea of the *Hiking in Pakkahuone* event was to publish the tourism image marketing videos made under the Outdoors Finland North Karelia project. An experiential multi-media hiking tour was built around the event. Four themes (hiking, canoeing, boating, fishing) were used in the experiential multi-media hiking tour. The event was held 15.–17.12.2010 in Joensuu Pakkahuone. The first day of the event was open to the invited guests and two other days for everyone. *Hiking in Pakkahuone* event gave simulated hiking experience for the visitors and received very positive public feedback.

The final result of this thesis was a model of planning and construction of a multimedial presentation as well as its potential uses in future part of travel communications. The model is adaptable to different cases and in the future can easily be developed to benefit from the new technological opportunities in travel communications and multimedial presentations.

**Language**

Finnish

Pages 68

Appendices 4

Pages of Appendices 8

**Keywords**

experience, travel communications, multimedia, presentation, tourism media

# Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto .....	5
2	Opinnäytetyön lähtökohdat .....	8
2.1	Outdoors Finland -ohjelma ja OF Pohjois-Karjala -hanke .....	8
2.2	Kokemuksellisuus .....	9
2.3	Monimedia .....	11
2.4	Presentaatio .....	13
2.5	Matkailuviestintä .....	14
3	Monimediaisen presentoinnin toteuttaminen .....	19
3.1	Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma .....	19
3.2	Tapahtuman alustava suunnittelu .....	22
3.3	Näyttelytilan valitseminen .....	23
3.4	Tapahtuman työryhmän muodostaminen .....	25
3.5	Tapahtuman tarkennettu suunnittelu .....	27
3.6	Aluevastaavien ohjeistaminen .....	29
3.7	Tapahtuman rakentaminen .....	29
3.8	Tapahtuman ylläpito ja purku .....	32
4	Presentoinnin sisällöt .....	33
4.1	Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma .....	33
4.2	Lavastus .....	33
4.3	Video- ja valokuvat .....	41
4.4	Valosuunnittelu .....	45
4.5	Äänisuunnittelu .....	48
4.6	Tuoksut .....	49
5	Yhteenveto .....	50
6	Pohdinta .....	54
	Lähteet .....	59

Liitteet

Liite 1	Joensuun Pakkahuoneen pohjapiirustus
Liite 2	Retkeilyä Pakkahuoneella -kierrosaikataulusuunnitelma
Liite 3	Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman palautteita
Liite 4	Retkeilyä Pakkahuoneella -videokierros (dvd)

# 1 Johdanto

Tavoittelemme elämämme aikana kokemuksia ja elämyksiä. Monista kokemuksista muistoksi jäävät valokuvat, videot ja tarinat. Joitakin kokemuksiamme käsittelemme ystävien ja tovereiden keskuudessa. Toisenlaisista kokemuksista aiomme puhua vielä lapsenlapsillekin ja joistain kokemuksista emme voi puhua ollenkaan. Useimmat tarinat, kokemukset ja elämykset vaikuttavat myös joka-päiväiseen elämäämme. Valitsemme mielellämme lomamatkan kohteeksi paikan, josta aiemmat kokemukset ovat olleet miellyttäviä. Ostamme meitä puhuttelevalla imagolla ja tarinalla muokatun tai muutoin positiiviseksi osoittautuneen tuotteen. Menemme taidenäyttelyyn, elokuviin, huvipuistoon tai festivaaleille haakeksemme mieleen jääviä kokemuksia. Haemme kokemuksia ja elämyksiä viihdyttääksemme itseämme.

Perehdyn opinnäytetyössäni kokemukselliseen monimediaiseen presentointiin matkailuviestinnässä. Kirjallisessa osuudessa keskityn eri viestintävälineiden käyttöön presentoinnissa, presentaation rakentamiseen ja matkailuviestinnän käsitteen avaamiseen viestinnän näkökulmasta. Aluksi käyn lävitse aiheen sisällä olevat käsitteet kokemuksellisuus, monimedia, presentointi ja matkailuviestintä. Tämän jälkeen perehdyn presentaation suunnitteluun ja toteuttamiseen sekä paneudun tapahtuman elementteihin. Esimerkkinä puran suunnittelemani Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman osiin ja kerron rakennusprosessista. Lopuksi pohdin toiminnallisen osuuden lopputulosta sekä arvioin presentoinnin ja kokemuksellisuuden onnistumista yleisöpalautteiden pohjalta. Raportin tueksi on liitteenä dvd:llä tapahtuman rakennusprosessi sekä valmis Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma videokierroksena.

Toiminnallisen osuuden tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa 15. – 17.12.2010 järjestetty OF Pohjois-Karjala -hankkeen matkailun imagomarkkinointimateriaalin presentointi ja julkaisutilaisuus, jossa opinnäytetyöni teemoja kokeiltiin käytännössä. Ajatus tapahtuman ja opinnäytetyön yhdistämisestä lähti OF Pohjois-Karjala -hankkeessa työskentelyni aikana. Toimin hankkeessa imagomarkkinointimateriaalituotannon suunnittelijana ja tuotantokoordinaattorina syksystä

2009 vuoden 2010 loppuun saakka. Lisäksi vastasin tuotannossa otetuista imagomarkkinoinnin valokuvista ja osan kuvista otin itse. Valmistuvalle materiaalille pyrittiin suunnittelemaan lähtökohdiltaan persoonallisempi julkaisutilaisuus, ja näin syntyi Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman idea.

Tarkoituksena oli eri viestinnän elementtejä yhdistelemällä luoda visuaalisesti näyttävä ja kokemuksia herättävä esittelytilaisuus sekä löytää kansainvälisille markkinoille sovellettavia toimintatapoja. Tilaisuudessa julkaistiin OF Pohjois-Karjala -hankkeen matkailun imagomarkkinointimateriaalituotannon videot ja valokuvat. Presentoinnissa yhdistyivät video-, valo-, ääni- sekä lavastuksellinen suunnittelu. Lisätavoitteena kokeiltiin erilaisten luonnontuoksujen käyttämistä presentoinnin tukena. Tapahtuma toteutettiin Joensuun Pakkahuoneella.

Kokonaisuudessaan sisällöltään ja laajuudeltaan tämän kaltaista toiminnallista opinnäytetyötä ei kokemuksellisen monimediaisen presentoinnin ja erityisesti matkailuviestinnän viitekehyksessä ole aiemmin tehty. Matkailun puolelta moniaistista matkailuviestintää on tutkittu erityisesti eteläaasialaisille matkailijoille suunnattuna. Tutkimus on liittynyt Pömpeli-innovaatiohankkeeseen, jossa on rakennettu moniaistinen markkinointialusta Pömpeli Helsinki-Vantaan lentokentän Aasian terminaaliin. Tällä tavoin on pyritty luomaan konsepti, jolla herättää yrittäjien kiinnostusta kyseiseen markkinointialustaan. (Laurikainen & Palonen 2009, 1.) Viestinnän näkökulma ei kuitenkaan nouse tutkimuksessa millään tavoin esille, vaikka itse Pömpeli on toteutettu eri medioita käyttäen.

Pömpelissä käytettävät sisällöt ovat kosketuspinnallinen näyttö, 5.1-äänijärjestelmä, kuusi eri tuoksua sisältävä tuoksukone, vaihtuvilla väreillä varustetut neljä pientä valonheitintä sekä videoiden mukaan voimakkuutta vaihteleva tuuliefekti näytön alapuolella (Laurea-ammattikorkeakoulu 2010). Pömpeli on pienemmässä mittakaavassa toteutettu kokeilu, mutta perusajatukseltaan samanlainen kuin opinnäytetyöni. Kokeilin Pömpeliä 2010 keväällä Helsinki-Vantaan lentokentällä, ja mielestäni sisällöltään se ei tuottanut elämystä, mutta oli kuitenkin mielenkiintoinen kokemus. Erityisesti minua jäivät häiritsemään muutamat keinotekoiset wc-raikastinta muistuttavat hajusteet, kun taas jauhetun kahvin tuoksu jäi hyvin positiivisena mieleen. Videoiden sisältöjä ei ollut mietitty

huolellisesti loppuun asti ja mielestäni selkeä konsepti puuttui, joten lopputulos tuntui sekavalta.

Moniaistisuutta on käsitelty myös matkailun markkinointiviestinnässä Laurea-ammattikorkeakoulun, Valtion teknillisen tutkimuskeskuksen (VTT) ja Teknologian kehittämiskeskuksen (Tekes) yhteistyönä vuonna 2008 aloitetussa Mmm... Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä -hankkeessa. Hankkeen tutkimuskohteena olivat moniaistisuuden uudenlaiset käyttömahdollisuudet markkinointiviestinnässä. (Alakoski, Bäck & Isacsson 2008–2010, 7.) Tämän hankkeen ympärillä ovat myös Jukka Söderström ja Jani Väyrynen (Söderström & Väyrynen 2010, 3-5) tutkineet moniaististen teknologioiden mahdollisuuksia perehtyen tuoksu-, maku- ja kosketusnäyttötekнологiaan. Tutkimuksessaan Söderström ja Väyrynen ovat perehtyneet moniaistisuuteen myös erilaisten case-tapausten kautta ja suorittanut teemahaastatteluja neljälle koehenkilölle. Haastattelujen pohjalta Söderström ja Väyrynen (2010, 43) totesivat, että moniaistisen teknologian käyttökohteita on vielä vaikea ennustaa, mutta käyttökohteita aloittain voisivat olla viihde, markkinointi, opetus, museo, taide, matkailu ja elämysteollisuus. Lisäksi haastatteluissa nousivat esille erityisryhmät, joiden opettamiseen ja elämän helpottamiseen moniaistisuus voisi tarjota tulevaisuudessa uusia keinoja.

Opinnäytetyössäni erikoistuin tutkimaan aluetta matkailun ja elämysteollisuuden viitekehityksessä viestinnän näkökulmasta katsottuna. Suunnittelin ja toteutin myös monimediaisen presentaation OF Pohjois-Karjala -hankkeen toimeksiantona ja hankkeen resursseilla käyttäen pääasiallisesti Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun kalustoa.

## 2 Opinnäytetyön lähtökohdat

### 2.1 Outdoors Finland -ohjelma ja OF Pohjois-Karjala -hanke

Outdoors Finland -kesäaktiviteettien kehittämisohjelma keskittyy pienten ohjelmapalveluyritysten tarjonnan parempaan hyödyntämiseen verkostoitumisen kautta. Ohjelman kehittämistyötä koordinoi Outdoors Finland -hanke. Ohjelma keskittyy teemoihin, joilla on parhaimmat edellytykset kehittyä ja saavuttaa kasvutuloksia kansainvälisillä markkinoilla. Ohjelma on käynnistetty Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) ja Matkailun teemaryhmän toimesta. (Matkailun edistämiskeskus, 2011.)

Outdoors Finland -ohjelman tavoitteita ovat edistää olemassa olevan infrastruktuurin ja palvelutason nousua sekä laatia ohjeistus toteuttajien käyttöön. Tarkoituksena on myös tukea tarvittavien koulutuskokonaisuuksien ja kouluttajaverkostojen käynnistymistä sekä toteuttaa ja välittää tarvittavaa tutkimustietoa kehittämisen tueksi. Outdoors Finland -ohjelma pyrkii tuotteiden ja palveluiden yhdenmukaiseen kontrolloituun laatuun sekä lisäämään aktiviteettien myyntiä osana Suomen matkailupalvelutarjontaa oikein valittujen jakelukanavien kautta. Tavoitteena on myös varmistaa aktiviteettien näkyvyys Suomen maaportaalisissa. (Matkailun edistämiskeskus 2009.)

OF Pohjois-Karjala -hankkeen tehtäviä on tehdä ja tarkentaa kehittämissuunnitelmat eri teemoille: vaellukseen, veneilyyn, melontaan ja kalastukseen. Pyrkimyksenä on auttaa kuntia ja muita toimijoita tarvittavien omien investointisuunnitelmien laadinnassa edellisiin kehittämissuunnitelmiin pohjautuen. Tehtävänä on myös alueellisen imagomarkkinointimateriaalin tuottaminen eri teemoista kansainväliseen markkinointiin ja uusien teknisten ratkaisujen etsiminen sekä soveltaminen sähköiseen markkinointiin ja viestintään. Lisäksi hanke jakaa uutta tietoa alueen toimijoille ja kannustaa teemojen mukaisiin yhteistyö- ja yritysverkostoihin. (Ruusunen 2010.)



OF Pohjois-Karjala -hankkeen matkailun imagomarkkinointituotanto toteutettiin yhteistyössä Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun matkailun ja viestinnän koulutusohjelmien opiskelijoiden kanssa. Lisäksi mukana oli opiskelijoita Pohjois-Karjalan ammattiopistosta, Mikkelin ammattikorkeakoulusta ja Haarlemin Mediateknologian ammattikorkeakoulusta Hollannista. Jouluna 2010 järjestetyn Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman kokemuksellisen ja monimediaisen presentoinnin työryhmä koottiin imagomarkkinointituotannossa mukana olleista opiskelijoista.

## 2.2 Kokemuksellisuus

Kokemuksellisuus terminä mielletään usein synonyymina elämyksellisyydelle. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus (2010) määrittää elämyksen moniaistiseksi, merkittäväksi ja unohtumattomaksi kokemukseksi, joka voi tuottaa koki-jalleen henkilökohtaisen muutkokokemuksen. Näin ollen koettu ja opittu voidaan omaksua osaksi omaa arkipersonaa tai koettu elämys voi johtaa oman maailman kuvan muuttumiseen.

Kokemuksellisuudesta puhuttaessa kokemus voidaan kuitenkin käsittää joko positiivisena tai negatiivisena tunteena. Näin ollen kokemus voi kääntyä positiiviseksi elämykseksi, mutta ei negatiiviseksi, koska tällöin puhuttaisiin negatiivisesta kokemuksesta. Joissain tapauksissa puhutaan myös positiivisesta kokemuksesta, mutta tällöin ei ole kyse elämyksestä. Lapin Elämysteollisuuden Osaamiskeskus (2002) määrittelee strategiassaan, että elämys on moniaistinen, muistijäljen jättävä, myönteinen, kokonaisvaltainen ja yksilöllinen kokemus.

Elämys on aina subjektiivinen kokemus ja useiden eri tekijöiden summa. Elämys on huomattavasti enemmän kuin mukava ja miellyttävä kokemus tai hyvä palvelu. Edelliset luovat edellytyksiä elämysten syntymiseen, mutta eivät itsessään vielä ole niitä. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010.)

Erkki Karvonen (2004, 63) viittaa Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen strategiaan, jossa elämyksellä tarkoitetaan moniaistista, muistijäljen jättävää, myönteistä, kokonaisvaltaista ja yksilöllistä kokemusta. Karvonen myös kritisoi

viittauksen kohtaa, jonka mukaan elämyksen pohjana on aina myönteinen kokemus: ”Islannissa hyisellä kivikkorannalla tarjottu mädätetty hai Musta kuolema-ryypyn kera oli minulle tapahtumahetkellä aika kielteinen kokemus vaikkakin toisesti ikimuistoinen ja useasti kerrottu elämys jälkeinpäin” (Karvonen 2004, 63).

Kokemuksellisuus voi siis muodostua niin negatiivisten kuin positiivisten tunteiden kautta, mutta elämykseksi muuntautumiseksi sillä on kaksi erilaista tapaa. Positiivinen kokemus voidaan mieltää yleensä heti elämykseksi, mutta negatiivinen kokemus voi myös kääntyä elämykseksi jälkeinpäin. Tällainen kuulostaa kokemuksellisen presentoinnin kannalta riskiltä, mutta voi toisaalta hyvin suunniteltuna toimia kokijalleen tehokkaana efektinä jälkeinpäin.

Pine ja Gilmore (1999, 32) erottelevat neljänlaisia elämyksiä: opettavaisia elämyksiä, arjesta pakenemisen elämyksiä, esteettisiä elämyksiä ja viihdyttäviä elämyksiä. Karvonen (2004, 64) toteaa, että ”näistä kahdessa ensimmäisessä yleisön rooli on aktiivisempi ja jälkimmäisissä yleisö on passiivinen vastaanottaja. Valittu teema voi olla mikä tahansa kunhan se muuttaa vierailijan todellisuudentajua ja luo tälle toisen todellisuuden arjen sijaan.”

On hyvä huomioida, että olipa kokemus positiivinen tai negatiivinen, edellyttää se aina kokijaltaan aktiivisuutta ja vastaanottavaisuutta. Mikäli kokija on jo lähtökohtaisesti passiivinen, tai jopa sulkeutunut, on elämyksen muodostuminen vaikeaa. Tällöin sulkeutuneisuuden voi pyrkiä kääntämään vastaanottavaisuudeksi esimerkiksi yllätyksen kautta, jolloin passiivinen kokija ”herää” hetkeen mukaan.

Kokemuksellisuuteen perehtyessäni olin aiemmin tutustunut Helsinki-Vantaan Aasian terminaalissa olevaan Pömpeliin, jonka ideana oli luoda kävijälleen moniaistinen elämys. Pömpelissä yhdistyivät kuva, monikanavainen ääni, valo, tuulikonnen virtaava ilma ja tuoksut. Toisena referenssinä oli Punkaharjun Luston Metsämuseo, joka on pääasialliselta sisällöltään näyttely mutta sisältää myös moniaistisia osioita, kuten Hiljaisuuden huoneen.

Hiljaisuuden huoneessa kävijä saapuu 23 metriä pitkän ja kolme metriä korkean luontokuvan äärelle, jonka ympärille on luotu äänimaisema. Lavastuksena kuvan etualalle on käytetty kaislikkoa ja kivikkoa. Valokuvan päälle on videoprojektoreilla heijastettu erilaisia liikkuvia elementtejä kuten lintuja, perhosia ja kaloja. Hiljaisuuden huone on alun perin rakennettu Suomen Paviljonkiin Hannoverin EXPO2000-maailmannäyttelyyn, ja näyttelyn ansiosta Suomen Paviljonki valittiin kolmasti Expon parhaaksi. (Lusto 2011.)

