



TERVETULOA LUONTOON

Tutkimus Luontotalo Arkin elämyksellisyydestä

Krista Borgersen

Opinnäytetyö

Maaliskuu 2011

Matkailun koulutusohjelma

Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

BORGERSEN, KRISTA:

Tervetuloa luontoon - Tutkimus Luontotalo Arkin elämyksellisyydestä.

Opinnäytetyö 65 s., liitteet 9 s.
Maaliskuu 2011

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia Luontotalo Arkin matkailutuotteen elämyksellisyyttä sekä kehittää siitä mahdollisimman ihanteellinen elämyksellinen matkailutuote. Tutkimuksen taustalla oli halu tuottaa hyödyllistä tietoa Luontotalo Arkille heidän asiakkaistaan sekä antaa mahdollisimman paljon uusia ideoita tulevaa perusnäyttelyn uudistusta varten. Tutkimuksessa kerättiin tietoa asiakkaiden mielipiteistä nykyisestä näyttelystä. Tuotekehitysprosessissa keskityttiin kehittämään ideaali, teorian mukainen matkailutuote. Kehitykseen otettiin mukaan asiakkailta saadut palautteet ja ehdotukset.

Opinnäytetyön teoreettinen pohja nojautui vahvasti Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämään Elämyskolmio-malliin. Sen pohjalta valittiin kyselyihin kysymykset ja sen mukaan suoritettiin tuotekehitysprosessi. Tutkimusmenetelminä käytettiin lomakekyselyä, henkilökohtaista haastattelua sekä omaa havainnointia. Suurin osa Luontotalo Arkkia koskevista tiedoista saatiin Satakunnan museon vuosikirjasta, Luontotalo Arkin intendentiltä sekä Luontotalo Arkin esitteistä.

Lomakekyselyistä sekä haastatteluista saatujen tulosten perusteella Luontotalo Arkin tämänhetkinen perusnäyttely on monilta osin onnistunut elämystuote. Tutkimuksen tuotekehityksellä paranneltiin puutteellisia elementtejä ja suunniteltiin yhtenäisempi ja monipuolisempi tuote. Tuotekehityksessä Luontotalo Arkille suunniteltiin muun muassa uusi esite, muutamia uudenlaisia tehtäväpisteitä näyttelyn yhteyteen sekä tehtävävihkonen asiakkaille.

Asiasanat: elämyksellisyys, tuotekehitys, matkailutuote

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

BORGERSEN, KRISTA:

Welcome to nature - A research of experience found in Luontotalo Arkki

Bachelor's thesis 65 pages, appendixes 9 pages

March 2011

The purpose of this study was to find out how experience-full the current product of Luontotalo Arkki is and to develop it towards an ideal experiential product. The need to conduct this research was based on the desire to produce useful information on Luontotalo Arkki about its' customers and give new innovative ideas to possibly be used in the upcoming reformation of the exhibition. During the research opinions about the current exhibition were collected from customers. The product development phase concentrated on developing an ideal tourism product that based on the used theory. The ideas and suggestions from the customers were taken into account in the developing process.

The theoretical ground of this thesis leaned on the Experience pyramid theory developed by the Experience industry knowledge center of Lapland. The surveys and the product development were based on this theory. A questionnaire survey, personal interview and the author's own perception were used as methods of study. Most of the information on Luontotalo Arkki was received from the Annual report of Museum of Satakunta, the curator of Luontotalo Arkki and from Luontotalo Arkki brochures.

Based on the results received from the survey and the open interviews the current exhibition of Luontotalo Arkki is a successful tourism product in many aspects. Some of the insufficient elements were refined during the product development in this thesis and a more coherent and diverse product was developed. In the product developing phase a new brochure, some new activity stations and a task booklet for the customers were designed.

Key words: experientialising, product development, tourism product

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
1.1 Tutkimuksen kohde.....	6
1.2 Käsitteet ja teoria	7
1.3 Tutkimuskysymykset	9
1.4 Aineisto ja menetelmät	9
1.5 Tutkimuksen kulku	11
2 LUONTOTALO ARKKI.....	12
2.1 Puhelinyhtiön talosta luonnon keitaaksi	12
2.2 Luontotalo Arkin synty	13
2.3 Luontotalo Arkin toiminta-ajatus.....	15
2.4 Perhosnäyttely.....	16
2.5 Projektit.....	17
3 ELÄMYSKOLMIO-MALLI	19
3.1 Elämyskolmio	19
3.2 Elämyksen elementit.....	20
3.3 Asiakkaan kokemisen tasot.....	22
4 LUONTOTALO ARKIN ELÄMYKSELLISYYS.....	24
4.1 Vastaajien perustietoja	25
4.2 Teorian pohjalta tehdyt kysymykset	28
4.2.1 Yksilöllisyys	28
4.2.2 Aitous.....	30
4.2.3 Tarina	31
4.2.4 Moniaistillisuus.....	32
4.2.5 Kontrasti.....	36
4.2.6 Vuorovaikutus.....	37
4.2.7 Kokemuksen tasot.....	39
5 ELÄMYKSEN KEHITTÄMINEN.....	43
5.1 Yksilöllisyys	43
5.2 Aitous.....	45
5.3 Tarina	46

	5
5.4 Kontrasti.....	46
5.5 Moniaistillisuus.....	47
5.6 Vuorovaikutus.....	49
5.7 Motivaation taso eli kiinnostuminen.....	51
5.8 Fyysinen taso eli aistiminen.....	53
5.9 Älyllinen taso eli oppiminen.....	54
5.10 Henkinen ja muutoksen taso.....	55
5.11 Muut kehitysehdotukset.....	56
6 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	58
6.1 Tutkimuksen luotettavuus ja käytännöllisyys.....	58
6.2 Luontotalo Arkin nykyisen tuotteen elämyksellisyys.....	59
6.3 Luontotalo Arkin tuotekehitys.....	60
6.4 Tulevaisuus.....	60
7 LOPUKSI.....	62
LÄHTEET.....	64
LIITTEET.....	66

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni on yhteensä kuusi kappaletta, joista tämä ensimmäinen on yleiskatsaus tutkimukseen. Aluksi esittelen tutkimukseni kohteen ja tarkoituksen, sitten käyn läpi käyttämiäni käsitteitä ja esittelen tutkimukseni pääteorian. Tämän jälkeen käyn läpi tutkimuskysymykseni, käyttämäni aineiston ja tutkimusmenetelmät. Kappaleen lopussa esittelen opinnäytetyöni rakenteen.

1.1 Tutkimuksen kohde

Tutkimukseni kohteena on Satakunnan museon luonnontieteellinen yksikkö, Luontotalo Arkki. Arkki on Porin kaupungin alainen ja se esittelee monipuolisesti Satakunnan alueen ainutlaatuista kosteikkoluontoa, sen nisäkkäitä, lintuja, hyönteisiä ja kasvillisuutta. Lisäksi museolta löytyy mittava kokoelma kotimaisia ja eksoottisia perhosia. (Tietoa Arkista, 2010.)

Opinnäytetyöni tavoitteena on tuottaa tärkeää tietoa Luontotalo Arkille heidän matkailutuotteestaan. Näitä tietoja ja tuloksia voidaan toivottavasti hyödyntää Arkin perusnäyttelyn uudistamisessa. Työni tarkoituksena on tutkia Luontotalo Arkin jo olemassa olevia elämyksellisiä elementtejä ja samalla kehittää puuttuvia tai puutteellisia elementtejä kohti ideaalista elämystuotemallia.

Tutkimukseni tuotekehitysvaiheen kohderyhmänä toimivat kaikki Luontotalo Arkin asiakkaat. Arkin asiakaskuntaan kuuluu perheitä, luontoharrastajia, kerhoja ja muita aikuisryhmiä sekä koulu- ja tarhaluokkia. Vuonna 2010 Luontotalo Arkissa vieraili yhteensä 7160 henkeä (Viitala, H. 2011b). Vaikka kyselyni ja haastatteluni olivatkin kohdennettu aikuisille niiden ymmärrettävyyden vuoksi, pidin kuitenkin lasten tarpeet ja mahdolliset toiveet mielessä analysoidessani ja kehittäessäni tuotetta.

Haastatteluvaiheessa pääsivät myös mukana olleet lapset kertomaan omia toiveitaan ja mielipiteitään.

Tutkimuksessani keskityn tutkimustulosten analysointiin teoriaa apuna käyttäen ja kehittämään uusia ideoita miten Luontotalo Arkki voisi kehittää toimintaansa, jotta tuotteesta saataisiin entistä elämyksellisempi. Kehitysideoita on sekä elämyksellisyyden parantamiseen että myös yleisen toiminnan kehittämiseen.

1.2 Käsitteet ja teoria

Tutkimuksessani keskeisimpiä käsitteitä ovat kokemus, elämys, matkailutuote, tuotekehitys sekä luontotalo. Teoriana tutkimuksessani toimii Elämyskolmio-malli, joka on Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämä.

Suomen kielen sanakirjan (Nurmi, Rekiaro T&P 1996, 254) mukaan *kokemus* on yksittäinen tapahtuma, jossa jotakin koetaan henkilökohtaisesti. Kokemus- ja elämys-sanojen merkitykset ovat hyvin lähellä toisiaan, elämys on emotionaalinen tapahtuma kun taas kokemus tiedollinen. Elämys on myös yksilöllisempi kuin kokemus eikä yksilöiden elämyksiä voida verrata toisiinsa samalla tavalla kuin heidän kokemuksiaan. (Komppula, R. & Boxberg, M. 2002, 27.)

Olenaisin käsite opinnäytetyöni kannalta onkin *elämys*. Komppulan ja Boxbergin (2002, 25) mukaan elämys tarkoittaa tunteellista kokemusta, jolla on positiivinen, miltei kohottava vaikutus. Elämys on yhteydessä ihmiseen eli yksilöön. Elämys on inhimillinen. Sanna Tarssasen toimittaman Elämystuottajan käsikirjan mukaan elämys on myös positiivinen, mutta samalla merkittävä ja jopa ikimuistoinen kokemus, joka saattaa aiheuttaa kokijassa henkilökohtaisen muutoksen (Tarssanen, S. 2009, 11).