Hiljaisuuden huoneen vaikuttavin elementti on mielestäni puhdas hiljaisuus sellaisena kuin sen voisi luonnossakin kokea. Hiljaisuuteen tuodut luonnon äänet luovat kävijälle vaikutelman Suomen luonnon rauhasta. Itsessään valokuvan päälle heijastettu videotekniikka tuntuu jo hieman vanhentuneelta, mutta nykyaikaan päivittäminen samalla konseptilla olisi mielestäni varsin helppoa. Tällöin voi miettiä esimerkiksi 3D-tekniikan hyödyntämistä ja mahdollisesti liikkuvan kuvan käyttöä valokuvan sijaan. Tärkein havainto Hiljaisuuden huoneesta itselleni on, että yksinkertaisten elementtien kautta voidaan saada onnistunut elämys.

Tulevaisuudentutkija Rolf Jensen (1999, 1-4) toteaa, että nykyisen informaatioyhteiskunnan jälkeen seuraavaksi tulee ”dream society” eli ”unelmayhteiskunta” tai ”elämysyhteiskunta”, joka korostaa tarinoita, sydäntä ja tunteita eikä pelkää informaatioyhteiskunnan datavirtoja, informaatiota ja älykkyyttä. Tämän näkemyksen pohjalta voimme olettaa kokemuksellisuuden ja elämysten merkitysten matkailuviestinnässä ja kaikessa presentoinnissa lisääntyvän.

### **2.3 Monimedia**

Määritelmät monimediasta vaihtelevat. Joidenkin kirjailijoiden mielestä monimedia on esimerkiksi tekstin, kuvan, audion ja videon sekoittamista. Toiset pitävät monimediana eri medioiden yhdistelemistä. Monimedia on jatkuvasti kehittyvää ja näin ollen kirjallisuudenkin aiheena haasteellinen. Usein teoksessa käsitelty monimedia on jo julkaistaessa vanhentunutta tietoa ja näin ollen painettu kirjallisuus ei ole välttämättä paras väline aiheen käsittelyyn. Tämä voi olla syynä kotimaisen monimediaa käsittelevän ajankohtaisen kirjallisuuden vähäisyyteen.

Englannin kielessä yleisimmin monimediaa käsittelevät termit ovat multimedia ja cross-media. (Kauppinen, Järvinen, Kivilä & Koskinen 2010.)

Esa Kerttula toteaa teoksessa *Multimedialla tiedon valtatielle* (1996, 11), että multimediaa voi olla videoista ja näyttelijöistä muodostuva esittävä taide tai useita näyttöjä sekä projektoreita käyttävä videoesitys. Lisäksi ääntä, kuvaa, tekstiä ja dataa sisältävä tietokoneohjelma voidaan mieltää multimediksi. Kerttulan mukaan yleisesti multimediasovelluksen on vähintäänkin käytettävä tietokonetta yhdistettynä digitaalisiin audiovisuaalisiin teknologioihin.

Cross-media on integroituja ja interaktiivisia yhteyksiä, joita tuotetaan monille eri media-alustoille useilta sisällöntuottajilta. Yleisö on aktiivinen osa cross-median vastaanotossa. Cross-mediaa voidaan käyttää Internetsivustoilla, videoissa, elokuvissa, televisiossa, puhelimissa, dvd:llä, printtimediassa ja radiossa. Hyvänä esimerkkinä cross-mediasta on Starwars -tuotesarja, joka sisältää itse elokuvat, videopelit, sarjakuvat, interaktiiviset web-sivustot, soundtrackit ja muut oheistuotteet. Star Wars -universumi on näin ollen integroitu ja mainostettu kaikkien näiden alustojen kautta. (Davidson 2010, 4, 13.)

Sana "media" on monikko, jonka yksikkömuoto on latinankielisestä sanasta "medium". Raymond Williams (1976, 169) toteaa sanalla "media" olevan kolme eri merkitystä. Ensimmäiseksi vanhempi yleistarkoitus on "välittää" tai olla jonkin "välittäjänä". Toinen merkitys on kuvata yleisesti viestintä- ja tiedostusvälineitä kuten printti-, ääni- ja kuvamediaa. Kolmanneksi sanalla voidaan kuvata viestintävälineitä kaupallisessa tarkoituksessa tuotantovälineinä "medium", jotka tuottavat voittoa esimerkiksi mainosten avulla.

Nykypäivänä sanalla "media" tarkoitetaan yleensä elektronisen viestinnän yrityksiä ja suurelle yleisömäärälle suunnattua lehdistöä. Tässä kontekstissa käytetään myös sanaa "massamedia" kuvaamaan joukkotiedotusvälineitä. (Bennet, Grossberg & Morris 2005, 212.)

Suomen kielessä kuvaan Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaa termillä monimediainen. Englannin kielessä käyttäisin tapahtuman yhteydessä sanaa multimedia. Tällä erottelulla pystyy parhaiten kuvaamaan tapahtumaa ja sen sisältä.

töjä, koska esimerkiksi sana multimedia tulee helposti miellettyä suomen kielessä osaksi tietokoneella esitettävää multimediasovellusta, kun taas englannin kielessä merkitys muuttuu paljon laajemmaksi.

## 2.4 Presentaatio

Presentaatio tarkoittaa yksinkertaisesti ilmaistuna esittelyä ja esittämistä (Sivistyssanakirja 2001). Presentaation pitämisessä yleisin mieleen tuleva käytäntö on valmistella asiallinen puhe, jonka tukena käytetään esimerkiksi PowerPointesitystä. Presentoinnilla voidaan pääsääntöisesti pyrkiä hyvään asian tai tuotteen esittelyyn ja sen kautta onnistuneeseen markkinointiin. Sanan ”presentaatio” yhteydessä puhutaan myös representaatiosta eli yksinkertaisesti ilmaistuna edustamisesta. Stuart Hall toteaa teoksessaan *Representation, Cultural Representations and Signifying Practises* (1997, 15) representaatioiden yhdistävän kielen ja merkityksen kulttuuriksi. Representointia on kertoa kielen avulla jotain merkityksellistä tai esittää maailma merkityksellisenä. Merkitykset ovat tuotettuja ja niitä vaihdetaan kulttuurien välillä. Representointiin liittyvät kielen lisäksi merkit ja kuvat, joiden kautta esittämistä tapahtuu.

Representaatio eli esittäminen on läsnä monenlaisissa inhimillisissä toiminnoissa. On tavallista ajatella, että erilaiset merkit, mallit, äänet, kuvat, mielteet ja signaalit representoivat eli esittävät jotakin itsensä ulkopuolista: liikennemerkki sääntöä, sanomalehden uutisotsikko tapahtumaa maailmassa, kartta maantieteellistä todellisuutta, keskustelussa kuultu lause puhujan ajatusta. (Knuuttila & Lehtinen 2010, 7.)

Hall (1997, 24–26) tiivistää kolme erilaista lähestymistapaa termille representaatio: refleksiivinen (heijastusteoreettinen), intentionaalinen ja konstruktivistinen. Janne Seppänen toteaa teoksessaan *Visuaalinen kulttuuri* (2005, 94–95), että refleksiivinen lähestymistapa pohtii representaation vastaavuutta todellisuuteen, kun taas intentionaalisesti katsoen representaatiossa kiinnitetään huomiota itse tekijään ja pohditaan tekijän haluamaa sanomaa. Konstruktivistisesti lähestyksen tutkitaan mediaesityksen tuottamaa todellisuutta ja todellisuuden luomiseen käytettäviä keinoja. Tällöin ei verrata representaatiota todellisuuteen vaan mielletään se osaksi todellisuutta. Tämän kautta Seppänen nostaa esille

kysymyksen representaation luomiseen käytettävistä eri tavoista, joilla luodaan vaikutelma, että se esittää todellisuutta.

Media ei ainoastaan esitä tai heijasta todellisuutta tai kerro siitä tarinoita, vaan median kertomat tarinat ja ”tieto” myös aina tuottavat todellisuutta. Representaatio viittaa siihen, että mediaesitykset pikemminkin muotoilevat todellisuutta uudelleen kuin ovat siihen välitön ikkuna. Media representoi eli esittää kohteensa jostakin näkökulmasta. (Herkman 2005, 219.)

Esittämisen ja kuvaamisen lisäksi representaatio viittaa edustamiseen. Esimerkiksi parlamentin toivotaan edustavan kansakuntaansa olemalla mahdollisimman samanlainen sen kanssa. Toisin sanoen parlamentin tulisi olla ”kansakunta pienoiskoossa”. (Rossi 2010, 263–264.)

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman representointi tapahtuu usean eri ilmaisuvälineen yhteistyön kautta. Seppänen nimeää usean ilmaisumuodon yhdistymisen samassa esityksessä multimodaalisuudeksi. ”Multimodaalisuus on nykyisen visuaalisen kulttuurin olennainen ulottuvuus: ”televisio, Internet, elokuva, aikakausi- ja sanomalehdet ovat kuvien, tekstien, graafisten elementtien ja kolmen ensimmäisen osalta myös äänen yhteispeliä.” (Seppänen 2005, 90.)

## **2.5 Matkailuviestintä**

Matkailuviestinnässä sovelletaan viestinnän sisältöjä ja ilmaisutapoja matkailun käyttötarkoituksia varten. Matkailun edistämisessä ja erityisesti markkinoinnissa viestinnän merkitys on avainasemassa. Albanese ja Boedeker (2002, 123) toteavat matkailuviestinnän olevan kaikkea matkailijan ulottuvilla olevaa matkailupalveluihin ja -kohteisiin liittyvää tietoa, joka koostuu kaupallisesta sekä ei-kaupallisesta viestinnästä.

Kaupallinen matkailuviestintä on tilaajan maksamaa yleensä kaupalliseen tarkoitukseen suunniteltua, matkailumarkkinoinnin keinoin luotua viestintää (Albanese & Boedeker 2002, 123). Tällöin voidaan todeta, että kaupallinen matkai-

luviestintä ja matkailun markkinointiviestintä tarkoittavat samaa asiaa. Albanesen ja Boedekerin (2002, 179) mukaan matkailun markkinointiviestinnän avulla matkailuyritys informoi ja muistuttaa kuluttajia palveluistaan sekä pyrkii vaikuttamaan kuluttajien ostokäyttäytymiseen:

Ostaessaan matkailupalveluja matkailija hakee tyydytystä emotionaalisiin ja tunneperäisiin, sekä persoonallisuuteensa liittyviin tarpeisiin. Tällaisiin matkailuun liittyviin tarpeisiin voidaan viestinnässä tehokkaasti vedota suunnittelemalla ja luomalla mielikuvia, jotka herättävät ja vastaavat viestin vastaanottajassa edellä mainittuja tarpeita.

Tarkoituksena on siis herättää matkailijassa tuntemuksia ja mielikuvia, joiden avulla matkailuviestintä muuttuu markkinoivaksi kokijan hakeutuessa mielikuvien kautta itse myytävän tuotteen äärelle. Kokemuksellista monimediaista presentointia voidaan käyttää tehokkaana apukeinona näiden tuntemusten luomisessa.

Ei-kaupallinen matkailuviestintä on informatiivista viestintää, jolla ei ole markkinoinnillista tarkoitusta. Ei-kaupallista viestintää voivat olla esimerkiksi tiettyä paikkakuntaa koskevat uutiset ja artikkelit sekä yleensä matkailupalveluita ja kohteita käsittelevä informaatio. (Karlén & Palonen 2006, 17.) Albanese ja Boedekerin (2002, 123) mukaan ei-kaupalliseen matkailuviestintään luotetaan enemmän kuin kaupalliseen viestintään.

Matkailun mainonnan ja viestinnän juuret liittyvät 1800-luvun teollistumiseen, liiketeknologian kehitykseen, kaupungistumiseen sekä työ- ja vapaa-ajan eriytymiseen. Kulutuksen lisääntyminen johti markkinoinnin sekä mainonnan kasvuun. Matkat muuttuivat myytäviksi tuotteiksi, ja kuluttajia alettiin houkutella painetun mainonnan kautta kuvin, lehtisin ja julistein. Lisäksi mainontaa tehtiin näyttelyiden, esitelmien ja elokuvien avulla. Matkailukohteista alettiin tietoisesti rakentaa myyvää kuvaa ulkomaille matkailun edistämiseksi. Autonomista Suomea esiteltiin eri filmeistä koostetulla Finland-elokuvalla Berliinin matkailumessuilla vuonna 1911. (Kostiainen, Ahtola, Koivunen, Korpela & Syrjämaa 2004, 194-195.)

Matkailuviestintää on tehty Suomessa hyvin pienillä ja perinteisillä ratkaisuilla jo viimeiset 20 vuotta, eikä sitä ole osattu viedä kansainväliseen suuntaan tarpeeksi tehokkaasti. Työ- ja elinkeinoministeriön teettämän Suomen matkailustrategia 2020 (2010, 4) mukaan Suomi on huonosti tunnettu matkailumaana. Esimerkiksi Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa valtiollinen panostus matkailun edistämiseen on suurempi kuin Suomessa. Strategiassa ehdotetaankin Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) resurssien lisäämistä.

Suomalaisten resurssien puute oli hyvin nähtävillä Lontoossa vuoden 2009 World Travel Market -tapahtumassa. Matkailupalvelujen tarjoajia oli tapahtumassa kaikkialta maailmasta. Monien muiden maiden esittely sisälsi lavastusta, näyttelijöitä, tanssia, valo-, ääni- ja videosuunnittelua, jaettavia dvd-julkaisuja sekä suuria valokuvia seinillä (kuva 1). Tähän verrattuna Suomen esittelypisteellä oli varsin hiljaisia esittelijöitä, pieni lasikupillinen Fazerin karkkeja, muutamia esitteitä ja seinällä teksti ”breathe” (kuva 2). Kokonaisuus tuntui muihin esittelijöihin verrattuna todella vaatimattomalta. Tämä toimii hyvänä esimerkkinä Suomen kansainvälisestä matkailuviestinnästä. Mielestäni World Travel Marketin kaltaisessa tapahtumassa matkailuviestinnän tulisi olla parasta laatua.



Kuva 1. Chilen matkailuviestintää World Travel Market 2009 -tapahtumassa Lontoossa. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)





Kuva 2. Suomen matkailuviestintää World Travel Market 2009 - tapahtumassa Lontoossa. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Suomi on matkailijoille pieni ja tuntematon maa, eikä sen tunnettuus parane ilman matkailumaakuvan tehokasta parantamistyötä. Suomen matkailukuvan parantamisen edellytyksiä on kuitenkin heikennetty viime vuosina leikkaamalla Matkailun edistämiskeskuksen budjettia. (Suomen matkailustrategia 2020, 15.) Suomen matkailustrategiassa 2020 (2010, 15) todetaan Suomen matkailulliseksi vahvuudeksi korkealaatuiset ja palvelutarjonnaltaan monipuoliset matkailukeskukset. Majoitus- ja ravitsemuspalvelujen lisäksi tarjolla on laskettelua, hiihtoa ja monenlaisia ohjelma-, hyvinvointi- sekä kylpyläpalveluja. Matkailukeskusten läheisyydestä löytyy myös luonnonrauha.

Matkailuviestinnässä on tärkeä tietää, millaista kuvaa markkinoille tulee antaa. Suomen tärkeimpiä markkinoitavia asioita ovat kaunis luonto, rauha, hiljaisuus ja puhtaus, jotka eivät ole itsestään selviä muualta tuleville matkailijoille. Hieta- nen, Kuusisto ja Siivonen (2009, 18) toteavat Suomen matkailustrategiaan sisältyvässä toimenpideohjelmassa sekä Osaamiskeskusten painopistealueiden

pohjalta toteutetussa kyselyssä matkailualan tulevaisuuden matkailijan hakevan yhä enemmän elämyksiä puhtaasta luonnosta ja hiljaisuudesta. Näitä asioita pidetään myös Suomen matkailun ja elämystuotannon vahvuuksina. Kyselyssä saatujen vastausten perusteella todettiin matkailuliiketoiminnan olevan vasta kehitymässä ja heräämässä.

Meidän on opittava ajattelemaan entistä suureellisemmin. Olosuhteemme ja vahvuutemme, kuten esimerkiksi luonto, kulttuuri, kansantalous ja turvallisuus, voivat antaa meille tulevaisuudessa markkinaedun moneen muuhun maahan verrattuna – mutta jos vain jos kehitämme ja hyödynnämme niitä tietoisesti. (Hietanen ym. 2009, 18.)

Matkailuviestintää tehtäessä tulee huomioida kulttuureista johtuvien erojen vaikutukset matkailijan tapaan kokea meille suomalaisille tärkeät metsät ja järvet. Ulkomaiselle matkailijalle esitetyt luontokuvat tai videot Suomesta ilman ainutakaan ihmistä voidaan kokea pelottavina erämaamaisemina. Tavat, joilla esitämme asioita matkailullisesti kauniina pitämistämme ja matkailuviestinnässä huomioimistamme kohteista, eivät välttämättä välitä samanlaista kuvaa ulkomaiselle matkailijalle kuin meille.

### 3 Monimediaisen presentoinnin toteuttaminen

#### 3.1 Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma

OF Pohjois-Karjala -hankkeessa loppuvuodesta 2010 valmistuneiden matkailun imagomarkkinointimainosten ympärille suunniteltiin ja toteutettiin pilottiversio kokemuksellisesta ja monimediaisesta presentoinnista retkeilykierroksen muodossa. Kierros jakautui imagomarkkinointivideoiden teemojen mukaisesti vaelluksen, melonnan, veneilyn ja kalastuksen osioihin. Jokaiselle teemalle suunniteltiin aihealueisiin sopivia sisältöjä. Monimediainen kokonaisuus muodostui lavastuksen, valon, äänen, tuoksujen, videon sekä valokuvien yhteen sovittamisella. Joensuun Pakkahuone tuntui tähän tarkoitukseen sopivimmalta (kuva 3). Tapahtuman ajatuksena oli myös henkiä rentoa retkeilyfiilistä, ja tilaisuuden nimeksi muodostui ”Retkeilyä Pakkahuoneella”.



Kuva 3. Pakkahuone valaistiin esityspäivinä illan hämärtyessä. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman suunnittelussa minua helpotti hankkeessa saatu työkokemus. Tapahtuman tarvittavat sisällöt oli mietitty jo imagomarkkinointimateriaalituotannon aikana ja yhteistyö tapahtuman tilaajan kanssa oli sujuvaa. Päätöksiini luotettiin ja sain toteuttaa kaiken suunnitelmani mukaisesti. Tuotannolla oli noin 4 000 euron budjetti rakentamiseen. Henkilöstökulut

oli budjetoitu erikseen. Tuotannon kokoon nähden kyseinen budjetti asetti omat rajansa suunnittelulle.

Tapahtuma suunniteltiin kolmipäiväiseksi. Ensimmäinen päivä oli varattu kutsuvieraille. Paikalle kutsuttiin Pohjois-Karjalan alueen matkailutoimijat ja kaikki OF Pohjois-Karjala -tuotannossa mukana olleet henkilöt. Kaksi muuta päivää tapahtuma oli kaikille avoinna. Tällä tavoin haluttiin tuoda esille alueella tapahtuvaa toimintaa ja herättää keskustelua myös paikallisissa kävijöissä. Pohjois-Karjalan matkailupalveluista vastaavaa Karelia Expert Matkailupalvelut Oy:tä pyydettiin yhteistyökumppaniksi, koska valmistuneiden videoiden julkaisemista suunniteltiin VisitKarelia-portaaliin. Karelia Expert toi lisäystä budjettiin osallistumalla kutsuvierastilaisuuksien tarjoiluun. Karelia Expertistä oli henkilö esittelemässä matkailun mahdollisuuksia Pohjois-Karjalassa Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman ajan.

Tapahtumaa markkinoitiin lehti-ilmoituksella, Karelia Expertin välityksellä ja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun sisäisen postin kautta. Odotuksena oli noin 100 kävijää päivässä, ja tähän tavoitteeseen pääsimme. Tapahtumalle oli toiveena vieläkin suurempi julkisuus, ja huomasi, että tapahtuma olisi voinut olla pidempäänkin avoinna. Kolme päivää oli liian lyhyt aika, ja arkipäivät keskiviikosta perjantaihin olivat haasteellisia ajankohtia vierailijoille, vaikka tilaisuus oli avoinna klo 19.00 saakka.

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman kokonaiskustannukseksi muodostui noin 7 316 euroa henkilöstökuluineen. Tästä summasta tilavuokriin käytettiin 1 460 euroa, rekvisiittaan ja rakennustarvikkeisiin kului 2 145 euroa sekä kutsuvieraspäivien tarjoilusta kuluja kertyi 252 euron verran. Lisäksi kustannuksia tuli tilaisuudessa esillä olevien valokuvien painatuksesta 540 euroa ja lehteen laite- tusta Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman ilmoituksesta 279 euroa. Pienempiä kustannuksia tuli rakennustelineen vuokrauksesta, palaute- ja vieraskirjoista, videoprojektorin vuokraamisesta ja Joensuun kaupungin tapahtumaluvasta. Nämä kustansivat yhteensä noin 190 euroa. Tilavuokra olisi normaalisti tullut kalliimmaksi, mutta Pakkahuoneen tilavuokran hinnaksi neuvoteltiin tapahtuman kasaus- ja purkupäiviltä 200 euroa ja yhdeltä kasauspäivältä 150 euroa. Esitys-

päivien hinnat olivat normaalin hinnaston mukaisesti 250 euroa päivältä. Lisäksi tapahtumassa käytettyjä sermejä annettiin Pakkahuoneen omistukseen, mikä myös osaltaan alensi tilakustannuksia. Pakkahuone tarjosi käyttöömme myös uudistuneen valokaluston, mustaa seinäkangasta sekä ääni- ja videoprojisointikalustoa. Tuotantoryhmän jäsenistä ensimmäinen tuottaja ja äänen vastaava sekä OF Pohjois-Karjala -hankkeen kautta tuotannon apuna ollut projektityöntekijä toimivat palkallisena. Tästä tuotannolle kertyi palkkakuluja 2 450 euroa.

Kuvan vastaava ja hänen avustajansa tekivät töitä yhteensä yhdeksän opintopisteen edestä. Opinnäytteen tekijöitä tuotannossa oli kaksi. Henkilötyötunteja tuotannossa kertyi pelkästään vastaavien osalta yhteensä 1 247 tuntia. Tuntimäärä sisälsi kuuden henkilön työpanoksen. Kokonaistuntimäärästä tuotannon suunnittelijana ja toisena tuottajana oman työpanoksen määrä on vaikea arvioida tunteina, koska tuotanto oli lähes jatkuvasti mielessä työstettävänä vuoden 2010 ajan. Aktiivisin vaihe suunnittelussa ja työskentelyssä oli elokuusta 2010 tapahtuman purkamispäivään 18.12.2010 saakka. Tämän kyseisen aikavälin pohjalta tein tuntilaskelman omalta osaltani ja arvioin tuntimääräksi noin 400 työtuntia. Mikäli huomioisimme kaikki vastaavien lisäksi tuotantoa varten työtunteja tehneet voisi ilmoittamani työtuntimäärät tuplata varsin helposti. Erityisesti lavastuksen rakentamisesta ja pystyttämisestä kertyi paljon työtunteja.

Olen jakanut tapahtuman suunnittelun eri vaiheisiin selkeyttääkseni kokonaisuutta. Vaiheet käsittelevät tapahtuman konkreettista suunnittelua ja rakennusvaihetta, jolloin tapahtuman pääasiallinen idea, kohderyhmä ja esille tulevat sisällöt ovat jo tiedossa. Tällaisen monimediaisen tapahtuman suunnitteluun tarvittava aika riippuu tapahtuman ja työryhmän koosta. Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman ja opinnäytetyön alustava suunnittelu aloitettiin vuoden 2010 alussa. Lavastajan kanssa suunnitelmat aloitettiin syksyllä 2010 ja muu työryhmä tuli mukaan vasta lokakuun lopussa 2010. Edellä esitellyn tuotannon suunnittelun eri vaiheet toteutettiin noin kuukauden aikana esityspäivään mennessä.

### 3.2 Tapahtuman alustava suunnittelu

Kun kyseessä on konkreettinen näyttelykierros tai installaatio, on hyvä aloittaa suunnittelemalla lavastuksen elementtejä ja tilanrajausta. Esille nousevia sisältöjä voi alustavasti jakaa valitussa näyttelytilassa sopiville kohdille ja samalla arvioida tilantarvetta. Pohjapiirustuksen (liite 1) ja mahdollisen pienoismallin avulla esitystilan lavastuksen suunnittelun ohessa tulee alustavasti miettiä äänen, kuvan ja valon asennuspaikat tapahtumatilassa. Lisäksi monimediaista kokonaisuutta rakentaessa tulee myös suunnitella sijoituspaikat tarvittavalle tekniikalle, kuten cd- ja dvd-soittimille, tietokoneille sekä äänen ja valon miksausyksiköille. Suunnittelutyö on hyvä purkaa esimerkiksi kirjalliseen muotoon vierailijan kierrosaikatauluksi (liite 2). Tällöin kokonaisuutta tulee mietittyä kävijän lähtökohdista ja kierrosaikataulu on hyvä työväline suunnitelman esittelyssä ja läpikäynnissä toimeksiantajan kanssa.

Tapahtumaa suunnitellessa koin tyhjän tilan hahmottamisen varsin haastavaksi. Toisin kuin kuvakäsikirjoituksessa, jolloin suunnitellaan yhden kuvan sisältö kerhallaan, tuli nyt miettiä koko ympäristöä. Tärkeää oli hahmotella tilaan vierailijan huomiopisteet sekä suunnitella valon, äänen, kuvan ja lavastuksen tasapaino. Usein näyttelytilat ovat seiniltään vaaleita tai mahdolliset sermit on maalattu osaksi kokonaisuutta. Suurin tapahtumaan vaikuttavista päätöksistä oli käyttää täysin mattamustia lavasteseiniä, mustaa kangasta ja mattoa tilan sekä kierroksen rajaamiseen. Ikkunat peitettiin ja tila pimennettiin täysin. Tämä korosti valosuunnittelun ja kaikkien elementtien asettelun merkitystä, koska vierailijan tulisi ”lipua” huomiopisteestä toiseen kierroksen aikana. Tarkoituksena oli käyttää mustaa luomaan rajat niin, ettei katsoja kiinnitä esimerkiksi sermeihin huomiota. Huomioitavat kohteet saatiin tällä tavoin nousemaan vahvasti esille käyttämällä kontrastina lavasteisiin ja kierroksen eri kohtiin kohdennettuja valoja ja äänimaisemia. Sermeihin laitettiin esille valokuvia, joissa oli valkoinen reunus (paspis) ja jotka valaistiin pienillä kohdevaloilla. Videokankaat (screen) upotettiin lavastukseen mustien kankaiden avulla.

Työskentely toimeksiantajan kanssa sujui onnistuneesti, koska yhteistyötä oli tehty jo hankkeen imagomarkkinointituotannon ajan. Toimeksiantajalle suunni-

telman alustava esittely ja hyväksyttäminen tapahtui kierrosaikataulua apuna käyttäen sekä keskustelujen kautta. Käytin myös valitsemani näyttelytilan pohjapiirustusta apuna kierroksen ja tilan jakamisen esittelyssä. Huomasin, että idean lopullinen ”myyminen” on hyvä toteuttaa suunnitellussa näyttelytilassa paikan päällä. Mitä selkeämmin suunnitelman ”maalailee” sanoiksi, sitä helpommin toimeksiantaja sekä muut yhteistyökumppanit ymmärtävät idean.

### 3.3 Näyttelytilan valitseminen

Valmisteltavalle monimediaiselle esitykselle sopivan näyttelytilan löytäminen muodostui haastavaksi. Kävin lävitse erilaisia vaihtoehtoja Joensuusta ja päädyin lopulta Joensuun Pakkahuoneeseen (kuva 4). Tärkeää tilan valinnassa oli sen sijainti lähellä keskustaa, jotta yleisö osaisi löytää helposti paikalle. Lisäksi tilan piti henkiä sopivanlaista tunnelmaa jo itsessään, ja Pakkahuoneen puurakennus sekä sen sisällä olevat paljaat hirsiseinät olivat juuri se mitä kaipasin (kuva 5).



Kuva 4. Pakkahuone kesällä 2010. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Pakkahuone on suunniteltu esityskäyttöön, joten ääni- sekä valonheitinkalustoa on sopivasti tarjolla. Katossa on myös tarjolla hyvät kiinnitystangot, joihin valo- video- ja osa äänikalustosta saadaan kiinnitettyä. Sähkön saatavuudessa on

otettu huomioon tilan esitysteknilliset tarpeet. Ongelmana oli kuitenkin esitystilan ahtaus, vaikka koko talo oli käytettävissä. Tilasuunnittelu tulikin tehdä pohjapiirustuksen avulla tarkasti. Tilasta tehtiin pienoismalli, jota käytettiin kaiken suunnittelun apuna. Kierros suunniteltiin kulkemaan esitystilassa mutkittelevasti, ja tällä tavoin kaikki tila pystyttiin käyttämään tehokkaasti.



Kuva 5. Pakkahuoneen tila ennen rakennusvaiheen aloittamista (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Näyttelytilan ja presentoinnin suunnittelussa on tärkeää ottaa huomioon myös esteettömyys. Pohdin toimeksiantajani kanssa kierroksen esteettömyyttä esimerkiksi pyörätuolilla kulkevaa asiakasta ajatellen. Joensuun Pakkahuoneelle pääsy onnistui helposti pitkän pyörätuolirampin ansiosta. Kuitenkin itse kierroksen ongelmakohtaksi muodostuivat vaelluksen teeman sammalen ja metsän ympäröivät pitkospuut, joita pitkin vierailija aloittaa näyttelykierroksen. Pitkospuista pyrittiin tekemään tarpeeksi leveät pyörätuolilla kuljettavaksi, mutta näyttelytilan mitoitukset tulivat vastaan. Näin ollen päädyttiin siihen, että pyörätuolilla liikkuva kävijä kiertää kierroksen vastapäivään ja pystyy näin ollen käymään katsomassa toisesta suunnasta tullessaan vaelluksenkin teeman videot.



### 3.4 Tapahtuman työryhmän muodostaminen

Monta eri viestinnällistä osa-aluetta yhdistelevään monimediaisen tapahtuman pystyttämiseen tarvitaan varsin tehokas ja hyvin yhteen toimiva työryhmä. Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman työryhmä koostui Pohjois-Karjalan ammatikorkeakoulun sekä Pohjois-Karjalan ammattiopiston opiskelijoista. Työryhmällä oli aiempaa kokemusta yhteistyöstä OF Pohjois-Karjala -hankkeen imagomarkkinointimateriaalituotannon kuvauksista. Tässä esitelty työryhmän jaottelun malli tuntui parhaalta ratkaisulta Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaa varten.

Työryhmää suunnitellessa on hyvä jakaa tapahtuman tehtävät selkeisiin vastuualueisiin, joita tässä tapahtumassa olivat kuva, ääni, valo, lavastus, tuottaminen ja suunnittelu. Jokaisella vastuualueella on yksi vastaava, jonka kanssa tapahtuman suunnittelija voi käydä lävitse vastuualueen sisällöt. Tällöin jokainen vastaava tietää oman toimenkuvansa. Jokaisella vastaavalla on oma työryhmänsä, jonka ohjeistuksen vastaavat hoitavat itsenäisesti. Periaate on samankaltainen kuin armeijassa puhuttaessa joukkueenjohtajasta, ryhmänjohtajasta ja ryhmän jäsenistä. Yhteispalavereissa käydään lävitse kaikkien vastuualueiden rakennusaikatauluun ja erityisesti tekniikan sijoitteluun liittyviä kysymyksiä, jotta jokainen vastuualue tietää myös muiden alueiden asioista ja hahmottaa näin ollen paremmin kokonaisuutta. Lopullinen vastuu ja käsitys kokonaisuudesta on kuitenkin suunnittelijalla. Tämä näkyy parhaiten tapahtuman rakennusvaiheessa, kun eri elementit alkavat asettua paikoilleen. Tällöin suunnittelijan tulee pystyä tekemään tarvittavia muutoksia lyhyessä ajassa ottaen samalla huomioon kaikkien eri osa-alueiden tarpeet.

Kokemuksellisen ja monimediaisen presentaation tuotannossa suunnittelija voi myös olla toinen tuottaja ja hoitaa kokonaisvision hahmottamista vaativia asioita. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi taulujen kuvien muokkaus, painatus- ja kehystystyön asiat, sopivan näyttelytilan valinta sekä kontaktien hoitaminen. Tällöin työ jakautuu järkevästi ja ensimmäinen tuottaja pystyy tehokkaammin hoitamaan muut tuotannon asiat sekä hallitsemaan kokonaisbudjettia.

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman vastuuhenkilöt ja tehtäväkuvaus:

**Suunnittelija, toinen tuottaja:** Vastaa tapahtuman kokonaisideasta, käsikirjoituksesta ja suunnittelusta. Toimii yhteistyössä suunnittelun alkuvaiheista saakka toimeksiantajan kanssa. Lisäksi vastaa ja on tietoinen myös monista tuotannon järjestelyasioista. Suunnittelijana toimiessani tein alkuvaiheen tuotannolliset tehtävät itse, ja tapahtuman lähestyessä noin kuukautta aiemmin vastuu siirtyi luontevasti ensimmäiselle tuottajalle, jolloin pystyin keskittymään itse tapahtumasuunnitteluun ja työryhmän kanssa toimimiseen.

**Ensimmäinen tuottaja:** Vastaa tuotannon budjetista ja hoitaa yhteistyössä toisen tuottajan kanssa tuotannon eri tehtäviä. On pääasiallisesti yhteydessä tuotantoryhmän jäseniin palavereihin ja budjetointiin liittyvissä asioissa. Tapahtuman pystytyksen aikana hoitaa kiireellisiä asioita. Ensimmäisenä tuottaja toimi Heidi Mielonen Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestinnän koulutusohjelmasta. Heidi oli tuottamassa myös OF Pohjois-Karjala -hankkeen imago-markkinointimateriaalin kuvauksia, joiden myötä hänellä oli hyvät valmiudet Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman tuottamiseen.

**Lavastuksen vastaava:** Vastaa tapahtuman kokonaislavastuksen rakentamisesta, pystytyksestä ja ylläpidosta. Suunnittelee yhdessä tapahtuman suunnittelijan kanssa kokonaislavastuksen, vastaa lavastuksen rakentamiseen vaadittavasta työryhmästä ja aikataulusta yhteistyössä tuottajien kanssa. Lavastuksen tehtävistä vastasi lavastuksen opiskelija Laura Honkanen Pohjois-Karjalan ammattiopistosta. Laura oli OF Pohjois-Karjala -hankkeen imago-markkinointimateriaalin kuvauksissa mukana lavastajana ja rekvisitöörinä sekä päätti tehdä oman opinnäytetyönsä Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaan. Lauran kanssa suunnittelutyö aloitettiin jo puoli vuotta ennen tapahtumaa, koska ideoiden toteutettavuutta ja tilankäyttöä oli luontevinta suunnitella alustavasti lavastajan kanssa. Lauraa avusti rakentamisen eri työvaiheissa hänen alaisuudessaan toimiva työryhmä. Suunniteltujen elementtien rakennustehtävissä auttoivat Jonna Vattulainen, Tenho Pakarinen, Minna Rätty, Leo ja Hilikka Honkanen, Tiina Vottonen, Rhea Pölkki, Tero Taatinen ja Jukka Kontkanen. Lisäksi koko Pakkahuoneen muu työryhmä osallistui lavastuksen rakentamiseen.

**Kuvan vastaava:** Vastaa esitettävän videomateriaalin toistosta, välineiden hankinnasta, kasauksesta ja ylläpidosta. Suunnittelee yhdessä tapahtuman suunnittelijan kanssa laitteiden ja esityskankaiden sijoitukset. Kuvan vastaavan tehtävistä vastasi Jarmo Jääskeläinen Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulusta viestinnän koulutusohjelmasta. Jarmo oli OF Pohjois-Karjala -hankkeen imago-markkinointimateriaalin kuvauksissa mukana 2. kamera-assistenttina ja key grip -tehtävissä. Jarmon apuna toimi Aki Hattunen Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulusta äänen puolelta.