Matkailutuotteella tai toisin sanoen matkailupalvelulla tarkoitetaan tuotetta tai hyödykettä, joka on matkailijan ostettavissa. Matkailupalvelu sisältää myös ne erilaiset mielikuvat, odotukset ja kokemukset, jotka syntyvät asiakkaan osto- ja käyttöprosessin aikana. Matkailupalveluun tuotteena sisältyy usein myös muitakin elementtejä, kuten esimerkiksi sää, alueen yleiset ominaisuudet ja mielikuvat sekä infrastruktuuri. (Borg, Kivi, Partti 2002, 123.) Luontotalo Arkki on ensisijaisesti matkailutuote, eikä niinkään palvelu sillä Luontotalo Arkin tuote on aineellinen, näyttely.

Tuotekehitys on yleinen teollisuuden ja kaupan alalla käytetty termi. Kompula ja Boxbergin (2002, 93) mukaan tuotekehitys tarkoittaa jonkin jo olemassa olevan tuotteen kehittämistä ja muokkaamista. Tuotekehityksellä voi olla monta eri muotoa. Se voi olla uusien tuotteiden kehittämistä nykyisille asiakkaille, tuotelinjan laajentamista, palvelutuotteen parantamista tai vaikka tuotteen tyyliuudistus. (Komppula & Boxberg 2002, 93.) Omassa tutkimuksessani käytän hyväkseni tuotteen parantamista eri keinoin.

Luontotalo nimike on Arkin henkilökunnan kehittämä. Luontotalo Arkkia ei haluttu kutsua museoksi, sillä sen perustamisvaiheessa siihen haluttiin ottaa enemmänkin mallia Metsähallituksen opastuskeskuksista kuin luonnontieteellisistä museoista. Luontotalo on toisin sanoen opastuskeskuksen ja luonnontieteellisen museon välimuoto. (Viitala, H. 2011a.)

Teorianäkökulmaksi käytän Lapin elämyksellisuuden osaamiskeskuksen kehittämää *Elämyskolmio-mallia*. Tätä teoriaa apuna käyttäen puran kyselyjeni tulokset ja kyseenalaistan niitä teoriaan vedoten. Teorian kautta pyrin kehittämään Luontotalo Arkin matkailutuotetta ja siten tuottamaan heille tärkeää tietoa. Tuotekehitys-osiossa pyrin ideoimaan tuotteen mahdollisimman lähelle mallin mukaista ideaalituotetta. Seuraavana esittelen teoriani lyhyesti; perusteellisemmin teoria käydään läpi tämän tutkimuksen luvussa 3.

Elämyskolmio-mallissa selvitetään tuotteen eri elementtien ja asiakkaan kokemusten suhdetta toisiinsa. Jotta tuote olisi elämyksellinen, tulisi sen sisältää kuusi erilaista

elementtiä: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Näiden elementtien tulisi esiintyä motivaation eli mainonnan tasolla, fyysisellä eli aistimisen tasolla sekä älyllisellä eli oppimisen tasolla. Elämyskolmio-mallin huipulla on vielä emotionaalinen sekä henkinen taso, joilla elämys ja muutos syntyvät. (Elämyskolmio 2009.)

1.3 Tutkimuskysymykset

Ensimmäisenä tutkimusongelmana haluan vastauksen kysymykseen mitkä elämyksen elementit löytyvät tällä hetkellä Luontotalo Arkista. Miten ne toimivat? Tähän kysymykseen vastaan kyselylomakkeilla ja haastattelemalla kerätyn aineiston perusteella. Haluan selvittää tuotteen nykyistä tasoa ja kuinka paljon siinä on elämyksellisiä elementtejä valmiina, jo ennen tutkimukseni tuotekehitystä.

Seuraavaksi haluan selvittää miten jo olemassa olevia elämyksen elementtejä voisi kehittää ja mitä uusia elementtejä voisi tuoda Luontotalo Arkkiin. Näihin tutkimusongelmiin etsin vastauksia tutkimukseni viidennessä luvussa. Olemassa olevia elementtejä kehitän vastaamaan enemmän teoriani kehittämää mallia sekä ideoin uusia elementtejä teorian mukaisesti. Viidennessä luvussa tarkastellaan myös tutkimukseni teoriaa kriittisesti, sillä joidenkin elementtien tuominen tutkimuskohteeni kaltaiseen matkailutuotteeseen osoittautui hieman hankalaksi.

1.4 Aineisto ja menetelmät

Tekemäni tutkimus on empiirinen toimintatutkimus. Toimintatutkimuksessa tutkija on osallisena kehittämis- tai muutosprosessissa. Tutkija seuraa prosessin kulkua ja sen eri vaiheita, kerää niistä tietoa ja on osaltaan mukana kehittämässä toimintaa edelleen. (Koivula, Suihko, Tyrvänen 2003, 19.)

Tutkimusotteeni on sekä kvalitatiivinen että kvantitatiivinen. Kvantitatiivista tutkimusotetta käytetään silloin, kun pyritään mittaamaan jotakin ilmiötä ja siihen vaikuttavia tekijöitä mahdollisimman luotettavasti (Koivula, ym. 2003, 21-22). Kvalitatiivinen tutkimus ei pyri yleistettäviin tuloksiin eikä mittaamiseen. Sen tehtävänä ei ole selittää, vaan ymmärtää ja tulkita. (Koivula ym. 2003, 31.) Tutkimuksessani haluan mitata tiettyjä ilmiöitä sekä samalla analysoida näitä tuloksia, jatkokehittää ja hyödyntää niitä.

Aineistonani toimii keräämieni kyselyjen tulokset sekä omalla havainnoinnilla kerätty tieto. Ensimmäisen kyselyn tulokset kerättiin kyselylomakkeilla heinäkuun 2010 aikana ja sitä täydennettiin vielä Porin päivän-viikonloppuna 1-3. lokakuuta. Kyselylomake jaettiin kaikille halukkaille Arkin oman henkilökunnan toimesta. Toinen kysely suoritettiin henkilökohtaisesti haastattelemalla marraskuussa 2010. Haastatteluissa käytin apunani valmista kysymyspohjaa, joka erosi hieman aikaisemmasta kyselylomakkeesta. Haastattelutilanteessa saatoin tarkentaa asioita esittämällä lisäkysymyksiä tai antamalla selvennystä kysymyksiin. Lisäksi joidenkin asiakkaiden kanssa pystyin haastattelutilanteessa keskustelemaan vapaasti heidän motiiveistaan, taustastaan ja mielipiteistään. Kirjasin ylös kaikki asiakkailta haastattelun aikana ja sen jälkeen saadut avoimet mielipiteet, ehdotukset sekä palautteet.

Omaa havainnointia käytettiin tässä tutkimuksessa jossakin määrin. Kaikkea en voinut kysyä asiakkailta suoraan vaan minun piti itse havainnoida, miten jotkut asiat oli toteutettu tai miten ne toimivat. Samalla havainnoin myös asiakkaiden käyttäytymistä näyttelytiloissa.

1.5 Tutkimuksen kulku

Tutkimukseni toisessa luvussa esittelen tarkemmin Luontotalo Arkin ja sen toiminnan. Perehdyn sen historiaan ja toiminta-ajatukseen. Käyn läpi myös Luontotalo Arkin palveluita ja tulevia projekteja. Kolmannessa luvussa käyn perusteellisesti läpi Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämän Elämyskolmio-mallin. Neljännessä luvussa puran kyselyjeni tulokset osiin teorian mukaisesti. Viides luku kertoo tutkimukseni tuotekehitys-osasta, esittelen kehittämäni parannukset ja muutokset. Luvussa kuusi esittelen ne johtopäätökset, joihin olen tutkimukseni perusteella tullut. Luku seitsemän on opinnäytetyöni loppuluku, jossa kerron ajatuksiani ja mietteitani tutkimuksesta, sen tuloksista ja kirjoittamisesta.

2 LUONTOTALO ARKKI

”Akvaarioita ja täytettyjä eläimiä, kalastusmaja, ääniä ja kuvia – elämyksiä!”

(Laine, H. 1999. 1).

Tässä kappaleessa esittelen lähemmin tutkimukseni kohteen, Luontotalo Arkin. Ensin kerron hieman historiallisen rakennuksen taustoista ja sen jälkeen Luontotalon historiasta. Kerron lisäksi Luontotalo Arkin toiminta-ajatuksesta, sen tarjoamista palveluista ja lopuksi tulevista ja tämänhetkisistä projekteista.

Mainittakoon, että opinnäytetyössäni käytän välillä Luontotalo Arkin koko nimeä ja välillä viittaen siihen käyttämällä pelkkää Arkki-nimeä. Luontotalo Arkki ja Arkki tarkoittavat tässä tutkimuksessa siis samaa.

2.1 Puhelinyhtiön talosta luonnon keitaaksi

30. kesäkuuta vuonna 1917 Porin Telefoonyhtiö myi omistamansa tarpeiston aina johtoverkkoja ja telefoonikoneita myöten Porin kaupungille. Tällöin tarve uudesta keskusasemasta tuli tarpeelliseksi, sillä vanha asema sijaitsi kaupungin laidalla ja oli kaiken lisäksi vuokrattu. Sotakamreeri K.A. Linden suostui vuokraamaan osan omistamastaan tontista kaupungille 2. kaupunginosasta eli aivan keskeltä kaupunkia. Vuonna 1921 arkkitehti Birger Federleyn laati piirustukset uutta keskusrakennusta varten. Muuttoon tuli kuitenkin mutkia matkaan ja piirustukset otettiin uuteen harkintaan vasta vuonna 1926. (Lampolahti, J. 2010a.) Suunnitteilla olevasta talosta tulisi 2000-luvulla Luontotalo Arkin koti.

Vuonna 1927 Porin Telefoonyhtiön uudeksi nimeksi tuli Porin kaupungin puhelinlaitos ja seuraavana vuonna yhtiö pääsi muuttamaan uusiin tiloihin Pohjoispuisto 7:een. Uuden lisärakennuksen rakentaminen alkoi keväällä 1947 ja se saatiin käyttöön helmikuussa 1950. Uusi lisärakennus sisälsi mm. kellarikerroksen, missä sijaitsivat henkilökunnan sosiaalitilat sekä pajan puu- ja metallitöitä varten. (Lampolahti, J. 2010b.)

Vanha ja kaunis rakennus vapautui uuteen käyttöön Porin puhelinlaitoksen muutettua talosta 1990-luvun alussa. Rakennus oli jo ehtinyt hieman rapistua ja oli kipeästi remontin tarpeessa. (Lampolahti, J. 2010a.) Joulukuussa 1995 kaupunginjohtaja Martti Sinisalmi ohjeisti kaupunginarkkitehti Olli Steenin kartoittamaan vanhalle puhelinlaitokselle uutta käyttöä (Laine, H. 2000. 14).

2.2 Luontotalo Arkin synty

Idea tai ajatus luonnonhistoriallisen museon saamisesta Poriin oli ollut vireillä jo 1970-luvulta asti. Tätä ajatusta ajoivat eteenpäin useat eri yhdistykset. Kahdeksankymmentäluvulla tehtiin muutama aloite museon aikaansaamiseksi mm. Satakunnan maakuntaliiton, nykyisen Satakuntaliiton, ympäristönsuojeluneuvottelukunnan aloitteet. Vuonna 1988, lähetti museolautakunta yhdessä 18 eri luontoharrastusyhdistyksen ja laitoksen kanssa laaditun kirjelmän Porin kaupungille, jossa Satakunnan museon yhteyteen liitettävää luonnonhistoriallista museota varten oli tehty jo selkeät ehdotukset. Kun vanha Porin puhelinlaitoksen kiinteistö vapautui käyttöön muutaman vuoden kuluttua, lähti projekti etenemään. (Viitala, H. Hakala, S-L, Sammallahti, L. 2001. 7.)

Luontotalo Arkki-nimi syntyi museojohdaja Leena Sammallahten ja kirjastotoimenjohtaja Marjaana Karjalaisen yhteisessä kokouksessa. Ideana oli ajatus Raamatun Nooan arkista, jonne kerättiin kaikki maailman eläimet turvaan. (Viitala ym. 2001. 8.)

Niinpä alkoi vöhitellen Luontotalo Arkin näyttelyiden suunnittelu. Alun perin Viljo Lauron perhoskokoelmasta kaavailtiin omaa näyttelyä, kunnes paikallisten perhosharrastajien aktivoituttua suunniteltiin Luontotalo Arkkiin erillinen perhoshuone, jonka kokoelma on tieteellisesti hyvin merkittävä. (Viitala ym. 2001. 10.)

Arkin perusnäyttely esittelee satakuntalaista kosteikkoluontoa ja sen asukkeja. Näyttelyn pää rakenne koostuu dioraamoista, jotka esittelevät luonnon erilaisia ja monimuotoisia biotooppeja (Viitala, H. 2010b). Biotooppi tarkoittaa yleisesti eliöiden kasvupaikkaa tai niiden elinympäristöä (Biotooppi 2011). Hilikka Viitalan (2011a) mukaan dioraama on tyypillinen kolmiulotteinen luonnon esitystapa, jossa on usein taustakuva, maata, maakasvillisuutta, eläimiä, kasveja sekä puita (Viitala, H. 2011a).



KUVA 1: Luontotalo Arkin perusnäyttely (Borgersen, K).

Dioraamojen taustakuvina toimivat satakuntalaisten Seppo Keräsen ja Jan Eeralan ottamat luontokuvat. Valokuvat on valittu niin, että vuodenaikojen vaihtelu tulisi mahdollisimman hyvin esiin näyttelyssä. Näyttelyssä on myös erilliset kuvat näyttelyn

kaikista eläimistä ja kasveista, ja mukana on myös muita alueen eläimistön ja kasvillisuuden edustajia, joita ei näyttelystä löydy. Nämä kuvat ovat Seppo Keräsen ja Janne Wessbergin ottamia. (Laine, H. 1999. 13)

Perusnäyttely koostuu eri osioista, joiden läpi vierailija kulkee matkallaan halki satakuntalaisen kosteikkoluonnon. Näyttely esittelee muun muassa maankohoamisrannikkoa, jokisuistoa, saaristoa, joenvarsilehtoa, kalastajan rantahuonetta ja sen asukkeja sekä keidassuota. Nämä havainnollistetaan täytettyjen eläinten, kuvien, videoiden, äänten ja luonnon elementtien, kuten veden avulla. (Lampolahti, J. 2000. 1-5.)

Muina palveluina Luontotalo Arkki tarjoaa vaihtuvien näyttelyiden tilan, jossa päättyi tammikuussa 2011 Heikki Lähteenmäen valokuvanäyttely Kurki. Arkissa sijaitsee myös luentosali ja kokoustila, joita käytetään paljon mm. luontoseurojen kokoontumisissa. Arkin kahvila Kaulushaikarassa järjestetään myös erilaisia näyttelyjä. (Lampolahti, J. 2000. 1-5.)

2.3 Luontotalo Arkin toiminta-ajatus

Luontotalo Arkin päätoimintamuotona on luonnontieteellinen näyttelytoiminta. Näyttelyinä on sekä pysyviä että vaihtuvia näyttelyjä. Kaikkia näyttelyitä yhdistää niiden liittyminen luonto- ja ympäristönsuojeluasioihin sekä useimmiten vahva yhteys kotimaakuntaan. Vaihtuvia näyttelyitä suunniteltaessa Arkki toimii yhteistyössä muiden luonnontieteellisten museoiden, luontovalokuvaajien, taiteilijoiden sekä paikallisten yritysten ja yhdistysten kanssa. Tästä hyvänä esimerkkinä Arkin pihassa toimiva kivinäyttely Kivipiha Jotuni, joka on koottu yhdessä Geologian tutkimuskeskuksen asiantuntijoiden kanssa. (Viitala, H. 2010a)

Arkki toimii myös tärkeänä varastotilana Satakunnan museon luonnontieteellisille näytteille. Nykyisin luonnontieteellisen kokoelman kartuttamisesta, luetteloinnista ja varastoimisesta vastaa Arkin oma eläinkonservaattori, jonka työhuone sijaitsee talossa. (Viitala, H. 2010a)

2.4 Perhosnäyttely

Luontotalo Arkissa sijaitseva perhosnäyttely koostuu kahdesta eri kokoelmasta. Ensimmäinen on reposaarelaisen papin, Viljo Lauron erittäin laaja kokoelma kotimaisia perhosia. Toisen kokoelman museolle on lahjoittanut Porin Lyseo ja se pitää sisällään eksoottisia trooppiikin perhosia. (Lampolahti, J. 2010b.)

Perhoshuone on nykyisin avoinna yleisölle ainoastaan puolen tunnin ajan sunnuntaisin. Tämä johtuu siitä, että perhosten siipien eri värit haalistuvat valossa helposti, joten niitä on säilytettävä pimeässä, valolta suojassa. (Salo, J. 2010.)

Satakuntalaisen papin Viljo Lauron laaja perhoskokoelma käsittää yli 4000 yksilöä ja 712 eri perhoslajia. Kokoelma on kerätty pääosin paikallisesta maastosta, mutta myös muualta Suomesta mm. Lapista. Kokoelma on merkittävä, sillä se kattaa paikallisen perhoslajiston laajalta ajanjaksolta sekä sisältää muutaman erittäin harvinaisen yksilön. (Lampolahti, J. 2010c.)

Porin Lyseon museolle lahjoittama trooppisten perhosten kokoelman synnyn taustalla on Porin lyseon entinen luonnontiedon lehtori, Elias Suomalainen, 1900-luvun alusta. Oppilaat pitivät Suomalaista erityisen korkeassa arvossa ja kunnioittivat lehtoria suuresti. Valmistumisensa jälkeen monet Suomalaisen oppilaista lähettivät entiselle lehtorilleen erilaisia eläin- ja kasvinäytteitä. Näiden joukossa oli myös kaukomaikoilta kerättyjä trooppisia perhosia, joita kertyi lyseon kokoelmiin mittava määrä. 2000-luvun alussa tehtiin päätös siirtää kallisarvoinen kokoelma Luontotalo Arkin tiloihin, pois tuholaisien tieltä. Näytteillä on tällä hetkellä vain osa laajasta kokoelmasta, osaa säilytetään varastotiloissa. (Lampolahti, J. 2010d.)

2.5 Projektit

Luontotalo Arkin uudistussuunnitelmiin vuosille 2010-2013 kuuluu visuaalisen ilmeen parantamista, akvaarion poistaminen ja uusi elokuva nykyisen multivision tilalle. Museon eri elementtejä saatetaan myös uudistuksen aikana muuttaa tai vaihtaa, jotta asiakkaille voidaan tarjota jotakin uutta. Tammikuussa 2011 alkoi uuden Selkämeri-aiheisen dokumentti-elokuvan esitykset Luontotalo Arkin auditoriossa. Elokuvan on valmistanut Katharsis Films Oy ja se nähdään myös Yle TV1:n esittämänä Avara Luonto-sarjassa. (Satakunnan Kansa. 2010. 12)

Luontotalo Arkin uudistukset alkavat siis uudella dokumentti-elokuvalla. Suunnitelmissa on esittää dokumentin 58 - minuuttista versiota noin vuoden verran. Dokumentista on tekeillä myös viidentoista minuutin lyhennetty versio, jota ehkä käytetään tulevaisuudessa. Näillä näkymin Arkki tulee uudistuksen vuoksi olemaan suljettuna koko vuoden 2011, jotta kaikki henkilökunnan resurssit voidaan rauhassa ohjata perusnäyttelyn uudistamiseen. Uudistuneen Arkin avajaisia tullaan todennäköisesti viettämään vuonna 2013, jos vain aikataulu pitää. (Viitala, H. 2011a.)