**Valon vastaava:** Vastaa valokalustosta ja sen asennuksesta sekä ylläpidosta. Suunnittelee tapahtuman suunnittelijan kanssa valaistuksen ja tekee tarvittavat kalvo- sekä laitteistotilaukset valon osalta. Valon vastaavan tehtävät hoiti Tiia Pulkkinen Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulusta viestinnän koulutusohjelmasta. Tiia toimi OF Pohjois-Karjala -hankkeen imago-markkinointimateriaalin kuvauksissa valaisijana, ja hänen apunaan Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumassa toimi Kimmo Jalkanen Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulusta videopuolelta. Tiia sai tarvittavan koulutuksen Pakkahuoneen valojen käyttöön ennen tapahtuman rakentamista, mikä antoi hyvät lähtökohdat valaisun ohjaukseen.

**Äänen vastaava:** Vastaa tapahtumassa esitettävän äänen kalustosta ja sen asennuksesta sekä ylläpidosta. Suunnittelee tapahtuman suunnittelijan kanssa tilassa esitettävät äänet. Äänen vastaavana toimi Erno Hulkkonen, joka oli tapahtuman aikaan jo valmistunut opiskelija Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulusta viestinnästä ääneen erikoistuneena. Erno toimi myös OF Pohjois-Karjala -hankkeen imago-markkinointimateriaalin kuvauksissa mukana äänittäjänä, säveltäjänä ja äänisuunnittelijana.

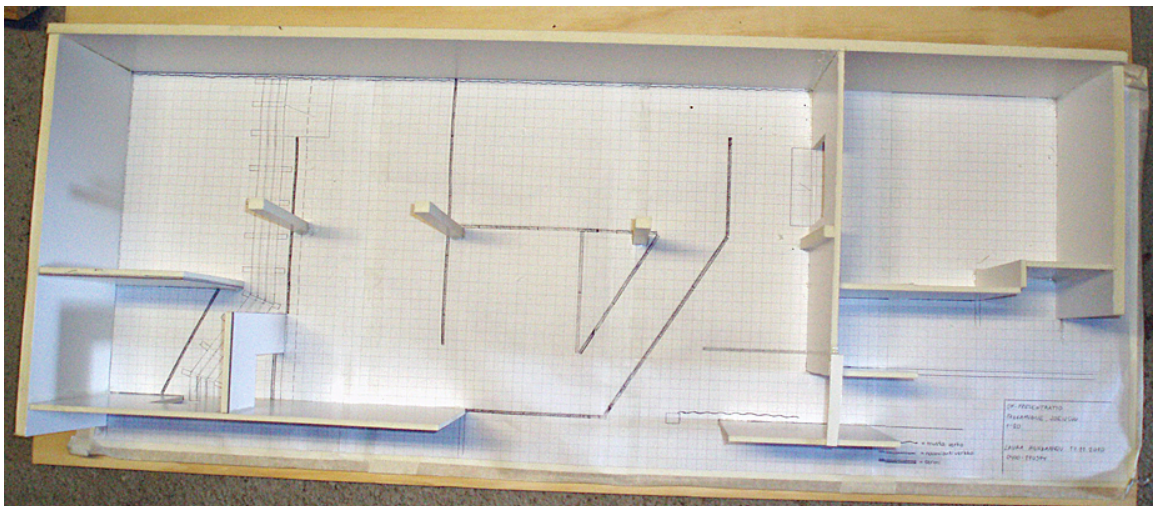
### 3.5 Tapahtuman tarkennettu suunnittelu

Ensimmäisen vaiheen tietojen avulla voidaan jo arvioida, onnistuuko haluttujen elementtien toteuttaminen suunnitelmassa esitystilassa sekä mitä ongelmia voi esiintyä. Tarkennetussa suunnitelmassa käydään lävitse tapahtuman idea työ-

ryhmän kanssa ja tutustutaan yhdessä esitystilaan sekä sovitaan elementtien paikat. Tämän jälkeen voidaan aloittaa sähköntarpeen selvittäminen, esitystekniikan ja lavastuksen asennuspaikkojen suunnittelu, lavastemateriaalien rakentaminen sekä tarvittavat hankinnat. Jokainen vastaava selvittää oman vastuualueensa kaluston ja kaapeloinnin tarpeet sekä toimittaa listauksen tuottajille.

Itselleni ja työryhmälle selkeytin tapahtuman kokonaisideaa kiertelemällä esitystilassa ja näyttäen sermien, taulujen, esityskankaiden, valojen ja äänen paikkoja. Tällä tavoin kokonaisuutta oli kaikkein helpointa tarkentaa ja hahmottaa. Samalla koko työryhmän kesken pystyttiin paremmin suunnittelemaan tekniikan asennuspaikkoja ja ratkaisemaan jo mahdollisia tulevia ongelmia.

Pidimme koko työryhmän kesken suunnittelukokoukset viikon välein, kun tuotannon pystytykseen oli kuukausi aikaa. Kokouksia oli neljä, ja jokaisen aluevastaavan kanssa pidin palavereita kaksi kertaa. Työryhmän suunnittelukokouksissa apuna käytettiin myös lavastajan Pakkahuoneen tilasta tekemää pienoismallia (kuva 6). Pienoismalli on vaneripohjalle tehty pohjapiirustus, johon seinät on tehty kapalevystä ja liimattu paikoilleen. Jokaisella aluevastaavalla oli myös oma pohjapiirustus, jonka avulla suunnitella kokonaisuutta.



Kuva 6. Retkeilykierroksen suunnittelun apuna käytetty pienoismalli. Tummat viivat pohjapiirustuksessa kuvastavat sermien paikkoja. (Kuva: Laura Honkanen.)

Tarkennetun suunnittelun vaiheessa selvensin myös tapahtuman kokonaisideaa toimeksiantajan kanssa. Tällöin käytiin lävitse tapahtuman tarkka sisältö ja

suunniteltiin yksityiskohtia pienoismallia apuna käyttäen. Toimeksiantaja piti myös lavastajan kanssa kokouksia lavastuksen sisällöistä sekä tarpeista.

### **3.6 Aluevastaavien ohjeistaminen**

Tapahtuman suunnittelija selventää aihealueittain jokaiselle vastaavalle henkilökohtaisesti haluamansa sisällöt, eli tässä tapauksessa valon, äänen, kuvan ja lavastuksen sisällöt. Tällä tavoin jokainen vastaava ymmärtää, mitä suunnittelija haluaa ja pystyy hankkimaan tarvittavia välineitä toteutusta varten. Yhteistyössä suunnittelijan kanssa jokainen vastaava tekee ratkaisevat päätökset laitteistojen käytöstä ja mahdollisista hankinnoista. Jokaisen vastaavapalaverin jälkeen tulee vielä käydä suunnitelmaa koko tuotantoryhmän kanssa lävitse. Tällä tavoin edistetään rakennusvaiheen jouhevuuutta ja jokainen vastaava tietää tarkalleen oman tehtävänsä sekä on selvillä toisten vastaavien toimista.

Elementtien suunnittelussa otin myös huomioon vastaavien omat ehdotukset, koska monesti parempi lopputulos saavutettiin yhteisesti asiaa pohtien. Tätä prosessia helpotti erityisesti koulussa ja sen ulkopuolella kerätty tuntemus eri AV-elementtien käytöstä ja mahdollisuuksista. Esimerkiksi valosuunnittelussa pystyin arvioimaan, mitä heittämiä voisimme käyttää ja mitkä värikalvot tukisivat parhaiten kokonaisajatusta. Samalla lavastusta miettiessäni hahmotin valonheittimien tilantarpeen ja lämpenemisen. Yhdessä valon vastaavan ehdotusten kanssa löysimme parhaimman lopputuloksen.

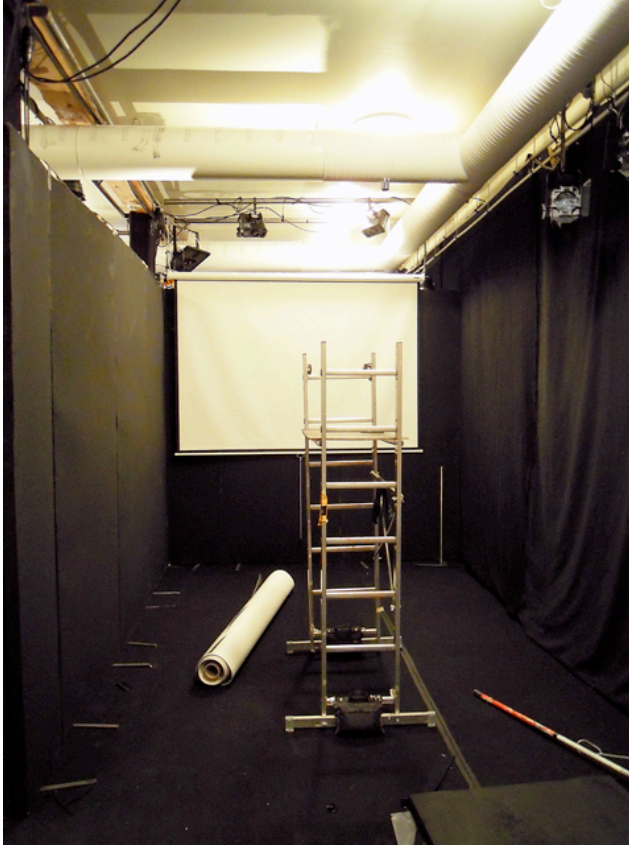
### **3.7 Tapahtuman rakentaminen**

Tapahtuman rakentamiselle tulee varata tarpeeksi aikaa, mutta rakennuspäiviä voi rajoittaa esimerkiksi esitystilasta veloitettava vuokra. Tapahtuman rakennuspäiville tulee suunnitella ajolista, joka sanelee järjestyksen eri elementtien rakentamiselle. Ensimmäisenä on järkevintä asentaa lattiamatto paikoilleen (kuva 7) ja lavastaa tila mahdollisimman valmiiksi (kuva 8), minkä jälkeen kuva, ääni ja valo hahmottavat helpommin omat paikkansa. Tapahtuman rakennus-

vaihe on suunnittelijalle raskain, koska hyvin tehdystä suunnittelusta huolimatta ongelmatilanteita ja muutoksia tulee. Lisäksi kokonaisuutta tulee valvoa ja ohjeistaa koko rakentamisen ajan. Onnistuneeseen monimediaiseen lopputulokseen pääseminen on kaikkien käytössä olevien eri elementtien kanssa tasapainoilua.



Kuva 7. Pakkahuoneen esitystilan pienempi huone matotettuna. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)



Kuva 8. Pakkahuoneen esitystilan lattiat matotettuna, oikean puoleinen seinä verhoiltuna ja vasemmalla sermit pystytettynä veneilyn teeman alueelle. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaa rakennettiin kuusi päivää. Työryhmän sairastapausten vuoksi töitä jouduttiin lopulta tekemään yölläkin, jotta kaikki rakennustyöt saatiin ajoissa valmiiksi. Rakennusvaiheessa huomasin, kuinka muutoksia tehdessä oli huomioitava jokainen elementti. Esimerkiksi videon esityskankaan uudelleen sijoittaminen muutti äänen, videoprojektorin ja jopa valonkin sijoitusta. Lavastuksen tai sermin siirtäminen saattoi vaikuttaa kaikkeen. Jokainen siirto tuli pohdittua tarkkaan. Esimerkiksi 3D-videonurkkausta muokattiin rakennusvaiheessa vaihtaen esityskankaan ja näin ollen myös projektorin sijoituspaikkaa sekä luoden sermeillä intiimimpi nurkkaus katselutilan rauhoittamiseksi. Samalla itse pääasiallisesta kulkureitistä saatiin tilavampi. Tarve muutokselle ilmeni, kun paperilla tehdyt suunnitelmat konkretisoituivat rakennusvaiheessa. Suunnitteluvaiheessa tila tuntui riittävältä. Kyseinen muutos oli kuitenkin ainoa suuri poikkeama alkuperäisestä suunnitelmasta. Suurilta muutoksilta vältyttiin huolellisen suunnittelun ansiosta.

### 3.8 Tapahtuman ylläpito ja purku

Tapahtuman ylläpitoa varten tulee ottaa huomioon mahdolliset ongelmatilanteet, kuten esityslaitteistojen, lavastuksen, esitettävän materiaalin, valonheitinten tai valonheitinkalvojen vioittuminen. Ennen tapahtuman avausta tulee laitteet testata esitettävällä materiaalilla. Lisäksi esityslaitteita, kuten cd- ja dvd-soittimia, tulisi olla varalla, mikäli esityskäytössä oleva soitin vioittuu. Kaapelivedot tulee teipata ja tarvittaessa piilottaa näkyvistä. Kokonaisuuden tulee näyttää huolitellulta ja siistiltä. Tämä luo uskottavuutta koko tapahtumalle.

Ylläpitoa varten on hyvä olla tarpeeksi teknistä henkilökuntaa paikalla. Lisäksi kävijöiden vastaanottaminen ja ohjeistaminen on yksi osa kokonaisuutta. Tämän voi tehdä henkilökohtaisesti esimerkiksi kierroksen alussa, mutta kierrokselle on järkevää lisätä mahdollisimman yksinkertaisia ohjeistuksia kävijöitä varten. Tapahtuman purkua varten on hyvä suunnitella purkujärjestys ja sopia valmiiksi tavaroille väliaikaiset sijoituspaikat, josta ne sitten liikkuvat kohti lopullista sijoituspaikkaansa.



## **4 Presentoinnin sisällöt**

### **4.1 Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma**

Kokemuksellisen ja monimediaisen presentaation lopullinen sisältö koostui eri alueiden (2D- ja 3D-video, valo, ääni, lavastus, tuoksut sekä valokuvat) yhteen sovittamisesta. Pyrin seuraavaksi erittelemään alueittain käytössä olleet elementit ja tuomaan valokuvien avulla esille yhtenäistä lopputulosta. Alueittain käsiteltynä presentaation osa-alueet avautuvat selkeämmin ja valokuvat havainnollistavat alueista muodostuvan kokonaisuuden. Käytettyjen laitteiden teknisiä ominaisuuksia käyn lävitse pintapuolisesti ja vain mikäli kyseinen laitetekninen ominaisuus on erityisesti vaikuttanut elementin valintaan presentaation osana.

### **4.2 Lavastus**

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaa aloitettiin ensimmäiseksi suunnittelemaan lavastajan kanssa. Haasteena oli saada esitystilan pinta-ala tehokkaasti ja näyttävästi käytettyä. Lisäksi lavastuksella pyrittiin pitämään monen eri äänilähteen tuomat äänet hallinnassa, jotta vältettäisiin näyttelytilassa helposti ongelmaksi muodostuvan pohjamelun syntymistä.

Retkeilykierrokselle todettiin tarvittavan 24 kpl isoja sermejä (kuva 9). Sermit tehtiin 122 x 275 cm:n kokoisina. Lisäksi tarvittiin pienempiä sermejä 7 kpl. Niiden korkeudet pysyivät samana kuin isojen mutta leveydet olivat 60 – 90 cm välillä. Sermien tukijalat tehtiin rautaputkesta ja lattaraudasta. Tuennan putkiosa asennettiin sermin sisälle lattaraudan jääden lattiaa vasten. Isojen sermien koko 122 x 275 osoittautui järkevimmäksi ratkaisuksi kahdesta eri syystä. Ensimmäinen sermien molemmille puolille tuleva kovalevy myytiin tässä mittakoossa ja oli taloudellista käyttää koko levyn pinta-ala hyödyksi. Toisena syynä oli esitystilan äänentoistosta helposti syntyvä melumassa, jota pyrittiin vähentämään korkeammalle ulottuvilla sermeillä. Sermien sisälle laitettiin myös 50 mm paksut Finnfoam-äänieristelevyt.



Kuva 9. Tapahtuman sermejä pystytettyinä jalustoilleen ennen oikeille paikoille siirtämistä ja asentamista. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Lattian peittämiseksi suunniteltiin aluksi mustaa tanssimattoa, jota Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoululta olisi saatu käyttöön. Maton tuli suojata lattiapintoja siirrettävän lavastuksen ja kengät jalassa kulkevien vieraiden takia sekä olla väriltään yhtenäinen lavastussermien ja seinäkankaiden kanssa. Lattiamaton valinnassa päädyttiin kuitenkin mustaan messumattoon, jota hankittiin 100 neliömetrin verran tuotanto- ja työntekoyhtiö Pågå:sta. Tähän valintaan vaikutti mattoa myyvän yrityksen ammattitaitoisuus ja ehdotus käytettävän maton materiaalista. Matto todettiin hyväksi ratkaisuksi vaimentamaan tilassa syntyviä äänen heijastuksia ja näin ollen vähentämään melun määrää. Ison salin takaseinä peitettiin Pakkahuoneelta saaduilla mustilla kankailla, jotka leikattiin sopivaan mittaan. Lisäksi kalastusteeman huoneen seinät peitettiin mustilla kankailla kokonaan. Vaelluksen teeman seinään käytettiin naamiointiverkkoa (kuva 10), jolla haluttiin saada luotua tilaan tehtävään metsään syvyyttä valaistuksen avustuksella. Käytössä olleet sermit maalattiin kattomustalla maalilla ja käytettiin mustia kankaita tilojen peittelyyn. Valoisana tilana säilytettiin Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman aloitustila, jossa oli esillä valokuvia tuotannon tekijöistä sekä OF Pohjois-Karjala imagomarkkinointimateriaalituotannon matkailun eri teemoja esittelevää videomateriaalia. Tähän tilaan tuleville valokuville teetettiin puurimoista tummat kehykset tuomaan kontrastia valokuvien ja vaalean seinän välille. Tapahtumaa varten tehtiin vanhasta laudasta sekä ratapölkkyistä nel-

jä kappaletta kahden istuttavia puupenkkejä, joista yksi asetettiin aloitustilaan ja loput eri kohtiin kierrosta. Lisäksi kierrokselle johtavan oviaukon ympärille tehtiin vanhasta harmaantuneesta laudasta puukehys.