Toisena uutena projektina mainittakoon Avara museo-kehittyvä oppimisympäristö-hanke, jossa Luontotalo Arkki on mukana. Avara museo-hanke käynnistyi vuoden 2010

tammikuussa ja mukana ovat mm. Satakunnan museo, Porin taidemuseo, Suomen museoliitto, Tekniikan museo ja Työväenmuseo Werstas. Avara museo-hanke pyrkii löytämään keinot muuttaa museoita erilaisille aikuisryhmille avoimemmiksi ja kiinnostavammiksi oppimisen paikoiksi. Hankkeen ensimmäisenä kohderyhmänä ovat museoiden työntekijät, joiden osaamista hankkeella halutaan lisätä. Toisena kohderyhmänä ovat maahanmuuttajien, työttömien, lomautettujen ja senioreiden kanssa työskentelevät henkilöt. He osallistuvat uusien toimintamallien kehittämistyöhön. Yhtenä kohderyhmänä on myös erilaiset aikuisryhmät, jotka osallistuvat museoiden kehitystyöhön. Satakunnan alueella ryhminä toimivat seniorit ja muu varttunut väestö. Ryhmä on saanut nimekseen Avartajat. Hankkeen aikana järjestetään tapahtumia, työpajoja sekä koulutustilaisuuksia. (Avara museo 2010.)

3 ELÄMYSKOLMIO-MALLI

Tässä seuraavassa kappaleessa esittelen yksityiskohtaisemmin tutkimuksessa käyttämäni teorian. Teoriaa havainnollistetaan ensin kuvion avulla ja esitellään tuotteen elämykselliset elementit sekä kokijan eli asiakkaan kokemuksen tasot.

3.1 Elämyskolmio



KUVA 2: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen Elämyskolmio-malli (Elämyskolmio 2009.)

Ensimmäisen kerran kuulin Elämyskolmio-mallista opintojeni kolmantena vuonna. International Cultures - kurssimme opettaja Sari Matala, kävi teorian pääpiirteet läpi ja kurssin aikana teimme myös kohdeanalyysin teorian pohjalta. Aloittaessani opinnäytetyöni valmistelua, halusin erityisesti käyttää tätä kyseistä teoriaa, sillä se on selkeä ja olimme jo kurssilla soveltaneet sitä käytännössä.

Elämyskolmio-malli on Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämä ja se esiintyy kokonaisuudessaan Sanna Tarssasen toimittamassa kirjassa *Elämystuottajan käsikirja/lappi*. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus on maamme johtava elämystalouden kehittäjäorganisaatio (Tarssanen, S. 2009. 4).

Elämyskolmio-malli ei käy ainoastaan matkailutuotteiden analysointiin vaan myös esimerkiksi viihde- ja kulttuurialan tuotteisiin. Elämyskolmio-malli kuvaa ideaalista elämystuotetta, jonka elämykselliset elementit täytyvät jokaisella tasolla. Malli on erittäin hyvä apu analysoitaessa tuotteita ja etsittäessä työkaluja tuotteen parantamiseksi. Vaikka elämyksen toteutumista asiakkaalle on mahdotonta suunnitella tai varmistaa etukäteen, voidaan tuote jalostaa elämykselliseksi, lisäämällä elementtejä, joiden avulla elämys todennäköisesti syntyy. (Tarssanen, S. 2009. 11-12.)

Mallissa elämystä tarkastellaan kahdelta eri näkökannalta. Ensimmäiseksi, itse tuotteen elementtien tasolla ja toiseksi asiakkaan kokemuksen tasolla. Vaakasuorassa kuvion alareunassa on kuvattuna kokemukseen vaikuttavat tekijät eli tuotteen elementit. Pystysuorassa kuvatut tasot ovat asiakkaan kokemisen tasot, joita on yhteensä viisi. Jotta tuote olisi elämyksellinen, tulisi kaikkien tuotteen elementtien olla mukana älylliseen tasoon asti. (Tarssanen, S. 2009. 12-15.)

3.2 Elämyksen elementit

Elämyskolmio-mallin alareunassa on vaakatasolla kuvattu tuotteen elementit tai niin sanotut elämyksen elementit. Näitä elementtejä on yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus.

Tuotteen *yksilöllisyydellä* haetaan niin ainutkertaista ja ainutlaatuista tuotetta, ettei täysin samanlaista kokemusta saa muualta. Yksilöllisyys esiintyy asiakaslähtöisenä joustavuutena; tuote voidaan räätälöidä jokaiselle asiakkaalle sopivaksi hänen

mielitystensä ja tarpeidensa mukaan. Tuotteen räätälöimismahdollisuuksia ja siten yksilöllisyyttä voidaan lisätä miltei äärettömästi, mutta samalla kustannukset nousevat. Kun halutaan luoda yksilöllinen matkailutuote, on erittäin tärkeää huomioida vuorovaikutuksen mahdollisuudet. Asiakaspalvelijan ja matkailijan vuorovaikutuksella on erittäin suuri merkitys, kun asiakkaalle halutaan välittää kokemus onnistuneella tavalla. (Tarssanen, S. 2009. 12-15.)

Onnistuneen matkailutuotteen on myös oltava uskottava. Tuotteen *aitous* tarkoittaa mahdollisimman autenttista tuotetta, joka kuvastaa oikeaa elämää ja kulttuuria (Tarssanen, S. 2009. 12-13). Tarssanen toimittamassa kirjassa viitataan aitouden määrittelyssä amerikkalaisen Edward Brunerin teokseen. Brunerin mukaan, tuotteen aitouden pystyy määrittämään lopulta vain asiakas itse. Jos asiakas kokee tuotteen uskottavana ja aitona, onnistuu tuote olemaan aito. Aitous on siis aina määriteltävä. (Bruner, E. 1994. 397.)

Asiakkaan vieraillessa jossakin matkailukohteessa, tulisi hänen kokemuksensa olla mahdollisimman tiivis ja mukaansatempaava. Tämä voidaan saavuttaa hyvällä ja uskottavalla *tarinalla*, joka on yhtenäinen ja aito. Hyvä tarina antaa tuotteelle merkityksellistä sisältöä ja on samalla fiktiivinen ja sisältää sopivan määrän faktatietoa. Tarina selventää asiakkaalle mitä tehdään ja missä järjestyksessä. Tarinan avulla asiakas sitoutuu tuotteeseen myös tunnetasolla, jolloin hän kokee sen sekä emotionaalisesti että älyllisesti. Tarina kannattaa käsikirjoittaa huolellisesti, kohdeyleisö huomioon ottaen. Kaikkien yksityiskohtien tulisi olla hyvin yhteydessä toisiinsa. (Tarssanen, S. 2009. 13-14.)

Moniaistinen tuote tuottaa asiakkaalle virikkeitä mahdollisimman monelle eri aistille. Valittujen virikkeiden tulee olla harmoniassa tuotteen teeman kanssa, jolloin ne vahvistavat asiakkaan kokonaisvaltaista kokemusta. *Moniaistillisuudessa* täytyy kuitenkin olla tarkkana, sillä jos ärsykeitä on liikaa tai ne ovat häiritseviä, saattavat ne rikkoa kokonaisuuden. Ärsykeitä voidaan tarjota muun muassa näölle, kuulolle, hajuaistille tai tuntoaistille. (Tarssanen, S. 2009. 14.)

Jos puhutaan elämyksestä prosessina tai tapahtumaketjuna ovat aistihavainnot prosessin peruslähtökohta. On todettu, että ihmisen ollessa matkalla, hänen aistinsa terästävät, jolloin kiinnitetään enemmän huomiota ruuan makuun, ilman kosteuteen ja lämpötilaan. Matkalla ollessaan ihminen siis aistii herkemmin kuin arkielämässään. (Borg ym. 2002. 26.)

Hyvä matkailutuote erottaa asiakkaan hänen arjestaan. *Kontrasti* eli erilaisuus matkailutuotteessa tarkoittaa, että asiakas voi kokea jotakin uutta, erilaista, eksoottista ja tavallisuudesta poikkeavaa. Erilaisessa ympäristössä ihminen saattaa nähdä itsensä täysin toisesta näkökulmasta. Kontrastia luotaessa tulee ottaa huomioon se seikka, että se mikä on toiselle eksoottista, saattaa toiselle olla täysin normaalia. Pitää siis ottaa huomioon asiakkaan kansallisuus ja kulttuuri. Jos mahdollista, voidaan tuote erotella siten, suunnataanko se ulkomaalaisille vai kotimaisille matkailijoille. (Tarssanen, S. 2009. 14.)

Tuotteen *vuorovaikutus*-elementti voi esiintyä monessa eri muodossa. Se voi olla tuotteen ja kokijan välistä, asiakkaiden välistä, asiakaspalvelijan ja asiakkaan välistä sekä tuottajan ja tuotteen välistä. Lapin elämysteollisuuden tutkimuskeskuksen mukaan vuorovaikutukseen liittyy vahvasti yhteisöllisyyden tunne, koetaan yhdessä ja ollaan mukana osana yhtä suurempaa porukkaa. Kun jotakin koetaan ryhmässä, yksilö tietää kokemuksen olevan yleisesti hyväksytty ja arvostettu. Tällöin kokemus nostaa sosiaalista statusta tai liittää hänet tiettyyn ryhmään. (Elämyksen elementit 2009.)

3.3 Asiakkaan kokemisen tasot

Ensimmäisenä tasona on *motivaation taso*, toisin sanoen kiinnostumisen taso. Tällä tasolla herätetään asiakkaan kiinnostus ja luodaan odotuksia. Yleisin väline tälle on markkinointi. Onnistunut markkinointi on siis samalla yksilöllistä, aitoa, moniaistillista, se sisältää tarinaa, kontrastia ja on mahdollisuuksien mukaan vuorovaikutuksessa kokijan kanssa. (Tarssanen, S. 2009. 15.)

Fyysisellä eli aistimisen tasolla tiedostamme aistiemme avulla missä olemme, mitä tapahtuu ja mitä olemme tekemässä. Miellyttävän ja turvallisen kokemuksen takaamiseksi, tiettyjen seikkojen on oltava fyysisellä tasolla kunnossa. Asiakkaalla ei saa olla liian kylmä eikä kuuma, nälkä eikä jano ja hänelle tulee taata turvallinen olo siten, ettei tilassa esiinny fyysistä vaaraa. Tärkeänä mittarina fyysisen tason onnistumisesta toimii tuotteen tekninen laatu. (Tarssanen, S. 2009. 15-16.)

Asiakas pääsee osallistumaan ja saa paljon enemmän irti tuotteesta, kun hän joutuu hieman haastamaan itseään älyllisesti. Kun asiakas haastetaan ajattelemaan tai ratkaisemaan, kokee hän tuotteen aivan uudella tasolla. *Älyllinen* taso eli oppimisen taso on erittäin tärkeä onnistuneessa elämystuotteessa. Hyvä matkailutuote tarjoaa älyllistä ajateltavaa asiakkailleen, asiakas oppii uutta, kehittyy ja saa uutta tietoa. Näin hän saa jotain konkreettista irti tuotteesta ja voi ajatella tapahtumaa erittäin hyödyllisenä itselleen. Älyllinen toiminta saattaa tapahtua joko tietoisesti tai tiedostamatta. (Tarssanen, S. 2009. 16.)

Kaksi viimeistä tasoa, emotionaalinen ja henkinen taso määrittävät, kokeeko asiakas lopulta elämyksen. Näitä kahta tasoa on melko mahdoton mitata, sillä elämys saattaa syntyä asiakkaan itse sitä tiedostamatta. *Emotionaalinen taso* eli elämyksen taso on se taso, jolla elämys koetaan. Elämystä ei voida ennustaa tai hallita, mutta jos mahdollisimman moni aikaisemmin mainituista tuotteen elämyksellisistä elementeistä esiintyy motivaation, fyysisellä sekä älyllisellä tasolla, asiakas todennäköisesti kokee jonkinlaisen elämyksen. Näitä elämyksiä voivat olla esimerkiksi ilo, onnistumisen tai oppimisen tunne ja voittamisen riemu. Elämys on jotakin sellaista, jonka ihminen itse kokee merkitykselliseksi. (Tarssanen, S. 2009. 16.)

Viimeinen taso aivan elämyskolmio huipulla on *henkinen taso* eli muutos. Jokin positiivinen tunnereaktio tai kokemus edellisellä tasolla saattaa kehittyä henkilökohtaiseksi muutokseksi ihmisessä. Tällä tasolla henkilö kokee muuttuneensa ihmisenä tai omaksuneensa jotakin uutta persoonaansa. Elämyksen kautta voi löytää itsestään uusia puolia, aloittaa uuden harrastuksen tai muuttaa ajattelutapaansa. (Tarssanen, S. 2009. 16.)

4 LUONTOTALO ARKIN ELÄMYKSELLISYYS

Tutkimukseni aineiston keräsin puolistrukturoiduilla kyselylomakkeilla sekä henkilökohtaisesti haastatteleamalla. Näiden menetelmien lisäksi käytin myös jonkin verran omaa havainnointia tiedon keräämiseen. Valmistin kyselylomakkeita Arkille ja niitä jaettiin asiakkaille Arkin oman henkilökunnan toimesta. Lomakkeet olivat Arkissa heinäkuun 2010 ajan. Vastauksia heinäkuulta sain yhteensä 11. Loput lomakkeet vein Arkkiin vielä Porin päivän-viikonlopuksi 1-3. lokakuuta, jolloin kaikkiin museoihin oli vapaa pääsy ja väkeä paljon liikkeellä. Tuolloin sain vastauksia 7 eli yhteensä täytettyjä lomakkeita palautui 18 kappaletta. Halusin kuitenkin vielä kattavamman otoksen Luontotalo Arkin asiakkaista, joten päätin käydä henkilökohtaisesti haastattelemassa asiakkaita. Haastattelemiseen kului todella paljon aikaa, mutta se oli mukavaa ja sain asiakkailta kallisarvoista palautetta. Haastatteluja sain marraskuun 2010 aikana 26, joten kaiken kaikkiaan sain 44 vastausta.

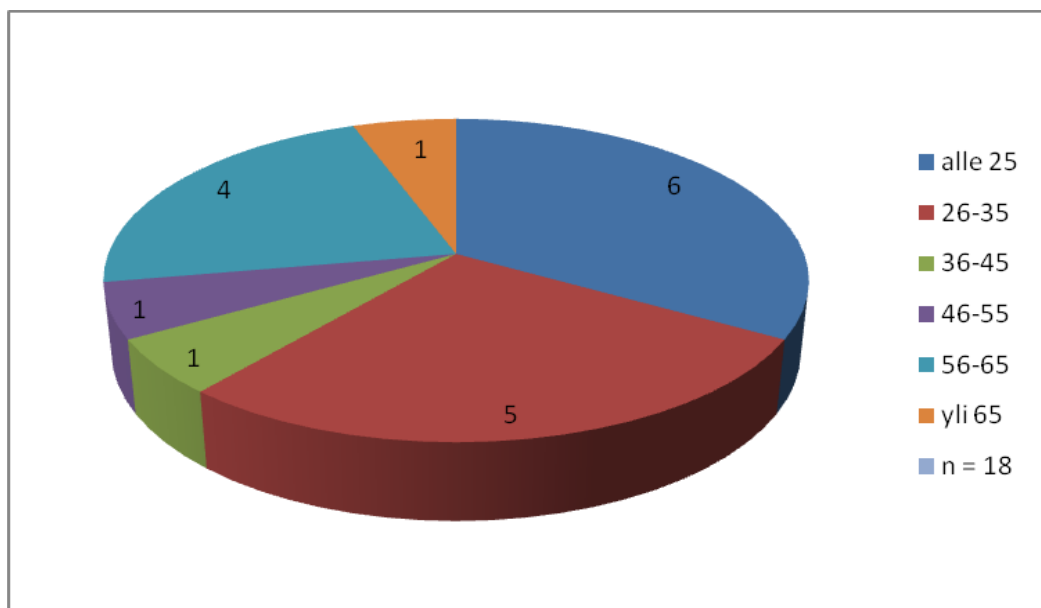
Kysely- ja haastattelututkimukseni kysymyksiä miettiessäni yritin löytää jokaista elementtiä ja tasoa tutkivan kysymyksen. Huomasin kuitenkin tämän melko mahdottomaksi tehtäväksi, sillä kaikkea ei voinut kysyä ihmisiltä joille Elämyskolmio-teoria oli aivan tuntematon. Päädyin kysymään asiakkailta niistä elementeistä, jotka oli helppo ymmärtää ja havaita. Loput mallin osien tutkimisen hoitaisin oman havainnointini avulla.

Tutkimukseni neljäs kappale esittelee kyselytutkimusteni tulokset. Ensin esitellään vastaajien perustietoja, jonka jälkeen tulokset on esitelty ryhmittäin, Elämyskolmio-mallin elementtien mukaan. Kaikki tulokset on nähtävissä liitteessä 3.

4.1 Vastaajien perustietoja

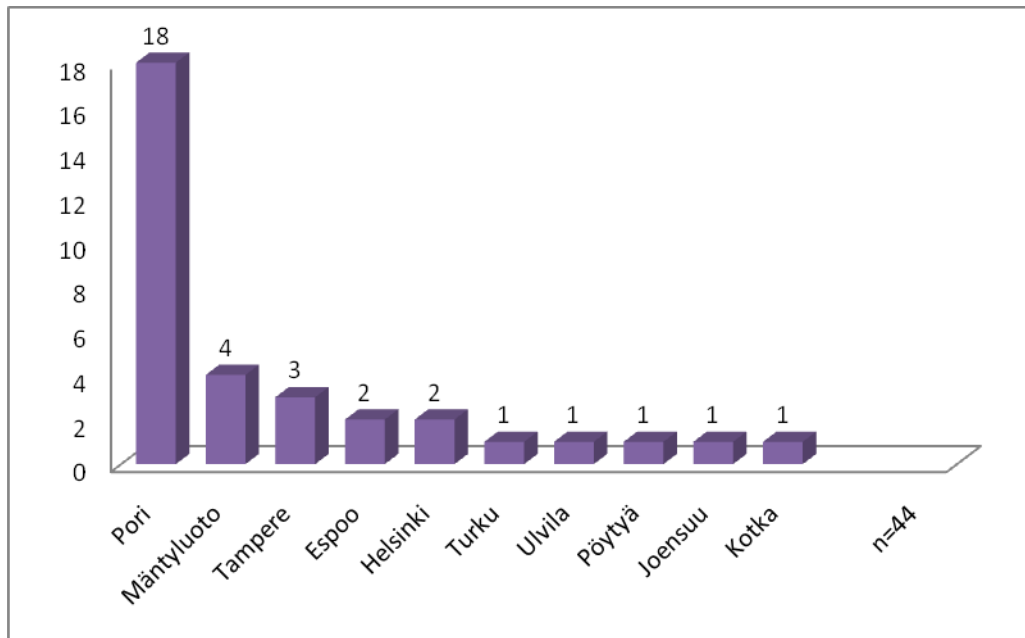
Luontotalo Arkilta tuli myös toiveita kyselytutkimuksen suhteen ja heitä varten kysyin vastaajilta hieman taustatietoja, jotka eivät oman tutkimukseni kannalta olleet oleellisia. Näitä olivat ikä, kotipaikkakunta, sukupuoli, seurueen koko ja muoto. Näiden avulla Luontotalo Arkki saa hieman tietoa kävijöistään, etenkin kesältä, sillä kesällä Luontotalo Arkissa käy paljon ulkopaikkakuntalaisia vierailijoita.