Kuva 10. Naamiointiverkon, mustan seinäkankaan ja videokankaan yhteen sovittamista vaelluksen teeman alueella. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Vaelluksen teemaa varten rakennutettiin pitkospuut ja ympärille jäävä lattiapinta peitettiin sammaleella, puilla, luonnonkivillä sekä soralla (kuva 11). Pakkasessa säilytetty ja jäisenä tilaan levitetty sammal oli tuoretta ja antoi parhaimman tuoksun. Lisäksi käytettiin myös kuivatettua sammalta. Puut tuotiin jäisen tuoreina metsästä ja myös niiden annettiin sulaa asetetuille paikoilleen. Jalustana käytettiin perinteisiä joulukuusenjalkoja. Tilassa oli yhteensä viisi erikokoista kuusta ja kolme erikokoista mäntyä. Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman aloitustilasta siirryttäessä retkeilykierroksen alkupäähän pitkospuuta ympäröimään laitettiin kiviä ja hiekkaa sekä yksi kuusi (kuva 12). Tässä kohtaa tila oli kapeimmillaan.



Kuva 11. Vaelluksen teeman pitkospuut ja ympärille tehty sammalmetsä.  
(Kuva: Tuukka Pakarinen.)



Kuva 12. Vaelluksen teeman ja Retkeilyä Pakkahuoneella kierroksen alku.  
(Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Vaelluksen teeman pohjalle levitettiin 2–3 kerrosta paksua läpinäkyvää suoja-  
muovia. Levitetyt muovit teipattiin tiiviisti saumakohdilta ja reunoilta. Tällä tavoin  
vältettiin mahdolliset kosteusvauriot alle jäävässä puisessa lattiapinnassa ja  
päälle levitettyä sammalikkoa pystyttiin pitämään kosteana esityspäivien ajan.

Jokaista teemaa varten (vaellus, melonta, veneily, kalastus) tehtiin vaellusrei-  
teille tyypilliset opaskyltit ja niihin kirjoitettiin paikannimi, jossa kyseisen teeman  
mukaista aktiviteettiä voi harrastaa (kuva 13). Esimerkiksi vaelluksen teemaan  
johdattavassa opasviitassa luki ”Koli”. Kyltit rakennettiin vanhasta laudasta ja  
heinäseipäistä. Paikannimet poltettiin puuhun polttokolvilla.



Kuva 13. Yksi neljästä Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman opaskylteis-  
tä. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Melonnin teeman alueelle esille laitettiin kajakki noin metrin korkeudelle puisten  
ristitukien päälle. Kajakin lähelle tilan nurkkaukseen asetettiin naulakko melon-  
tavarusteille sekä peili varusteiden sovitusta varten. Peiliin tehtiin tapahtumaa

varten jalat 9 mm:n vanerista ja ne maalattiin kattomustalla. Melonnan kypärä, liivit ja mela olivat jokaisen kävijän kokeiltavissa. Melonnan alueen reunalla valokuvien alapuolella lattiassa oli pieni korotus, johon laitettiin kaksi mielenkiintoisen muotoista kelopuun oksaa ja puun kääpä. Seinässä oli myös esillä ohjeistus varusteiden käytöstä. Melonnan teema oli lavastukseltaan haastavin tilan rajauksen ja muiden elementtien yhteensovittamisen osalta (kuva 14).



Kuva 14. Melonnan teeman alue tulosuuntaan päin kuvattuna. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

3D-videon katselunurkkaukseen sijoitettiin yksi neljästä puupenkistä ja kaksi leveää puupölyä, joista muodostui pöytä 3D-videon katselua varten tarvittaville laselle ja kuulokkeille äänimaailman kuunteluun. Veneilyn alueelle vei kapeampi käytävä, joka täytettiin sivuilta erikokoisilla rantakivillä. Veneilyn teeman yhteyteen tehtiin ranta-alue, johon pohja tehtiin karkeammasta rantahiekasta ja rantakivistä. Rannalla oli penkki, jossa kävijä sai istua "lammen" äärellä (kuva 15). Vesistön pohja tehtiin sinisen eri sävyillä maalatulla tanssimatolla.



Kuva 15. Veneilyn teeman lammen ranta. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

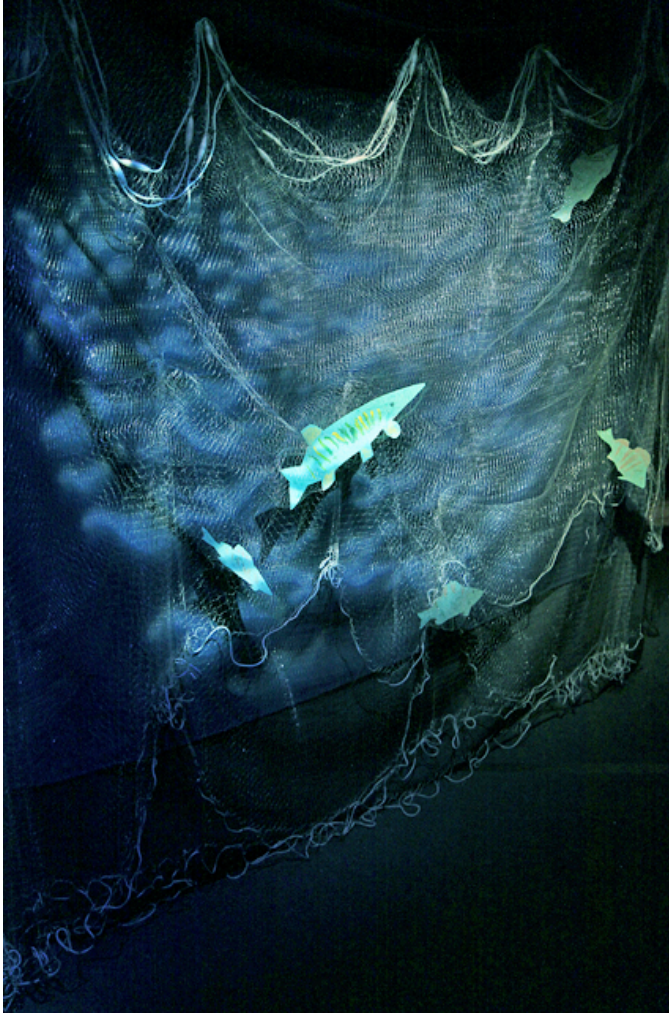
Kalastuksen teema toteutettiin pienemmässä erillisessä huoneessa, joka saatiin sermien rajauksella luontevasti liitettyä osaksi kokonaiskierrosta. Huoneen sisääntuloreitin eteen laitettiin 200 litran akvaario mustaksi maalatusta vanerista tehdylle korokkeelle, akvaarion sisälle laitettiin soraa, luonnonkiviä ja oksia. Akvaarioon tuotiin presentaation avauspäivänä järvestä katiskalla pyydystettyjä särkiä sekä sattumalta mukaan pyydykseen eksynyt made (kuva 16). Kaloja ruokittiin kalanruoalla ja vettä vaihdettiin päivittäin jäiseen järviveteen, josta kalat oli pyydetty. Tällä tavoin kalat pysyivät virkeinä koko tapahtuman ajan. Itse kalastuksen teeman huone oli rajattu mustalla kankaalla kokonaan reunoiltaan ja katosta. Reunoilla olevan mustan kankaan päälle laitettiin kalastusverkkoa antamaan tilalle teeman mukainen tunnelma akvaarion lisäksi.



Kuva 16. Kalastuksen teeman akvaario ja taustalla näkyvä videokangas. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Kalastuksen teeman kierrokselta ulos vievän käytävän varrelle sijoitettiin sermilä rajatun nurkkauksen kohdalle tummansininen kangas, jonka etupuolelle laitettiin kalastusverkkoa. Verkon sisälle kankaaseen kiinnitettiin Reijolan päiväkodin lasten kartongista tekemiä kaloja, kuten haukia ja ahvenia (kuva 17). Kutsuvieraspäivänä näytännöissä oli tässä kohtaa kävijöille tarjolla ongintaa. Kävijä sai ongen tullessaan kalastuspaikan kohdalle ja pystyi onkimaan kankaan takaa Karelia Expertin kustantaman VisitKarelia-muistitikun, jossa oli tilaisuudessa julkaistut imagomarkkinointivideot. Kaikille avoimina kutsuvieraspäivinä ei ongintaa kuitenkaan ollut tarjolla, koska Karelia Expert halusi tarjota muistitikut ainoastaan tuotannon ympärillä olleille toimijoille sekä käyttää loput tilaamastaan 250 muistitikusta omiin muihin käyttötarkoituksiinsa.





Kuva 17. Kalastuksen teeman ongintapaikka. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

### 4.3 Video- ja valokuvat

Matkailun imagomarkkinointimateriaalin esitettävät videot jaettiin teemojen mukaisesti vaelluksen, melonnan, veneilyn ja kalastuksen alueelle. Videoita oli yhteensä 8 kappaletta. Vaelluksesta, melonnasta ja kalastuksesta oli kaksi videota ja veneilystä yksi video. Videot projisoitiin teemakohtaisesti teemojen esityskanville, joissa ne esitettiin peräkkäin. Videot pyörivät jatkuvana toistona. Lisäksi tuotannossa kuvattua aktiviteettien tunnelmaan liittyvää materiaalia ja kierroksella esillä olevien videoiden parhaimpia paloja oli myös koostettu yhdeksi videoksi. Kutsuimme tätä materiaalia fiilisvideoksi. Fiilisvideo ja tuotannon varsinaista tekemistä kuvaavat valokuvat (making of) olivat esillä Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman aloitushuoneessa (kuva 18). Aloitushuoneessa fiilisvideo

esitettiin Karelia Expertiltä lainaksi saadun teräväpiirtotelevision ja pienikokoisen tietokoneyksikön kautta.



Kuva 18. Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman aloitushuone. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Imagomarkkinoinnin videomateriaalit esitettiin kierroksella dvd-soittimien kautta ja heijastettiin videoprojektoreilla esityskankaille. Materiaali esitettiin dvd:ltä kyseiselle formaatille mahdollisella SD (Standard-definition)-laadulla. Videoprojektoreita oli käytössä kuusi kappaletta, joista yksi oli 3D-videoprojektori. Dvd-soittimia oli varattu videotuotosta varten yhteensä seitsemän kappaletta. Viisi soitinta oli jatkuvassa esityskäytössä ja vikatilanteisiin varauduttiin kahdella vara-soittimella. Videoprojektorit kiinnitettiin katossa kulkeviin esitystekniikkaa varten oleviin putkiin. Projektoreja varten saatiin kiinnityskelkat. Lisäksi videotekniikasta vastaava Jarmo Jääskeläinen teki kaksi projektorialustaa itse. Kierrokselle asennettiin kaikkien teemojen kohdalle rullalta avattavat esityskankaat (screenit). Vaelluksen ja kalastuksen teeman screenit pystytettiin tukijalkojen avulla, mutta melonnan ja veneilyn esityskankaat saatiin kiinnitettyä kattorakenteisiin. Jokaista screeniä varten oli varauduttu jalustakiinnitykseen.

Asennuksen yhteydessä esityskankaiden jalustat piilotettiin näkyvistä lavastuksen kankaiden avulla. Kankaiden tuli uppoutua osaksi kokonaisuutta. Esimerkiksi vaelluksen teeman alueella esityskangas oli sammalmetsikön ja puiden lomassa. Melonnan teemassa kangas nostettiin korkeammalle ja huoneen kul-

maan. Katsoja joutui näin ollen nostamaan hieman katsettaan screeniä kohden. Veneilyn teeman kangas asennettiin lavastuksen ja valon avulla tehdyn lammen taakse (kuva 19). Kalastuksen teemassa esityskangas piilotettiin kankailla osaksi mustaa kangasseinää.

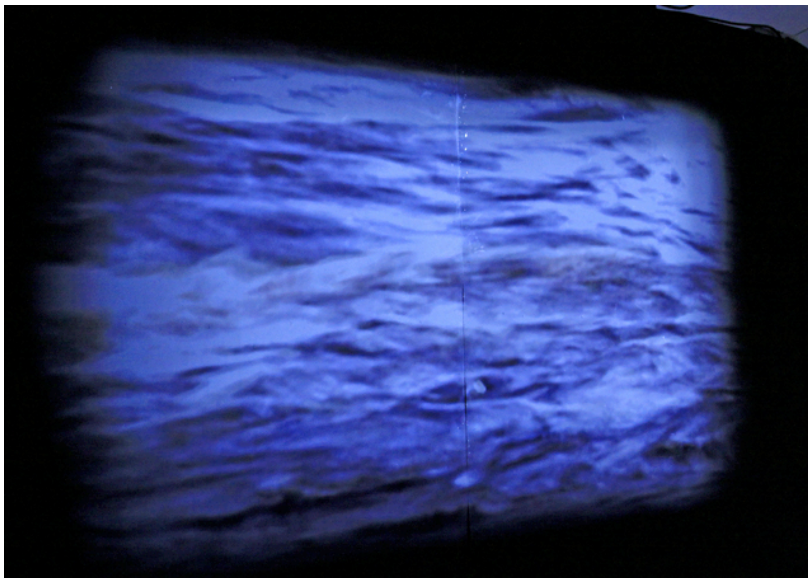


Kuva 19. Videokangas asennettuna veneilyn teeman yhteydessä (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Veneilyn teeman tukena kierroksella oli esillä pienempään rajattuun tilaan laitettu ”Joelta Joensuuhun” niminen 3D-videoesitys. Kierros koostui Pielisjoelta veneen kyydistä sekä helikopterista kuvatusta 3D-videomateriaalista. Videossa kuljettiin Joensuun lävitse kanavan kautta ja katsoja sai kokea uudella tavalla Joensuuhun saapumisen. Videon tukena oli Erno Hulkkosen suunnittelema kaupungin äänimaisema. Idea tähän 3D-videoon tuli varsin myöhään elokuussa 2010, ja kuvasin veneilyn materiaalin yhteistyössä Sami Jumppasen kanssa aurinkoisena mutta jo varsin viileänä päivänä. Helikopterista kuvattu materiaali oli kuvattu jo vuotta aiemmin keskikesällä. Näin ollen eri ajankohtaan kuvattu videomateriaali tuli värimääritellä yhteensopivaksi ja ottaa erot kuvien välillä

huomioon leikatessa. Valmis materiaali ajettiin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Scratch-työaseman ja 3D-videoprojektorin kautta kankaalle.

Melonnan teeman tueksi kajakin yläpuolelle sermiin heijastettiin koskesta kuvattua kuvaa jatkuvana toistona (kuva 20). Video kuvattiin tarkoitusta varten jo lumen tultua, mutta koska videossa tuli näkyä vain kosken kuohua, saatiin haluttu materiaali kuvattua Joensuun Karjalantalon läheisyydestä Pielisjoesta. Tämän jälkeen materiaali editoitiin ja esitettävä materiaali projisoitiin seinälle. Seinälle heijastettaessa videoprojektorin linssin reunat peitettiin teipillä ja näin saatiin videon reunat rajattua halutulla tavalla ja pehmenettyä. Lisäksi videoprojektorin linssi säädettiin hieman epätarkaksi, jotta video näkyi seinällä miellyttävän pehmeänä ja upposi kokonaisuuteen.



Kuva 20. Melonnan teeman seinälle heijastettiin videota koskesta. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Teemoihin sopivat valokuvat tulostettiin mattapintaiselle valokuvapaperille ja pohjustettiin valkoiselle kapalevyille. Kapalevystä jätettiin 2 cm:n levyiset paspikset kuvan ympärille. Tapahtuman aloitushuoneessa esillä olleille making of -valokuville (11 kpl) tehtiin puukehykset, jotka liimattiin kiinni paspikseen. Kierroksella olevat valokuvat jätettiin ilman kehyksiä, koska musta sermi ja valkoinen paspis muodostivat miellyttävän kontrastin kuville.

Valokuvat jaettiin jokaiselle kierroksen teemalle (kuva 21). Vaelluksen ja melonnan teemoille laitettiin molemmille esille neljä kuvaa. Veneilyyn johtavan käytä-

vän varrelle tuli kolme kuvaa ja kalastuksen alueelle viisi. Veneilyn kuvamateriaalia olisi saanut olla enemmän, mutta tuotannon aikana kuvia ei ollut ehditty ottaa tarpeeksi. Valokuvat ripustettiin sermeihin AH-Print-painopaikasta saaduilla kapalevyyn kiinni painettavilla lenkeillä ja siimalla. Siima kiinnitettiin sermien ylärimaan pienillä nauhoilla.



Kuva 21. Kalastuksen teeman alueen valokuvia sermeistä tehtyihin väliseiniin ripustettuna. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

#### 4.4 Valosuunnittelu

Lähtökohtana valojen suunnittelulle Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaan olivat täysin pimennetyt huoneet. Tilaa rajaavat sermit pyrittiin pitämään huomaamattomina ja sulauttamaan osaksi pimeyttä. Halutut elementit, kuten lavastus ja valokuvat, tuotiin esille kohdennettujen valojen avulla. Valot suunniteltiin tilan pohjapiirustuksen avulla huomioiden katon kiinnityspaikat, valon suuntaukset ja heitinten lämpeneminen. Jokaisen teeman värimaailma mietittiin tarkkaan, ja valon vastaava Tiia Pulkkinen tilasi valonheittämiin tarvittavat värikalvot Starlike-yhtiöltä. Osa kalvoista saatiin Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestintän varastolta. Kalvoja joita tilattiin lisää olivat 139 LEE Primary Green ja 089 LEE Moss Green vaelluksen teemaa varten. 750 LEE Durham Frost -kalvoa käytettiin kaikissa teemoissa ja 728 LEE Steel Green -kalvoa tilattiin kalastuksen teeman akvaarion ja ongintapaikan valaisemista varten.

Tilaisuuden valaisu pyrittiin tekemään pääasiallisesti Joensuun Pakkahuoneen uusiutunutta valokalustoa käyttäen. Pakkahuoneen kalustosta valaisussa käytettiin pieniä fresnell- ja profiiliheittämiä. Lisäksi käytössä oli kaksi led-heitintä, jotka led-polttimonsa ansiosta pysyivät varsin viileinä. Led-heitimet käytettiin akvaarion valaisemiseen pyrkimyksenä pitää akvaarion veden lämpötila mahdollisimman alhaisena kalojen mukavuuden vuoksi. Veneilyn teeman valoilla tehtyä lampea varten tilattiin kaksi American DJ H2O led-efektiheitintä, joilla vesikuvio saatiin aikaiseksi. Lisäksi veneilyn teemaan johdattavalle käytävälle hankittiin 21 kappaletta pieniä paristoilla toimivia Dot-it led-valaisimia, jotka toivat tunnelmaa ja nostivat esille käytävän varrella olevat rantakivet (kuva 22).



Kuva 22. Veneilyn teemaan johdatteleva käytävä rajattiin erikokoisilla kivillä ja niiden alle sijoitettiin led-valaisimet tuomaan kivet esille. (Kuva: Tuukka Pakarinen.)

Vesiefektiä ja veneilyn teemaan johdattavaa käytävää varten hankitut valot olivat paras tapa saada haluttu lopputulos aikaiseksi kustannukset, lämpeneminen ja tilantarve huomioon ottaen. Veneilyn teeman käytävälle sijoitetut pienet led-valot olivat erittäin valotehoisia ja helppo sijoittaa kivien alle. Vesiefektin toteutus pyrittiin aluksi tekemään vuokratulla valokalustolla, mutta kyseisen efektin

tekemiseen olisi tarvittu varsin kookkaat ammattitason heittimet, joiden vuokra olisi noussut liian korkeaksi. Lisäksi ongelmaksi olisi muodostunut kookkaiden heittimien sijoittaminen ja lämpeneminen. Edullisempi ja käytännöllisempi ratkaisu oli ostaa tarkoitusta varten harrastelijatason heittimet Thomann-verkkokaupasta, jolloin yhden heittimen hinnaksi muodostui noin 130 euroa kuljetuskustannuksineen. Pienikokoiset heittimet oli helppo sijoittaa tilaan eikä heittimien lämpenemisestä tarvinnut huolehtia (kuva 23).



Kuva 23. Pienikokoisten H2O led-heittimien alustavaa testausta. (Kuva: Minna Rätty.)

Tapahtumassa kierroksen varrella esiteltäviä valokuvia varten tarvittiin pienikokoisia valonheittämiä, joiden valo saatiin kohdennettua suppealle alalle. Tätä varten hankittiin 20 kappaletta 35 watin pieniä spot-valaisimia Clas Ohlson-tavaratalosta. Erikseen hankimme valaisimille halogeenilamput, jotka olivat huomattavasti led-lamppuja edullisempia ilman suurempaa valotehollista eroa. Valaisimet asennettiin pystytettyihin ja ylhäältä tuettuihin sermeihin. Valaisimien asentaminen ja suuntaaminen onnistui käyttämällä videotuotantojenkin valaisun apuna paljon käytettäviä kiinnikkeitä, sekä jatkovarsia joihin pienet ja kevyet valaisimet oli helppo kiinnittää. Valaisimissa itsessään oli myös valmiit kiinnitysklipsit, jotka helpottivat asentamista. Kaapelivedot oli helppo tehdä katossa jo

valmiina olevien jakorasioiden kautta, sillä niiden toinen pää oli kytkettynä so-capex-liittimin valon himmenninyksikköön. Himmenninyksikkö sai syöttövirtansa Pakkahuoneelle tulevasta 32 ampeerin voimavirtalähdöstä. Himmenninyksikön kautta signaali jakautui valon ohjausyksikköön, josta kaikkien valojen voimakkuuden säätäminen suoritettiin.

#### **4.5 Äänisuunnittelu**

Äänisuunnittelu tehtiin äänen vastaavan Erno Hulkkosen kanssa. Yhteinen käsitys halutuista äänimaisemista oli jo alustavasti molemmilla tiedossa. Kävimme kuitenkin jokaisen teeman äänimaailman lävitse ja sovimme halutut äänelliset elementit sekä kaiuttimien sijoituspaikat. Kaiuttimien oikeanlainen sijoittelu oli tärkeässä osassa helposti syntyvän melumassan välttämiseksi. Kaikkien tapahtumassa käytettyjen presentaation elementtien asetelussa otettiin erityisesti huomioon ääni. Sijoittelulla ja materiaalivalinnoilla pyrittiin minimoimaan äänen ei-haluttua leviämistä tilassa. Jokaista videoesityskangasta varten tuli sijoittaa kaksi kaiutinta stereoäänen luomiseksi. Äänentoistoon käytettiin pääasiallisesti Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun Genelec-kaiuttimia ja lisäksi melonnan sekä veneilyn teemoissa Pakkahuoneelta käyttöön saatuja kattoon ripustettavia kaiuttimia. Lavastuksen tueksi jokaisen teeman välille sijoitettiin ambienssiääniä varten yksittäiset Genelec-kaiuttimet. Aloitushuoneen lcd-televisioon sijoitettiin toimivat pienikokoiset Genelec-kaiuttimet.

Retkeilykierroksen alkuun ajettiin kannettavalta MacBook -tietokoneelta luonnon ambienssia herättämään kävijälle vaikutelma metsästä linnunlaulun ja mäntymetsän huminan avulla. Melonnan teemassa yksi kaiutin piilotettiin kajakin sisälle, jolloin kävijä tullessaan kajakin lähelle kuuli kosken kuohunnan. 3D-videota varten katsojille asetettiin kaksi kappaletta kuulokkeita, joihin äänimaailma tuotiin kahden Shuren kuunteluvahvistimen kautta. Kuulokkeiden avulla äänimaailma saatiin pidettyä suljettuna ja kaupungin äänimaisema oli kuuntelijalleen inttiimpi. Veneilyn teeman käytävälle rantakivien lomaan asetettiin kaiutin, josta kuului pienen matkailuveneen moottorin ääntä ja lokkien kirkunaa. Kalastuksen teeman kohdalle kierrokselta pois vievän käytävän varteen asen-



nettiin kaiutin sinisen kankaan taakse. Kävijät kuulivat tällä kohtaa virvelin heiton ääniä ja vieheen veteen loiskahduksen.

Äänikalusto pyrittiin myös upottamaan mahdollisimman tehokkaasti osaksi lavastusta tai kokonaan näkymättömiin. Vaelluksen teemassa kaiuttimet sijoitettiin puiden ja verhoilun taakse. Melonnassa kaiuttimet nostettiin kattotankoihin kiinni ja pois näkyvistä. Veneilyn teemassa kaiuttimet asettuivat lammen taakse esituskankaan vierelle kattokiinnikkeillä. Kalastuksen teemassa äänentoiston asentaminen verhoilun taakse koitui ongelmalliseksi, joten kaiuttimet jätettiin kankaiden etupuolelle pimentoon. Kaikista vähänkin esillä olevista kaiuttimista piilotettiin vihreä virtavallo mustalla teipillä pois näkyvistä.

#### **4.6 Tuoksut**

Tarkoituksena oli saada mahdollisimman luonnollisia tuoksuja Retkeilyä Pakka-huoneella -kierrokselle herättämään ja tuomaan kävijöille yksi aistimus lisää. Tuoksujen tuottamiseen pohdittiin monenlaisia ratkaisuja kuivattujen lehtien höyrystämisestä tuoksu kynttilöiden käyttöön. Mietin myös monien eri tuoksujen käyttöä, mutta tuntui järkevämmältä pitää suunnitelma yksinkertaisena. Vaelluksen teemaa suunniteltaessa parhaaksi tuoksujen lähteeksi todettiin tuoreet pakka-säästä tuodut kuuset ja männyt. Nämä pyrittiin pitämään koko näyttelyn ajan virkeinä kastelemalla ja sumuttamalla puita säännöllisesti. Metsän tuoksun aromia vahvennettiin luonnonmukaisella männyn saunatuoksulla, joka sekoitettiin veden kanssa suihkepulloon ja suihkutettiin puiden sekä sammalikon päälle. Toinen tuoksujen lähde oli akvaario, josta saatiin kalan tuoksua kalastuksen teeman alueelle. Metsän tuoksu heti kierroksen alussa ja kalan tuoksu kierroksen lopussa muodostivat kävijälle kierroksen kokonaisvaikutelman. Tällaisella yksinkertaisella tavalla saatiin tehtyä tuoksuun pohjaava muisto kierroksen muun materiaalin tueksi.

## 5 Yhteenveto

Kokonaisuudessaan Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma onnistui käytettävissä oleviin resursseihin ja aikaan nähden lähes täydellisesti. Syksyllä 2010 hahmotellessani tapahtuman kokonaisrunkoa tiesin tavoitteiden olevan tapahtuman suhteen korkealla sekä osasin alustavasti jo hahmottaa tulevia haasteita. Lavastaja Laura Honkasen kanssa olimme sopineet heti aluksi tapahtumaa suunnitellessa, että on paljon tuottavampaa ottaa kunnon haasteita vastaan kuin mennä helpoimman kautta. Asenteet olivat siis alusta asti kohdallaan. Huolellinen vaikkakin aikataulussaan liiankin tiukalle mennyt suunnittelu toi tekemiseen varmuutta ja tuotannon osalta yllätyksiä ilmeni varsin vähän. Suurempia kompromisseja haluamieni elementtien osalta en joutunut tekemään ollenkaan, mistä saan kiittää toimeksiantajani Raija Ruususen joustavuutta sekä työryhmältä löytyvää asennoitumista. Onnistuimme myös yleisöpalautteiden pohjalta katsottuna todella hyvin. Palautteet olivat lähes pääsääntöisesti positiivisia ja tapahtuman eri osa-alueita tasapuolisesti ihastelevia, mistä voimme päätellä tapahtuman elementtien olleen hyvin tasapainossa keskenään (liite 3). Tältä pohjalta voimme myös perustella kokemuksellisen presentoinnin onnistuneen mainiosti ja tapahtuman sisältöjen kohdanneen yleisön toiveet.

Erityisen suuritöiseksi tuotannossa muodostui lavastajan toimenkuva, johon onneksi apua löytyi kavereiden ja tapahtumatyöryhmän lisäksi molempien opinäytteen tekijöiden lähipiiristä. Lavastuksen työaikataulu ja tarvittava henkilömäärä olisi pitänyt suunnitella vielä tarkemmin, koska kokonaisaikataulu joutui venymään rakennusvaiheessa liikaa ja koko työryhmä oli välillä varsin kovilla. Asiaa eivät helpottaneet työryhmän sairastapaukset, ja töitä tehtiinkin viimeisinä päivinä ennen ensimmäistä kutsuvierastilaisuutta noin 1,5 tunnin yönillä. Tapahtuma valmistui, kun ensimmäiset kutsuvieraat olivat aloittaneet kierroksen kiertämisen ja samaan aikaan toisella puolen kierrosta vedettiin tikkaita eteenpäin kiinnittäen viimeisiä tauluja seinille. Kaikki haasteet kuitenkin pyrittiin ratkaisemaan hyvällä yhteistyöllä työryhmän kesken sekä tarvittaessa neuvoa kysymällä.

3D-veneilyä ja lentokuvaa sisältänyt ”Joelta Joensuuhun 3D” -videon kanssa oli haasteita tekovaiheesta kierroksen esitysvaiheeseen saakka. Tässä minua auttoivat kierroksen 3D-videota kanssani kuvannut Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun viestinnän videopuolen opiskelija Sami Jumppanen ja videopuolen lehtorimme Jyrki Kurki. 3D-video oli mukava lisä tapahtumalle ja sopi mielestäni hyvin kokonaisuuteen kuitenkin liikaa korostumatta. 3D-videolle tehdyistä muutoksista, kuten nopeutuksista ja hidastuksista, seurasi hieman epämiellyttävä videon epätasaisena toistona ilmenevä ongelma, jonka ainakin enemmän videotekniikkaan sekä 3D-videon toistoon perehtynyt katsoja pystyi huomaamaan. Tiesin jo videon tekovaiheessa, että tällainen riski on olemassa, mutta video olisi mielestäni ollut katselukelvoton ja tylsä ilman kyseisiä nopeutuksia ja hidastuksia. Yleisöpalautteissa tähän ilmiöön ei kukaan tavallinen kävijä kiinnittänyt huomiota.

Tapahtuman ensimmäisen päivän aikana palautekirjaan kirjoitettujen yleisöpalautteiden ja keskusteluiden kautta ilmeni myös kierroksen liiallinen äänenvoimakkuus (liite 3). Tähän reagoitiin madaltamalla kierroksen kokonaisäänenvoimakkuutta kahteen eri otteeseen niin toistettavien videoiden kuin äänellisten efektienkin osalta. Tämä tasapainotti huomattavasti äänellistä kokonaisuutta vaimentaen ison osan tilassa syntyvästä melumassasta mutta säilyttäen kuitenkin äänenvoimakkuuden sopivana. Toimeksiantajan puolelta kritiikkiä tuli kierroksella olevien taulujen asennuskorkeudesta. Korkeutta ei enää tapahtuman aikana muutettu, koska säätäminen olisi vienyt paljon aikaa enkä kokenut asiaa niinkään ongelmallisena. Jälkeenpäin ajatellen tulinkin kuitenkin siihen tulokseen, että taulut olisi pitänyt asentaa hieman alemmaksi. Tällöin ne olisivat kiinnittäneet vielä paremmin kävijöiden huomion.

Erityisen tärkeäksi asiaksi kattoon asennettujen videoprojektoreiden ja valonheitinten osalta nousi lämpeneminen. Tähän oltiin jo varauduttu suunnitteluvaiheessa miettien valonheitinten osalta mahdollisimman vähän lämpeneviä ratkaisuja. Silti tilan katossa oleva lämpötila tuntui nousevan turhan korkeaksi ja ensimmäisen kutsuvierasnäytännön aikana yksi videoprojektoreista ilmoitti varoitusmerkinnällä liiallisesta käyttölämpötilasta. Tähän ongelmaan toimivaksi ratkaisuksi muodostui tilan esitystekniikan yhteyteen kattorakenteisiin tehty ko-

neellinen ilmanvaihto, joka kytkettiin tehokkaampaan asentoon. Näin tekniikan ylikuumenemiselta vältyttiin. Lisäksi ulkona oli esityspäivien aikana parhaimmillaan lähes 30 astetta pakkasta, joten tarvittaessa tuuletimme tiloja pitämällä ovia hetken aikaa päivisin auki, jolloin kokonaislämpötila saatiin nopeasti laskettua.

Erimielisyyksiä tai ongelmia työryhmän sekä tilaajan kesken ei ilmennyt kovinkaan paljoa. Suunnitelmat pyrittiin tekemään mahdollisimman hyvin asioista tiedottaen ja keskustellen, jolloin pääsääntöisesti jokaisella oli hyvä kokonaiskäsitys tuotannon tavoitteista ja sisällöistä. Esitystekniikan suunnittelun ja lavastuksen yksi mainittava väärinymmärrys tapahtui ainoastaan videotoistoa varten hankittujen esityskankaiden osalta. Lavastuksen oletuksena oli, että videon esityskankaat tulevat ulottumaan periaatteella lattiasta kattoon saakka, kun taas suunnittelijana pidin itsestään selvänä, että kankaat rajataan 16:9 kuvasuhteen alalle videon toistettavan resoluution mukaan. Tällöin videota varten lavastukseen upotettu esityskangas ei näy vaaleana videon ulkopuoliselta alalta ja sopii näin ollen paremmin kokonaisuuteen. Tästä syntynyt väärinymmärrys saatiin kuitenkin ratkaistua Pakkahuoneelta saaduilla mustilla kankailla. Ne liitettiin videokankaiden reunoilta alkavaksi mustan teipin avulla. Tältä osin suunnittelijalle ja lavastajalle jäi tilanteesta opittavaa.

Suuren työmäärän jälkeen tapahtuman valmistuttua alkoi kolmen päivän tapahtuma-aika tuntua liian lyhyeltä. En ajatellut asiaa tarpeeksi suunniteltuvaiheessa ja jälkepäin mietittyäni tapahtuma olisi voinut pitää avoinna vähintäänkin viisi päivää. Tällöin tuleva viikonloppu olisi houkuttellut varmasti enemmän vierailijoita paikalle. Nyt tapahtuman kesto oli keskiviikosta perjantaihin. Asiaa pohdittiin tapahtuman aikanakin mutta päätettiin, että tapahtuma-aikaa ei pidennetä. Tähän tulokseen tultiin, koska lehti-ilmoituksessakin oli ilmoitettu tapahtuma kolmipäiväiseksi.

Yhteistyö ja luottamus tilaajan sekä työryhmän välillä olivat tärkeä osa onnistumista ja hyvää ryhmähenkeä. Nämä asiat olivat jo OF Pohjois-Karjalan imago-markkinointimateriaalin tuotannon kautta muodostuneita ominaisuuksia, jotka auttoivat suunnittelutyötä tehdessä luottamaan omaan porukkaan. Joensuun

Pakkahuone esitystilana antoi myös hyvät resurssit tuotannon käyttöön ja helppo lähestyttävyyys sekä asioiden neuvottelemisen tekivät toiminnasta sujuvaa. Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumassa käyneiden vieraiden positiiviset kommentit ja aiheesta heränneet keskustelut jättivät minulle onnistuneen kuvan koko tapahtumasta ja myös paljon uusia ideoita mahdollisia tulevaisuuden tuotantoja varten.