Yhteensä vastauksia saatiin 44, joista 26 on haastatteleamalla ja 18 kyselylomakkeilla saatuja vastauksia. Kysymykset hieman vaihtelevat haastattelulomakkeen sekä kyselylomakkeen välillä. Kysymykset vaihtuivat tai hieman muuttivat muotoaan. Osaan kesän kyselylomakkeiden kysymyksistä sain vastaukset oman havainnoinnin avulla, joten niitä ei erikseen tarvinnut kysyä asiakkailta. Näitä olivat muun muassa seurueen koko ja sukupuoli. Muutoksista johtuen kysymysten vastaajamäärät vaihtelevat hieman. Oletuksena on, että vastaajia on ollut 44, eriävät määrät ilmoitan aina erikseen tuloksen yhteydessä. Vastauslomakkeet löytyvät liitteistä 1 ja 2. Liite 1 esittelee kesän kyselylomakkeen ja liite 2 haastattelun kysymyspohjan, jota käytin apuna haastattelutilanteessa.



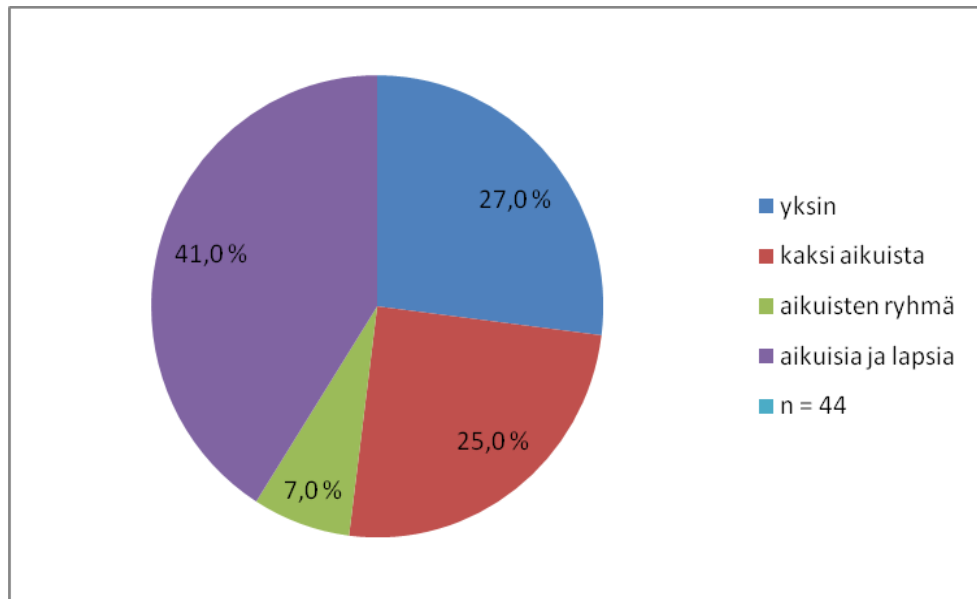
KUVIO 1: Vastaajien ikäjakauma

Yllä oleva kuvio kuvaa vastaajien ikäjakaumaa. Ikää kysyttiin ainoastaan kyselylomakkeissa, joten yhteensä vastaajia on 26 kappaletta. Ikä vaihteli vastaajilla melkoisesti, jokaisesta asettamastani ikäryhmästä löytyi ainakin yksi edustaja. Kuusi vastaajista eli 33 prosenttia kuului alle 25-vuotiaiden ryhmään. Seuraavaksi eniten eli viisi vastaajaa, ilmoitti ikäryhmäkseen 26-35 -vuotiaat. Seuraavaksi suurin ikäryhmä oli 56-65 -vuotiaat. Tähän ryhmää kuului neljä vastaajaa. Loppuja ikäryhmiä eli 36-45, 46-55 ja yli 65-vuotiaita edusti jokaista yksi vastaaja. Kaikista 44:stä vastaajasta 75 prosenttia oli naisia ja miehiä 25 prosenttia.



KUVIO 2: Vastaajien kotipaikkakunnat

Jopa 41 prosenttia vastaajista ilmoitti kotipaikkakunnakseen Porin. Neljä vastaajaa eli 9 prosenttia ilmoitti kotipaikkakunnakseen Mäntyluodon. Tampereelta oli kotoisin kolme vastaajaa. Espoosta ja Helsingistä oli molemmista kaksi vastaajaa. Turusta, Pöytyästä, Ulvilasta, Joensuusta ja Kotkasta oli jokaisesta yksi vastaaja. Porin suuri osuus saattaa selittyä sillä, että syksyn henkilökohtaiset haastattelut suoritettiin juuri Länsi-Suomen koululaisten syyslomien aikaan, jolloin perheillä oli aikaa vierailta erilaisissa vapaa-ajan kohteissa.



KUVIO 3: Vastaajien seurueen koko ja muoto

Seuraavaksi tutkittiin Arkissa vierailevien seurueiden kokoa ja muotoa. Haastattelutilanteissa tätä ei erikseen tarvinnut kysyä vaan havainnoin sen itse. Kuten kuvio osoittaa yksin vierailevia aikuisia oli 27 prosenttia. Kahden aikuisen ryhmiä oli 25 prosenttia. Vähiten oli pelkkien aikuisten ryhmään kuuluvia, heitä oli vain 7 prosenttia vastaajista. Arkissa käy kuitenkin paljon myös aikuisten ryhmiä, mm. luontokerhoja, yhdistyksiä sekä yrityksiä. Selvästi eniten oli ryhmiä, joissa oli mukana sekä aikuisia että lapsia, heitä oli kaikkiaan 41 prosenttia.

Halusin myös tietää, kuinka paljon Arkissa vierailee ensikertalaisia ja kuinka moni saapuu vierailemaan uudelleen. Ensikertalaisia kaikista vastaajista oli 36 prosenttia. Muutaman kerran eli 2-3 kertaa vierailleita oli 43 prosenttia. Useammin kuin kolme kertaa vierailleita oli 18 prosenttia. Näiden tulosten perusteella voidaan todeta, että Luontotalo Arkissa vierailu ei usein jää vain yhteen kertaan vaan sinne palataan mahdollisesti useamman kerran.

4.2 Teorian pohjalta tehdyt kysymykset

Seuraavaksi erittelen ne kysymykset, jotka tutkivat teoriani mukaisesti elämyksen elementtejä ja asiakkaan kokemuksia. Kaikista teorian osista ei ollut kysymystä, sillä joitakin elementtejä on hieman vaikeaa tutkia näin kysymysten muodossa. Kuten mainittu, omaa havainnointia käytettiin tutkimisessa paljon hyödyksi.

4.2.1 Yksilöllisyys

Luontotalo Arkin yksilöllisyyttä määritellessäni asiakkailta kysyttiin ovatko he ennen Luontotalo Arkissa vierailua käyneet missään vastaavanlaisessa paikassa. Jopa 70 prosenttia vastasi käyneensä vastaavanlaisessa paikassa kuin Luontotalo Arkki. Eniten oli käyty Helsingin eläintieteellisessä museossa, jossa itsekin vierailin joulukuussa 2010. Helsingin luonnontieteellinen museo on Suomen suurin ja ehkä tunnetuin luontomuseo. Muina paikkoina mainittiin muun muassa Lapin luontokeskukset, Terranova Vaasassa, Luontotalo Rantasalmella, Arktikum Rovaniemellä, Siida Inarissa, Pöytyän Yläneen luontokabinetti, Sinisimpukan luontokeskus Kemijärvellä, Kolin Luontokeskus-Ukko ja Vapriikki Tampereella. Vastaajat muistelivat myös vierailleensa vastaavissa paikoissa Jyväskylässä, Lauhavuorella, Turussa ja Pallaksella, he eivät vaan muistaneet tarkkaa sijaintia tai nimeä. Näiden tulosten perusteella ei voida sanoa, että Luontotalo Arkin konsepti olisi täysin ainutlaatuinen, muitakin vastaavanlaisia löytyy Suomesta jo melko monta. Mutta Luontotalo Arkin näyttely keskittyy vahvasti paikallisen luonnon esittelyyn. Satakunnasta löydy myöskään muita luontotaloja, joten voidaan todeta, että Luontotalo Arkin näyttely on ainoa laatuaan Suomessa. Vaikka Arkin konseptia tavataan muualla, on sen toteutus yksilöllinen ja ainoa laatuaan.

Arkissa vierailija näkee ja kokee täysin uusia asioita, sillä esimerkiksi Arkin multimedia on tuotettu ainoastaan Arkin omaan käyttöön, joten sitä ei voi nähdä missään muualla. Arkin vaihtuvat näyttelyt ovat myös ensisijaisesti suunniteltu Arkille, eivätkä ne ole esillä muualla, jotkut näyttelyt saattavat kuitenkin kiertää Luontotalo Arkin jälkeen muualle (Viitala, H. 2011a).

Vaihtuvat näyttelyt takaavat myös sen, että asiakas saattaa nähdä ja kokea jotakin uutta ja erilaista jokaisella kerralla vieraillessaan Arkissa. Arkin vaihtuvia näyttelyitä on noin 2-3 kappaletta vuodessa.



KUVA 3: Kuva Heikki Lähtenmäen Kurki-valokuvanäyttelystä (Vaihtuvat näyttelyt, 2011)

Tämänkaltaisen luontonäyttelyn räätälöinti kaikille asiakkaille erilaiseksi on erittäin vaikeaa, muttei kuitenkaan täysin mahdotonta. Tällaisessa näyttelytyyppisessä matkailutuotteessa asiakasta ei voida ohjailta, vaan hän liikkuu oman mielensä mukaan ja katselee ja lukee sitä mitä itse haluaa. Lisäämällä asiakkaan osallistumista, voidaan

kuitenkin vaikuttaa siihen, miten eri asiakkaat tekisivät asioita eri tavalla. Kaikki eivät halua pelata luontopelejä tai katsoa mikroskoopeilla, jotkut taas haluavat. Näin toinen kiertää näyttelyn eri tavalla kuin toinen.