## 6 Pohdinta

Matkailuviestinnän kehityksen eteen on Suomessa vielä paljon tekemistä. Matkailulliset vahvuudet ja kehitystarpeet osataan huomioida ainakin Matkailun edistämiskeskuksen sekä työ- ja elinkeinoministeriön tutkimuksissa. Keinot ja välineet tehokkaaseen sekä luovaan viestintään ovat olemassa. Kuitenkin matkailun ja viestinnän yhteen sulautumiseen tulisi panostaa. Guy Debord toteaa teoksessaan *Spektaakkelin yhteiskunta* (2005, 10–11) vanhan teollisuusyhteiskunnan toimineen erikoistumisen ja tehtävien sekä elämänalueiden jakamisen kautta. Tehtaassa työtehtävät oli jaettu osiin eri työläisten kesken, joista jokainen hoiti vain oman työsektorinsa tarvitsematta kiinnittää huomiota vierustoverinsa töihin. Työ ei myöskään sisältänyt kommunikaatiota. Yhteiskunta oli jaettu tuottavaan työosioon ja tuottamattomaan vapaa-aikaan. Tämän tuotannon ja ihmisten eristymisen kautta nousi tarve eri alojen väliselle kommunikaatiolle, koordinoinnille ja yhteistyölle. Tarvittiin viestinnän ammattilaisia, jotka voivat yhdistää työnjaon kautta eristäytyneet yksilöt yhdeksi kansaksi. Tällöin tuotteena olikin kommunikaatio ja ihmisten yhdistäminen jo tehdyn tavaran tai spektaakkelin avulla.

Mielestäni Debordin esimerkki kuvaa hyvin tämän hetkistä tarvetta viestinnän ja matkailun yhdistämisen osalta. Eri alojen yhdistäminen ei kuitenkaan yksin riitä. Osaltaan suomalaisten matkailutoimijoiden tulisi oppia arvostamaan ja ymmärtämään maamme matkailullisia vahvuuksia, jotka näyttävät helposti meille suomalaisille liiankin itsestään selvinä asioina. Perspektiiviä voisi hakea muiden maiden matkailullisista lähtökohdista ja luoda tarpeeksi katsetta myös tulevaisuuteen. Ennustukset elämisyhteiskunnasta voivat toimia yhtenä viitteenä matkailun lisääntyvään kulutukseen ja elämysten kysynnän nousuun. Itse näen asian yksinkertaisesti niin, että puhtauden, luonnon, rauhan ja niiden keskelle tuotujen aktiviteettien, palvelujen sekä tietoliikenneyhteyksien kysyntä tulee olemaan kasvava jo pelkästään lisääntyvän Venäjältä tulevan turismin myötä. Se mitä muuta tähän ympärille voidaan tarjota, on mielikuvituksesta kiinni. Oli se sitten eukonkannon,- suojalkapallon tai hyttystentappokilpailun kaltaisia tapah-

tumia tai jotain aivan toisenlaista. Elämysten tuottaminen on hyvä lähtökohta tällaisia tapahtumia suunnitellessa.

Kokemuksellinen monimediainen presentointi voi olla yksi toimivista tavoista matkailun ja viestinnän yhdistämiseen sekä se voi toimia myös matkailuviestinnän työkaluna. Esittelemääni käytäntöä voidaan soveltaa niin ulkomaisen kuin kotimaankin matkailun edistämiseen tai johonkin täysin muuhun alueeseen. Presentoinnissa käytettäviä elementtejä voi vaihdella sekä uudistaa esittämisen tapoja ja välineitä tai tuoda joku vielä mainitsematon elementti lisää monimediaisen presentaation yhteyteen. Matkailuviestinnän presentoinnissa on hyvä miettiä termien ”kokemus” ja ”elämys” merkitystä. Selvää on, että jokaiselle ihmiselle merkitys on erilainen, koska jokainen kokee asiat eri tavalla. Monimediainen presentatio voi kuitenkin sisältää monia eri tapoja kokemusten ja elämysten luomiseen. Presentointia suunnitellessa tulee sisältö rajata halutun teeman mukaiseksi. Rajatun sisällön myötä voidaan päättää sopiva kohderyhmä ja sen esitettävään sisältöön kohdistuvat tarpeet. Tällä tavoin voidaan matkailuviestinnällä luoda kohdistettuja kokemuksia ja elämyksiä sekä herättää monimediaisen presentoinnin kautta kiinnostus halutusta tuotteesta.

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuma representoi pääasiallisesti matkailuviestinnän teemojen kautta luoden ihannekuvan Pohjois-Karjalan luonnosta ja sen tarjoamista harrastusmahdollisuuksista. Teemojen elementit kuten tuoksuva metsä ja sammal, linnun laulu, kosken kohina, lammen veden liikkeet sekä rauhassa lipuvat kalat representoivat puhdasta luontoa ja sen moninaisuutta Pohjois-Karjalan alueella. Lisäksi tapahtuma itsessään edustaa OF Pohjois-Karjala-hankkeen ja Karelia Expertin Pohjois-Karjalan alueen matkailun esille tuojina ja toimijoina. Tapahtuman presentointia voidaan lähestyä refleksiivisestä ja konstruktivistisesta näkökulmasta todeten tapahtuman heijastavan tietyiltä osiltaan todellisuutta, mutta samalla tuottavan todellisuutta sekä ollen osa sitä. Eroavaisuudet näiden kahden näkökulman välillä vaihtelevat tapahtuman eri sisältöjen kohdalla teemoittain sekä kävijäkohtaisesti. Presentatio vaikuttaa jokaiseen kävijään hieman eri tavoin ihmisten kiinnostuksen kohteiden ja luontaisten eroavaisuuksien vuoksi. Intentionaalista näkökulmasta pääsemme tilaajan ja tapahtuman suunnittelijan haluihin sekä motiveihin käsiksi. Tällöin voimme luo-

kitella tilaajana toimineen OF Pohjois-Karjala -hankkeen motiiviksi luoda juuri sopivalla tavalla hankkeen toimintaa edustava presentaatio, jonka suunnittelijan motiivina on luoda tilaajaa tyydyttävä lopputulos täyttäen samalla omat tuotannonle sekä sen sisällölle asettamansa ambitiot.

Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaa suunnitellessani mielessäni kävi paljon erilaisia ratkaisuja, kuinka tulevaisuudessa tällainen presentaatio voitaisiin toteuttaa. Kehittyvän 3D-videotekniikan tarjoamat mahdollisuudet elämysten luomisessa yhdistettynä ääneen, lavastukseen ja tuoksuihin olisivat mielestäni varsin kehityskelpoisia asioita kokeiltavaksi. Esimerkiksi huvipuistojen elämysteattereissa käytettävää 4D-videotekniikkaa voisi hyödyntää, eli lisätä fyysisesti vaikuttavia tekijöitä kuten tärinää, tuuliefektiä tai ruiskutettavaa vettä videon osaksi. Tästä pidemmälle viety 5D-tekniikka tarjoaa mahdollisuuden erikoisefekteihin, kuten savun, sateen, salamoinnin tai erilaisten hajujen käyttöön. (Simnoa Technologies Ltd 2010). Jerusalemissa 4D-tekniikkaa on hyödynnetty osana matkailua ja sitä käytetään viihteellisenä osana teatterissa esitettävää Jerusalemin historiasta kertovaa videota (GoJerusalem.com 2011).

Nykyaikana tekniikan kehittymisen vauhti on niin nopeaa, että futuristinenkin kuvitelma saattaa tulla muutamassa vuodessa mahdolliseksi. Mauri Ylä-Kotola ja Mehdi Arai toteavat kirjassaan Uusmedia-tieteen perusteet (2000, 54) kolmiulotteisten käyttöliittymien yleistymisen ja juurtumisen kuluttajien arkeen kotona sekä työpaikoilla. 3D-käyttöliittymä lisää immersiota eli käyttäjän sulautumista mediamaiseman sisään.

Tällä hetkellä elämme juuri 3D-tekniikoiden murroskautta. Tulevaisuuden monimediaisen presentaation elementtejä pohtiessa voinee puhua audio 3D-visiomotorisuudesta ja sen muuntautumisesta multisensomotorisuudeksi. Tämä tarkoittaa Ylä-Kotolan ja Arain (2000, 55) mukaan käyttäjälle tarjottuja tunto-, maku- ja hajuaistille ruumiin liikkeen mukaan määräytyviä mediasisältöjä kuvien ja äänen ohella.

Pelkästään Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumaa olisi voinut viedä vielä paljon pidemmällekin jo olevilla teknisillä ratkaisuilla, mutta käytettävissä oleva aika



sekä budjetti kuitenkin loivat omat rajoituksensa. Kyse oli myös kokemuksellisen ja monimediaisen presentaation kokeilevasta pilottiversiosta, jonka tulosten pohjalta voi miettiä pidemmälle vietyjä ratkaisuja. Pidempiaikaisen tapahtuman tarpeisiin tulisikin ensimmäiseksi huomioida elävien elementtien valinnassa niiden elinaika. Tarkoitan tällä Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtumassa käytössä olleita puita, sammalikkoo ja kaloja. Erityisesti puut ja sammalet alkavat nopeasti kuihtua, vaikka niitä kasteleekin. Pidempiaikaiselle tapahtumalle nämä muodostavatkin jo paljon suuremman haasteen kuin esimerkiksi lyhyelle mesuesittelylle.

Voisin kuvitella, että tulevaisuudessa Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman ja Pömpelin kaltaisia monimediaisia sovelluksia tehdään enemmän ainakin matkailuviestinnän käyttöön. Pömpeli on hyvä esimerkki yksinkertaisesta ja pieneen tilaan sijoitettavasta monimediaisesta sovelluksesta, jossa katsoja lähinnä saa paikaltaan seisten kokemuksen pääasiallisesti videota katsellen. Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman kaltainen malli pyrkii luomaan irtautumisen kokemuksen arjesta ja siirtymän hetkeksi toiseen maailmaan. Molemmat mallit sisältävät samoja ominaisuuksia, mutta Pömpeliin verraten on Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman kokemuksellinen ja monimediainen ympäristö huomattavasti pidemmälle viety kokonaisuus, ei pelkästään kokonsa puolesta vaan myös monimediaisten elämysten näkökulmasta. Uskon, että molemmille malleille löytyy jo itsessään käyttötarkoituksensa ja yhteen sovittamalla sekä tulevaisuuden teknologiat huomioiden on mahdollista luoda vielä uudenlainen näistä elementeistä jalostettu kokonaisuus.

Monimediaista ja elämyksellistä kokonaisuutta tavoitellessa tulee pitää päämääränä ihmisen eri tavat kokea. Usein perinteisissä näyttelyissä on tarjolla paljon informaatioita tarkentavine vuosilukuineen ja termeineen. Kokemuksellisuuden muodostamisessa tulisi kuitenkin keskittyä kävijän aisteihin ja niiden kautta elämyksen luomiseen. Nykyisessä informaatiopitoisessa maailmassa tietoa tarjotaan kaikkialla. Tällöin asioiden pelkkä aistiminen on paljon miellyttävämpi kokemus kuin pakollinen kirjoitetun tai kuulokkeista kuullun tiedon vastaanottaminen, ainakin matkailuviestinnän kontekstissa. Kokemuksellisessa presentoinnissa kyse on tietynlaisen perinteisen tiedonhankinnan tavan murroksesta, eli

eri aistimuksilla tuotu informaatio on tehokkaampi keino saada vastaanottaja ymmärtämään ja kiinnostumaan kuin tarkalleen selitetty faktatieto. Kokemuksellisen monimediaisen presentoinnin suunnittelijan tulee näin ollen määrittää haluamansa sanoma ja muuttaa se sanoista tai teksteistä kiinnostavaksi aisteja ärsyttäväksi visuaaliseksi kokemukseksi sekä elämykseksi.

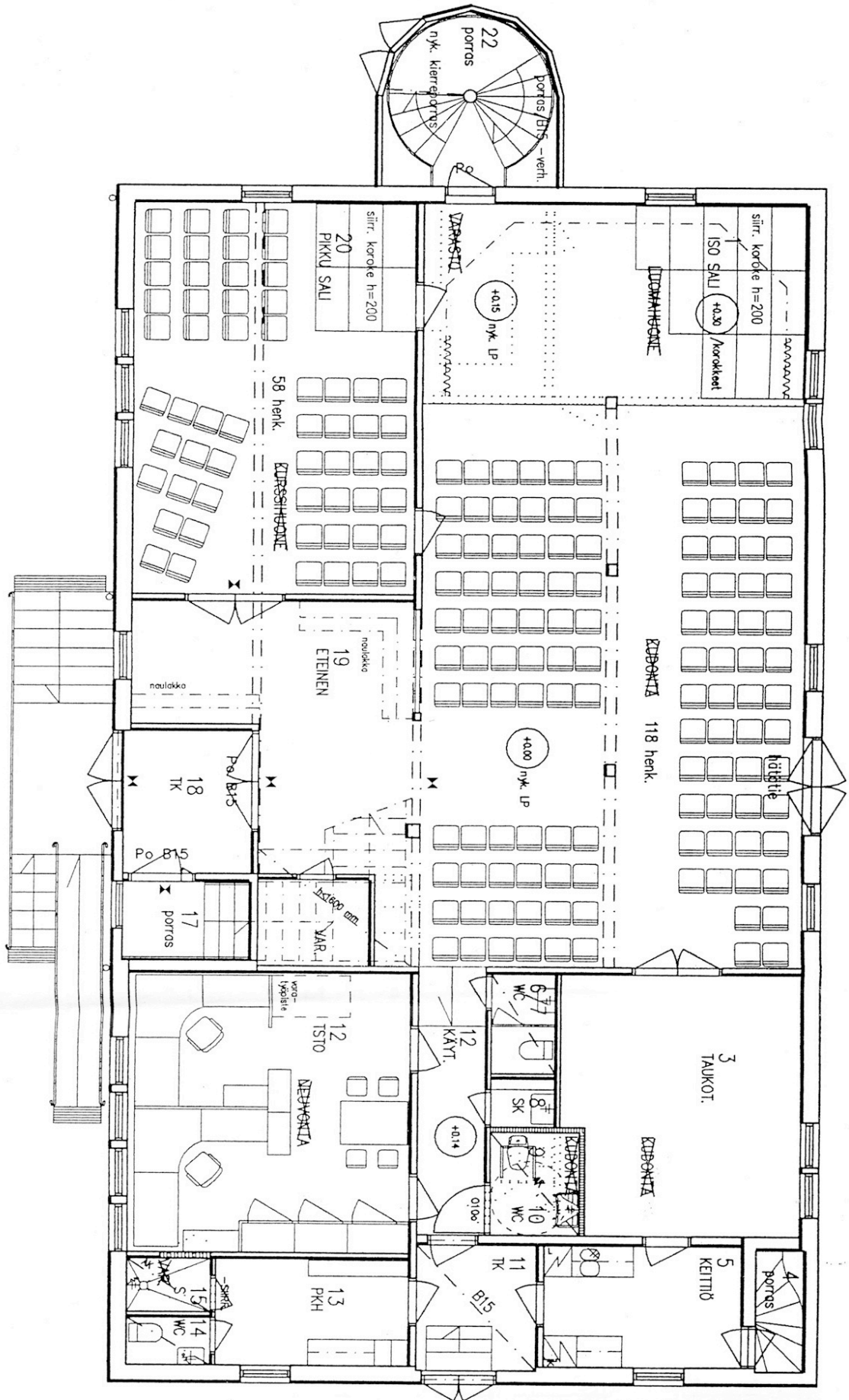
Lähtökohdiltaan ei-kaupallisella monimediaisella presentoinnilla ja matkailuviestinnällä voidaan mielestäni saavuttaa sama lopputulos kuin kaupallisella matkailuviestinnällä, kunhan asiakkaalle vain luodaan oikeanlaisia mielikuvia ja saada halutunlainen kokemus aikaiseksi. Tällöin asiakkaan kiinnostuminen informoitavasta matkailuaktiviteetistä tai -kohteesta sekä ajautuminen ei-kaupallisen matkailun markkinointiviestinnän kautta matkailutuotteen äärelle tapahtuu luotettavamman, lähinnä informaatiota ja elämyksiä sisältävän kanavan kautta kuin perinteisin markkinoinnin keinoin.

## Lähteet

- Alakoski, L. Bäck, A. Isacsson, A. 2008-2010. Mmm... Moniaistisuus matkailun markkinointiviestinnässä. Laurea ammattikorkeakoulu. Tekes, Vapaa-ajan palvelut -ohjelman hanke.
- Albanese, P. Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Bennett, T. Grossberg, L. & Morris, M. 2005. New keywords: A revised vocabulary of culture and society. United Kingdom: Blackwell.
- Davidson, D. 2010. Cross-Media Communications: An Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences. ETC Press. [http://www.lulu.com/content/content\\_download\\_redirect.php?contentId=8211723&version=3](http://www.lulu.com/content/content_download_redirect.php?contentId=8211723&version=3). 06.04.2011.
- Debord, G. 2005. Speaktaakkelin yhteiskunta. Helsinki: Summa.
- GoJerusalem.com. Jerusalem Time Elevator Tickets. [http://www.gojerusalem.com/discover/item\\_9983/Jerusalem-Time-Elevator-Tickets](http://www.gojerusalem.com/discover/item_9983/Jerusalem-Time-Elevator-Tickets). 07.05.2011.
- Hall, S. 1997. Representation Cultural Representations and Signifying Practices. London: SAGE. [http://books.google.fi/books?id=dAqycFD4PBsC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=hall+the+work+of+representation&source=bl&ots=38ZX0M-hh4&sig=FkA7\\_9OWABpvHm50SoWT5JKLYSo&hl=fi&ei=\\_oe2TYDzA9HGtAb26vTCDQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=2&ved=0CQAQ6AEwAQ#v=onepage&q=hall%20the%20work%20of%20representation&f=false](http://books.google.fi/books?id=dAqycFD4PBsC&pg=PA7&lpg=PA7&dq=hall+the+work+of+representation&source=bl&ots=38ZX0M-hh4&sig=FkA7_9OWABpvHm50SoWT5JKLYSo&hl=fi&ei=_oe2TYDzA9HGtAb26vTCDQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CQAQ6AEwAQ#v=onepage&q=hall%20the%20work%20of%20representation&f=false). 27.04.2011
- Herkman, J. 2005. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.
- Hietanen, O. Kuusisto, R. & Siivonen, K. 2009. Matkailun elämystuotannon toimialan visiot ja ennakointi -ohjelman väliraportti. [http://www.tse.fi/FI/yksikot/erillislaitokset/tutu/Documents/publications/eTutu\\_2009-15.pdf](http://www.tse.fi/FI/yksikot/erillislaitokset/tutu/Documents/publications/eTutu_2009-15.pdf). 16.02.2011
- Jensen, R. 1999. The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business. New York: McGraw-Hill.
- Karlén, H. Palonen, M. 2006. Markkinointiviestinnän tehostaminen. Tampereen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Tutkintotyöraportti.
- Karvonen, E. 2004. Koko maailmako elämyspuistoksi? Simuloitujen maailmojen tuottamisen kysymyksiä. Teoksessa Kupiainen, J. Laitinen, K. (toim.) Kulttuurinen sisältötuotanto? Helsinki: Joensuun yliopiston Mediakulttuurin keskus. Edita, 63–64.
- Kauppinen, S. Järvinen, E. Kivilä, E. & Koskinen, P. 2010. Kirjailijat erimielisiä monimedian määritelmästä. Tutka. [http://www.verkkotutka.fi/index.php?option=com\\_content&view=article&id=714:kirjailijat-erimielisiae-monimedian-maeeritelmaestae&catid=143:mitae-monimedia-on&Itemid=571](http://www.verkkotutka.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=714:kirjailijat-erimielisiae-monimedian-maeeritelmaestae&catid=143:mitae-monimedia-on&Itemid=571). 06.04.2011
- Kerttula, E. Liikenneministeriö. 1996. Multimedialla tiedon valtatielle. Helsinki: Edita.
- Knuuttila, T. Lehtinen, A.-P. 2010. Johdanto: Representaatio – tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi. Teoksessa Knuuttila, T. Lehtinen, A.-P. (toim.) Representaatio. Helsinki: Gaudeamus University Press, 7.