Ryhmien vierailu ja heidän opastuksensa antaa kuitenkin mahdollisuuden räätälöidä tuote hieman erilaiseksi jokaiselle. Ryhmien opastuksia voidaan muunnella esimerkiksi ryhmien iän, sukupuolen taustan mukaan. Tarharyhmälle on täysin erilainen opastus kuin aikuiselle luontokerholle. Hilikka Viitalan mukaan opastuksia ei ole mitenkään käsikirjoitettu, joten yksikään ryhmä ei saa täysin samanlaista opastusta kuin joku toinen. Opastuksia myös muutetaan ryhmien mukaan, pienille lapsille asioita kerrotaan hieman eri tavalla kuin aikuisille. (Viitala, H. 2011a.)

4.2.2 Aitous

Luontotalo Arkissa esillä olevat eläimet ja kasvit ovat kaikki oikeita. Eläimet ovat täytettyjä ja osa kasveista hieman kuivuneita mutta oikeita. Arkissa on myös akvaario, jossa uiskentelee kourallinen kaloja sekä puro, jossa virtaa soliseva vesi.

Arkin perusnäyttely koostuu useista eri dioraamoista. Hilikka Viitalan (2011a) sanojen mukaan dioraama on tyypillinen kolmiulotteinen luonnon esitystapa, jossa on usein taustakuva, maata, maakasvillisuutta, eläimiä, kasveja sekä puita (Viitala, H. 2011a).

Kysyin Luontotalo Arkin asiakkailta miten aidoksi he kokivat näyttelyn dioraamat. Selvensin myös haastattelutilanteessa kysymyksellä tuleeko asiakkaalle sellainen olo, että dioraamat voisivat olla jopa suoraan luonnosta otettuja. Jopa 52 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että näyttely muistutti paljon tai erittäin paljon aitoa luontoa. 44 prosenttia oli sitä mieltä, että se muistutti jonkin verran aitoa luontoa. Vain yhden vastaajan mielestä näyttely muistutti vain vähän aitoa luontoa. Kenenkään mielestä näyttely ei muistuttanut ollenkaan aitoa luontoa. Näiden tulosten perusteella voidaan

todeta, että Luontotalo Arkki on onnistunut luomaan erittäin aidontuntuisen näyttelyn. Henkilö, jonka mielestä näyttely muistutti vain vähän aitoa luontoa, huomautti erikseen rantakäärmeen ulkonäöstä, toimimattomista videoista sekä näyttelyn oviaukossa olevasta kalastajaveneen mittasuhteista.

Näyttelytilassa on kaksi erillistä tilaa, jossa seinälle heijastetaan videokuvaa. Toinen sijaitsee merellisen dioraaman yhteydessä ja toinen öistä jokisuistoa kuvaavan dioraaman läheisyydessä. Merellinen video ei ollut ainakaan minun aikanani ollenkaan toiminnassa ja toinenkin video pätki pahasti. Tämä saattaa särkeä asiakkaan illuusion ja vahingoittaa aitouden tunnetta.

4.2.3 Tarina

Luontotalo Arkissa ei käytetä hyödyksi tarinaa johdattelemaan asiakasta näyttelyn eri osien välillä. Toisaalta asiakas saattaa oma-aloitteisesti kiertää näyttelyn tietyssä järjestyksessä, jolloin kaikki installaatiot sekä kasvien että eläinten kuvaukset mahdollisesti synnyttävät tietynlaisen tarinan asiakkaan mielessä. Näyttelyn käytävät muodostavat tietynlaisen polun, jota pitkin kulkiessa vierailija saattaa kokea kulkevansa metsän keskellä luontopolkua pitkin. Mielestäni kaikkia tarinoita ei tarvitse antaa asiakkaille valmiina, vaan luoda sellaiset puitteet, että asiakas voi itse kuvitella tarinan mielessään.

Opastetut kierrokset ovat tietenkin eri asia. Itse olin paikalla yhden aikuisryhmän opastetulla kierroksella 17. marraskuuta 2010, jolloin ryhmä opastettiin näyttelyn läpi. Opastuksessa kerrottiin rakennuksen ja yrityksen historiasta, alueen eläimistä ja kasveista sekä kierrätettiin ryhmä eri osien läpi nostamalla samalla muutamia asioita kerrottavaksi, jostakin tietyistä eläimestä ja kasvuympäristöstä. Opastus oli vahvasti faktapainotteinen, mielikuvituksellista tarinaa siinä käytettiin todella vähän. Varsinkin opastukseen tarinan voimaa voisi tuoda lisää.

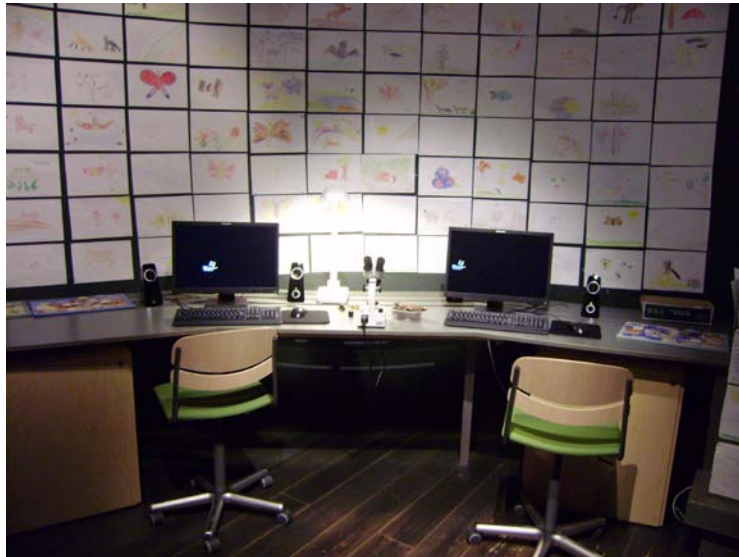
Halusin kyselyssäni tutkia myös miten hyvin näyttelyn eri osat olivat yhteydessä toisiinsa ja miten sujuvaa niiden välillä liikkuminen oli. 23 vastaajaa oli sitä mieltä, että näyttely oli yhtenäinen ja eri osien välillä liikkuminen oli helppoa ja luontevaa. Vain kolmen ihmisen mielestä näyttelyn eri osat eivät olleet kovinkaan hyvin yhteydessä toisiinsa. Heistä muutama mainitsi, että erilliset osat olivat vain positiivinen asia.

4.2.4 Moniaistillisuus

Elämyksellisen tuotteen tulisi tarjota asiakkailleen virikkeitä mahdollisimman monelle eri aistille. Näin asiakkaalle välittyy kokonaisvaltaisempi elämys ja he eläytyvät tuotteeseen paremmin. (Tarssanen, S. 2009. 14.)

Ihmisen perusaisteja ovat näkö-, kuulo-, haju-, tunto-, maku-, kipu- ja tasapainoaisti. Aistien avulla ihminen saa tietoa ympäröivästä maailmasta, mutta myös omasta elimistöstään. Aistielämyksen syntyessä aistinsolut reagoivat ensin ärsykkeisiin. Tämän jälkeen ne synnyttävät hermoimpulsseja, jotka kulkeutuvat aivoihin eri aistialueille. Lopullinen aistimus syntyy siis aivoissa. (Karhumäki, E., Lehtonen, M., Nieminen, K., Syrjäkallio-Ylitalo, M. 2006. 146.)

Kaikista aisteista näköaistille on tarjolla Luontotalo Arkissa eniten virikkeitä. Arkin luontoinstallaatiot ovat siinä mielessä parempia kuin Helsingin luonnontieteellisen museon vastaavanlaiset, koska Arkissa eläimiä voi katsella kolmiulotteisesti. Helsingissä melkein kaikki eläimet ja kasvit on sijoitettu vitriineihin ja lasikaappeihin. Kun eläintä voidaan tarkastella joka puolelta hahmotetaan sen koko ja muodot paremmin, myös esimerkiksi turkin eri värivivahteet on helpompi hahmottaa ilman lasia.



Kuva 4: Luontotalo Arkin puuhanurkkaus (Borgersen, K).

Luontotalo Arkin puuhanurkkauksessa olevat mikroskoopit tarjoavat myös virikkeitä näköaistille. Monille Arkin vierailu saattaa tarjota ensimmäisen mahdollisuuden mikroskooppien kokeiluun, joten se saattaa olla heille elämys. Mikroskoopin kautta esineiden yksityiskohtiin ja muotoihin pystyy keskittymään paremmin ja nähdään tarkasti esineen pinta, muodot sekä materiaali. Mikroskooppien luona voi katsella muun muassa simpukoita, höyheniä ja käpyjä.

Luontotalo Arkkia perustettaessa suunniteltiin näyttelyä täydentämään erilaisia hajuja. Kysyessäni asiakkailta huomasivatko he jotakin hajua näyttelyn tiloissa, vain neljä vastaajaa 26:sta erotti jotakin hajua. Näitä hajuja oli kaislojen, veden, sammaleen ja tervan haju. Hilkka Viitalan mukaan hajujen tuomisesta Arkkiin luovuttiin niiden vaikean toteuttamisen vuoksi. Uutta näyttelyä suunniteltaessa mietitään uudelleen hajujen käyttämistä osana näyttelyä. Mitään päätöksiä asian suhteen ei ole kuitenkaan vielä tehty. (Viitala, H. 2011a.)