- Kostiainen, A. Ahtola, J. Koivunen, L. Korpela, K. Syrjämaa, T. 2004. Matkailijan ihmeellinen maailma. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2009. Elämys. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.  
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166>.  
 01.02.2011.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2002. Lapin elämysteollisuuden strategia.  
[http://www.lapinliitto.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=53864&name=DLFE-3200.pdf](http://www.lapinliitto.fi/c/document_library/get_file?folderId=53864&name=DLFE-3200.pdf). 31.03.2011
- Laurea ammattikorkeakoulu. 2010. Pömpeli, tekniikka. Laurea ammattikorkeakoulu. <http://www.pompeli.net/tekniikka.html>. 27.08.2010
- Laurikainen, R. Palonen, S. 2009. Eteläaasialaisille suunnattu moniaistinen matkailuviestintä Case: Pömpeli. Laurea ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Lusto Suomen metsämuseo. Hiljaisuuden huone.  
[http://www.lusto.fi/nayttelyt\\_ja\\_tapahtumat/perusnayttely/hiljaisuuden\\_huone.html](http://www.lusto.fi/nayttelyt_ja_tapahtumat/perusnayttely/hiljaisuuden_huone.html). 17.02.2011
- Matkailun edistämiskeskus – MEK. 2011. Outdoors Finland (OF). Matkailun edistämiskeskus – MEK.  
[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Kes%C3%A4aktiviteetit\\_-\\_Outdoors\\_Finland](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Kes%C3%A4aktiviteetit_-_Outdoors_Finland). 16.02.2011.
- Matkailun edistämiskeskus – MEK. 2009. Outdoors Finland - aktiviteettien kehittämisohjelman kansallinen koordinointi 2009–2011 -hanke käynnistynyt. Matkailun edistämiskeskus – MEK.  
<http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/OutDoors?opendocument&np=A>. 25.04.2011
- Pine, Il.J. Gilmore, J.H. 1999 The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Rossi, L-M. 2010. Representaatio. Esityksiä, edustamista ja eroja: Representaatio on politiikkaa. Teoksessa Knuuttila, T. Lehtinen, A-P (toim.) Representaatio. Helsinki: Gaudeamus University Press, 263–264.
- Ruusunen, R. 2010. OF Pohjois-Karjala -hankkeen esittely. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu.  
[http://pax.ncp.fi/joomlaof/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=16&Itemid=4](http://pax.ncp.fi/joomlaof/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=16&Itemid=4). 26.08.2010.
- Seppänen, J. 2005. Visuaalinen kulttuuri. Tampere: Vastapaino.
- Simnoa Technologies Ltd. 2010. Info Center, FAQ.  
<http://www.simnoa.com/info.htm>. 06.05.2011.
- Sivistyssanakirja. 2001. Presentaatio. Juva: WS Bookwell.
- Söderström, J. Väyrynen, J. 2010. Moniaististen teknologioiden mahdollisuudet. Laurea ammattikorkeakoulu. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010. Suomen matkailustrategia 2020.  
[http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia\\_020610.pdf](http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf). 03.02.2011.
- Williams, R. 1976. Keywords A Vocabulary of Culture and Society. Great Britain: Fontana/Croom Helm.
- Ylä-Kotola, M. Mehdi, A. 2000. Uusmedia-tieteen perusteet. Helsinki: Edita.

# Joensuun Pakkahuoneen pohjapiirros



**Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman kierrosaikataulusuunnitelma**

Keskiviikkona 15.12.2010 OF Pohjois-Karjala -hankkeessa järjestettävä kutsuvieraspresentaatio.

Klo: 14.00

OF Pohjois-Karjala -hankkeessa mukana ollut vieras saapuu paikalle. Hän pysäköi ajoneuvon kadun varteen. Mukanaan hänellä on kutsu, jossa kerrotaan OF Pohjois-Karjala matkailun imagomarkkinointimainosten tuotannosta ja julkaisusta, VisitKarelian osuudesta, kehoitetaan pukeutumaan retkeilyvarusteisiin ja tulemaan retkeilymiehellä paikalle. Pakkahuoneen taloa valaisee neljä valonheitintä, rappusille on laitettu havunoksia ja ulkotulet palavat portaiden alapäässä. Mahdollisesti pihapiirissä on ulkonuotio, jossa keitetään nokipannukahvia vieraille tarjottavaksi.

Klo: 14.05

Vieras astuu sisälle rakennukseen, jossa vastaanottava henkilö auttaa häntä jättämään ulkovaatteet eteisessä olevaan naulakkoon ja ohjaa siirtymään läheiseen ”pieneen saliin”.

Klo: 14.10

Vieras astuu sisälle aloitussaliin, jossa on jo muutamia muitakin vieraita paikalla. Tilassa hän näkee tarjoilupöydän, seinillä olevia valokuvia, näytön jossa pyörii OF Pohjois-Karjala -tuotannon fiilisvideo hiljaisella äänellä, sekä kuusi kappaletta (halkaisija n. 50 cm) olevia pöytiä, joiden ympärillä voi seistä. Vieraille tarjoillaan mustikkashotti (alkoholilla/alkoholiton) ja hän kiertelee katsellen kuvia ja vilkaisee myös näytöllä pyörivää videota.

Klo: 14.15

Kaikki kutsuvieraat ovat saapuneet ja heidät toivotetaan tervetulleiksi OF Pohjois-Karjala imagomarkkinointimateriaalien julkaisutilaisuuteen. Kävijöille kerrotaan, että kierroksen jälkeen on tarjolla kahvit.

**Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman kierrosaikataulusuunnitelma**

Klo: 14.18

Vieras kulkee pienen salin päädyssä olevasta ovesta. Ensimmäisenä vastaan tulevat hämärässä olevat pitkospuut ja luonnonäänet. Seinillä on vaelluksen teemasta valokuvia. Pitkospuut vievät ahtaammasta tilasta avarampaan, jossa pitkospuiden ympärille avautuvat sammalmatto ja muutama puu sekä opaskyltti "KOLI". Katsoja seuraa pitkospuilta valkokankaalla pyörivää vaelluksen mainoksia.

Klo. 14.21

Vieras kävelee pitkospuilta ja kiertää sermin, jonka toisella puolella on tilassa keskellä kajakki puutelineillä. Kajakin lähellä kuuluu kosken kuohuntaa ja melonnan ääniä. Seinille heijastuvat kosken vedet. Vieras näkee kyltin, jossa lukee "RUUNAA" ja kävelee tilassa eteenpäin. Hän katsoo kankaalle heijastettavat melonnan teeman mainokset. Tämän jälkeen hän kiinnittää huomiota seinällä oleviin melonnan valokuviiin. Tilassa on myös kokeiltavana melonnan liivit, kypärä ja mela sekä ohjeet melontaan.

Klo 14.25

Vieras kulkee eteenpäin kiertäen sermin ja huomaa oikealla puolellaan pitkän seinän, jossa on valokuvia ja opastekyltti "JOENSUU". Vasemmalla puolella on pienessä nurkkauksessa näyttö, jossa pyörii video. Näytön vieressä on opaste "joelta Joensuuhun 3D". Vieras istahtaa penkille, laittaa kuulokkeet korville ja 3D-lasit silmille. Kuulokkeista kuuluu luonnon ja kaupungin ääniä, vieras lähestyy Joensuuta jokea pitkin ilma- sekä vesistö kuvien kautta, kulkee lävitse kanavan ja jatkaa matkaa ohi Joensuun.

Klo 14.30

Vieras saapuu hieman avarampaan tilaan ja huomaa vasemmalla puolella valkokankaalla veneilyn teeman mainoksen. Lattiaan on heijastettu veden liikkeitä, efektin reunalla on rantakivikkoa ja puupenkki. Pakkahuoneen takaseinä on peitetty mustalla kankaalla. Vieras katsoo videon ja kulkee sitten ohi kyltin jossa lukee "KESÄLAHTI".

**Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman kierrosaikataulusuunnitelma**

Klo 14.32

Vieras saapuu huoneeseen, jossa hänen edessään on akvaario täynnä Suomen järvikaloja (mm. ahvenia ja särkiä). Akvaarioon on suunnattu valot ja kävijä kiertää akvaarion joko vasemmalta tai oikealta puolelta kulkiessa onkivavasta muodostuvan kaaren alitse. Katsoja huomioi seinälle heijastuvat kalastuksen mainokset ja huomaa, että kattoa peittävät kalastusverkot. Tilassa on myös neljä pilkkijakkaraa.

Klo 14. 35

Vieras poistuu kalastuksen teemahuoneesta ja huomioi kalastuksen teeman valokuvat sekä voi onkia sermin ylitse Karelia Expert pussukan, jossa mainokset ovat muistitikulla pienen joulukortin kera. Tämän jälkeen hän poistuu näyttelystä ja näkee, että vasemmalla käytävän varressa ovat vessat. Vieras palaa takaisin aloitustilaan ja häntä ohjeistetaan antamaan palautetta (suullisesti tai palautekirjaan) mikäli haluaa sekä ottamaan suolaista palaa.

Klo 14.50-15.00

Kaikki vieraat ovat kiertäneet kierroksen ja tulleet aloitushuoneeseen. Keskustelua käydään vapaamuotoisesti itse tapahtumasta ja tuotannosta. Karelia Expert jakaa mahdollisia esitteitä. Ihmiset syövät suolaista ja alkavat hiljalleen poistua paikalta.



**Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman palautteita**

"Hienosti toteutettu, tykkäsin paljon kokonaisuuksista lavastuksissa! Hienoa, vaivan arvoinen ponnistus!"

"Kokonaisuus tosi hyvä, asiaa matkailusta ja kohteista huumorilla höystettynä. Uskottavasti puree ihmisiin parhaiten."

"Olipas mukava käydä tilaisuudessa. Valokuvat oli niin hyviä myös vaikka tekisitte kalenterin?"

"Mukava kokemus erittäin ystävällisen ja ammattimaisen ottein toimivan "tuotantoryhmän" kanssa. Lopputulos monipuolinen ja hyvin matkailun vahvuuksia esille tuova. Fiilis huokuu näin paukkupakkasillakin kesän lämmöstä ja tunnelmasta"

"Esittelykierros oli aiheeseen liittyen visuaalisesti todella nerokkaasti toteutettu. Videot kuvasivat matkailuaihetta hyvin pohjois-karjalaista maisemaa kunnioittaen. Sopivasti pientä "pilkettä silmäkulmassa". Kiitoksia kaikille olen ylpeä siitä, että sain olla osallisena tällaisessa tuotannossa."

"Kiitos. Hieno ja elämyksellinen kokonaisuus jossa kuljetetaan tiloilla, äänillä, tuoksuilla ja kuvalla. Syntyy hienoja assosiaatioita luonnon ja ihmisen tekemän kohtaamisesta. Musiikkidramaturgiassa olisin luottanut enemmän luonnon äänistä ja ambiensseista rakennettuihin tunnelmien kuljetuksiin. Videoiden tarinoista parhaiten minulle toimivat melonta, snorkkelityttö ja pukumiehet. Pitkospuut oli hieno tapa kulkea paikasta toiseen. Kiitos."

"Mukava päiväretki Pohjois-Karjalassa! Meillä on monipuolinen luonto retkeilyyn mitä erilaisimmilla tavoilla. Tällainen "kuvasafari" herättää katsojassa kutkuttavan kiinnostuksen lähteä itse kokemaan kuvien kertomissa maisemissa retkeilyn iloja. Kiitos tästä reissusta!"

**Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman palautteita**

”Loistava kokonaisuus! Eri osiot sulautuivat hienosti yhteen. Toimiva jatkumo. Äänimaailma oli hyvin suunniteltu. Vaikka oli paljon ääniä, ne eivät häirinneet toisia ja sekoittuneet liiaksi. Myös eri osien äänet pysyivät omissa tiloissaan.”

”Lavastus toi mukavan tunnelman! Puiden tuoksu oli ihana ja pienet yksityiskohdat ja erikoisuudet, muun muassa kalat, kyltit ja uimakieltokyltti täydensivät kokonaisuutta. Uimakieltokyltti toi myös mukavasti huumoria esiin videoiden lisäksi. Videot olivat monipuolisia ja ihanasti toivat luonnon tunnelman ja kauuneuden esiin. Ja tietysti 3D oli superhyvä! Tapahtuman ajan kohta vällan loistava, koska varmasti moni alkaa pohtia kesän lomanviettomahdollisuuksia aikaisin. Kiitos! Eteisessä liian kylmä! Ovia voisi pitää ehkä kiinni, ainakin väliovea!”

”Iso työ, erilainen ja persoonallinen toteutus. Nykyaikainen, vaatii monenlaista panostusta sekä osaamista. Vahinko että pelkään, etteivät ihmiset ehdi nähdä loistavaa toteutusta.”

”Tosi hieno idea. Jotain vähän uutta näkökulmaa matkailuvideoihin. Kiva, että on huumoria mukana. Siinä olette onnistuneet. Jää mukava mieli kun katsoo pieniä tarinoita. 3D Joensuu oli hieno, parasta kuitenkin järven valoliplatus. Ois tehny mieli jäädä siihen istumaan. Valmis idea vaikka messuille vietäväksi.”

”Pirteä ja kivasti elävöitetty kokonaisuus. Seudun hienoja maisemia ja luonnon pienimuotoisempia yksityiskohtia kaipasin vähän lisää, ajoittain myös musiikin volyyymia vähän pienemmälle.”

”Hieno kokonaisuus kaiken kaikkiaan. Erilliset osiot toimi hyvin ja mainoksina visuaalisesti kauniit ja osa jopa hauskojakin. 3D:stä en välittänyt laisinkaan, mutta kuvallisesti se oli hieno. Tekniikkana ei niin. Lavastus oli hieno ja tuki hienosti eri osa-alueita. Kokonaisuus mukavan rauhallinen ja kiireetön. Loistava tunnelma. :)”

”Hieno tilaisuus ja intiimi tunnelma. Vaivannäkö näkyy työnlaadussa. Välillä äänilähteet sekoittuivat rikkoen tunnelmaa.”

**Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman palautteita**

"Toteutus on tehty ennakkoluulottomalla, uudella ja freesillä otteella. Hyvä näin."

"Olipa elämys – ihan kuin olis kokenut paikan päällä. Super – Hyper – Maxi – Tattis! Upea toteutus, näkee että on nähty paljon vaivaa, videot olivat hauskoja, kekseliäitä ja hienosti toteutettu, pitkospuut oli tosi jees :D ja KALAT"

"VAIKUTTAVA! HOUKUTTELEVA! AISTIT HERÄTTÄVÄ!"

"Hienoa! Ihanaa, kun taidokkaiden videoiden yhteyteen oli luotu muitakin aisteja (kuin näköä) virittävä ympäristö. Ehkä ihaninta oli havujen tuoksu. Uskomaton, miten tutusta tilasta voi saada niin... mielenkiintoisen. Videoissa oli hauskuutta, joskin näin paikallisesta näkökulmasta ehkä vähän tahatontakin :) Niin että Pohjois-Karjalan metsissäkö sitä kuljeskelee vain minishortsisia tyttöjä ja ¾-lahkeisiin housuihin pukeutuneita poikia... :)"

"Tunnelma oli saatu luotua niin hyvin, että tuntui kuin olisi päässyt keskellä talvea Kolin kesämaisemiin ja hiekkarannalle. Kiitos!"

"Tätä minä odotinkin... Hienoa monimediallisuutta, jossa toteutuu upeasti Pohjois-Karjalan matkailun ydin – lavasteet upeat, onnea voittajille!"

"Hieno tunnelma ja metsän tuoksu sekä kesän tuntu keskellä pakkasia. –Teki mieli uimaan ja vesille!"

"Suunnitelma ja toteutus vastasivat alkutunnelmiani ja –odotuksiani täydellisesti. Hienoja, aistikkaita ja huolellisesti viimeistelyjä yksityiskohtia. Kuvaus moniulotteista ja loi mukavan tuntuman kaupunki Joensuuhun ja Pohjois-Karjalan luontoon. Uimarannan paikkeilla oli aivan asiallista olla uinti kielletty merkki, niin todellinen rantatunnelma. Paljonko hiekkaa, kiviä, kasveja oli käytetty?! Kaiken kaikkiaan 10+ suunnittelusta ja toteutuksesta. Kalaan teki mieli, vaikken pidä kalastuksesta! KIITOS!"

**Retkeilyä Pakkahuoneella -tapahtuman palautteita**

"Venla 5 kk sekä hänen perheensä olivat lumoutuneita "retkeilystä". Suuret kiitokset!"

"Mielenkiintoinen ja rohkea tapa tuoda Pohjois-Karjalaa esille. Hyvä!"