Hajujen tuominen tällaiseen suljettuun tilaan on melko haasteellista. Haju ei saisi olla liian dominoiva, vaan sen pitäisi olla sopiva tiettyyn tilaan tai tilanteeseen. Oman haasteensa tuovat myös hajusteyliherkkyyttä sairastavat ihmiset ja muut allergikot. Jopa 2-3 prosenttia suomalaisista kärsii yliherkkyudestä hajusteille, johon liittyy fyysisiä

oireita kuten ihottumaa. Professori Matti Hannukselan mukaan joka toinen suomalainen kärsii tuoksuyliherkkyydestä, jolloin voimakkaat tuoksut eivät aiheuta allergian aiheuttamia fyysisiä oireita vaan saavat aikaan epämiellyttäviä ruumiillisia tai psyykkisiä oireita. (Hannuksela, M. 2010.)



KUVA 5: Kalastajan vene Luontotalo Arkissa (Borgersen, K).

Tuotaessa hajusteita ja hajuja Luontotalo Arkin kaltaisiin suljettuihin tiloihin on pidettävä mielessä, että ihmisen hajuaiisti sopeutuu samanlaisena jatkuvaan ärsykkeeseen melko nopeasti. Asiakkaan haistaessa jotakin hajua pitkään, ei hän hetken päästä erota mitään hajua, sillä hänen aistireseptorinsa ovat jo tottuneet ärsykkeeseen, eivätkä reagoi siihen. (Karhumäki ym. 2006. 146).

Tuntoaistin tuntoreseptoreita löytyy kaikkialta ihmisen kehosta. Eniten niitä kuitenkin sijaitsee kämmenien iholla ja erityisesti sormenpäissä. Ihmisen tunnistellessa jotakin

esineitä, tuntee hän sormenpäissään sen pinnan muodot ja materiaalin, pehmeiden sekä lämmön. (Karhumäki ym. 2006. 147.)

Luontotalo Arkin täytettyjä eläimiä ei tietenkään pääse koskemaan, mutta mikroskooppien luona on esillä erilaisia luonnon esineitä, joita asiakkaat voivat tunnustella käsissään. On simpukoita, käpyjä sekä sulkia. Nämä esineet ovat ensisijaisesti tarkoitettu mikroskoopin kautta katseluun, mutta ne toimivat näin tunnustelussakin. Arkissa voisi asiakkaille antaa enemmän tällaisia mahdollisuuksia tunnustella käsin esineitä.

Luontotalo Arkin äänimaailman on suunnitellut ja valmistanut porilainen toimittaja, pappi ja tietokirjailija Hannes Tiira. Tiira on näkövammaisen ja on erityisen keskittynyt tulkitsemaan luonnon ääniä. Arkin näyttelyn eri osissa kuullaan eri äänimaailmoja. Merellisessä dioraamassa kuullaan meren aaltojen kohinaa, tuulen tuisketta, merilokkien kirkunaa ynnä muita merellisiä ääniä. Äänet siis täydentävät osaltaan eri osien eroavaisuutta ja tunnelmaa.

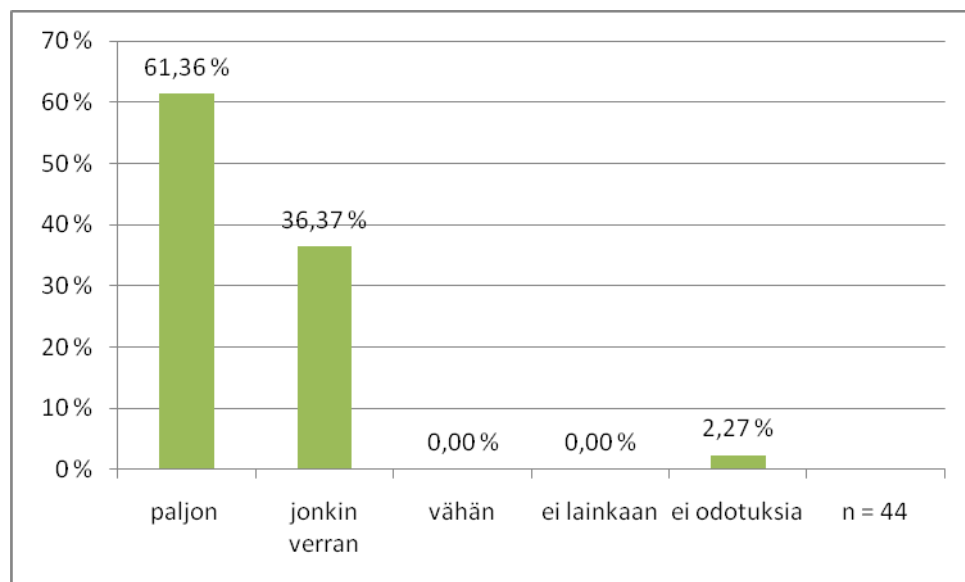
Kaikki 26 haastateltavaa sanoi kuulleensa ääniä näyttelyn aikana. Äänten tunnistaminen oli myös melko helppoa, joskin muutama mainitsi lintujen äänien olleen vähän liikaakin etusijalla. Muita ääniä tunnistettiin meren kohinaksi, tuulen puhallukseksi, veden solinaksi sekä kurjen lauluksi. Tästä johtopäätöksenä voidaan Arkin äänimaailman sanoa olevan erittäin onnistunut, sillä kaikki kuulivat sen, eivätkä äänet olleet liian kovia tai hiljaisia. Myös äänten erilaisuus näyttelyn eri osissa huomattiin, joten äänimaailma ei puuroutunut vain yhdeksi massaksi, vaan onnistui pysymään selkeän erilaisena.

Makuaistille ei ole tarjolla virikkeitä itse näyttelytilassa, mutta Arkissa toimii kahvila aivan sisääntuloaulan vieressä. Kahvilassa on tarjolla melko perinteisiä kahvilatuotteita, jotka eivät sinänsä liity itse näyttelyyn. Ei voida sanoa, että kahvilan tarjottavat täydentäisivät itse näyttelyä, mutta ne ovat oleellinen osa kun tarkastellaan Arkin fyysisen tason edellytyksiä.

Tasapainoaisillekin on tarjolla jotakin Arkissa, sillä asiakas voi halutessaan liikkua eri osien välillä siltoja pitkin sekä kiivetä ylös lintutorniin. Nämä liikkeen, asennon ja korkeuden muutokset ovat havaittavissa mm. lihasten, jänteiden, näköaistin ja tasapainoelinten avulla (Karhumäki ym. 2006. 148).

4.2.5 Kontrasti

Sanna Tarssasen (2009. 14) mukaan viimekädessä asiakas määrittelee itse onko tuote kontrastissa hänen omaan arkielämäänsä. Kontrasti on kaikille hieman erilainen. (Tarssanen, S. 2009. 14.) Ihmisille, jotka ovat muutenkin kiinnostuneet luonnosta ja ehkä harrastavatkin jotain siihen liittyvää, saattaa näyttely olla vähemmän eksoottinen kuin toisille. Kaupunkilaisille, jotka eivät harrasta luonnossa liikkumista saattaa ihan uusien kasvien ja eläinten näkeminen olla kovinkin erilaista.



Kuvio 4: Kuinka paljon näyttely vastasi odotuksiasi?

Tutkiakseni Arkin kontrasti-näkökulmaa tuotti kysymyksen keksiminen todella suuria vaikeuksia. En loppujen lopuksi keksinyt hyvää kysymystä tutkiakseni miten erilainen ja eksoottinen Arkin näyttely on asiakkaille, sillä tämä olisi vaatinut perusteellisempaa

asiakkaiden taustojen tutkimista. Halusin kuitenkin jollakin tapaa selvittää mitä odotuksia asiakkailta oli näyttelystä ja yllättikö se heidät jotenkin. Kysyin asiakkailta miten hyvin näyttely vastasi heidän odotuksiaan. Kuten kuviossa 4 näkyy 61,36 prosenttia vastasi näyttelyn vastanneen erittäin paljon heidän odotuksiaan, jotkut heistä mainitsivat sen jopa ylittäneet odotukset. 36,37 prosenttia vastasi näyttelyn vastanneen jonkin verran odotuksiaan. Yksi vastaaja sanoi, ettei hänellä ollut minkäänlaisia odotuksia näyttelystä, sillä hän poikkesi sisään vain hetken mielihoituksesta.

Odotuksien mittaaminen ei kuitenkaan selvennä kontrasti-näkökulmaa. Tässä kohdissa on kyse tutkimuksen validiteetista. Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen kykyä mitata sitä, mitä sen on tarkoituskin mitata. (Vilkka, H. 2007. 150.) Kontrastia mitattaessa voin todeta, että olen epäonnistunut luomaan sitä luotettavasti mittaavan kysymyksen. Asiakkaan odotuksia mittaava kysymys on kyllä hyödyllinen Arkille, joten sen tulokset voidaan kuitenkin pitää tutkimuksessa.

Tutkiakseni näyttelyn erilaisuutta verrattuna asiakkaiden arkielämään, olisi minun pitänyt kartoittaa vastaajien taustatietoja vielä enemmän ja luulen, että haastattelu olisi pitkittynyt liikaa. Kuten haastattelua tehdessä huomasin, ihmiset eivät pidä liian pitkistä kyselyistä eivätkä jaksaa keskittyä kovin pitkään. Monesti Arkin asiakkaat kysyvät meneekö vastaamisessa kauan ennen kuin suostuivat kyselyn vastaajiksi. Lisäksi jotkin ihmiset voisivat kiusaantua liian henkilökohtaisista kysymyksistä.

4.2.6 Vuorovaikutus

Vuorovaikutusta voi olla kokijan, tuotteen, muiden kokijoiden sekä tuottajien välillä. Mielestäni vuorovaikutus tuotteen ja kokijan välillä on asiakkaan osallistumista. Ryhmässä ja yhdessä kokeminen on myös osa vuorovaikutusta. Näin ihmiselle syntyy tunne yhteisöllisyydestä, yleisesti hyväksytystä toiminnasta sekä sosiaalisen statuksen noususta. (Tarssanen, S. 2009. 14-15.)

Vaikka pääosa Arkin näyttelystä perustuu sille, että asiakas katselee ja kierteleo omaan tahtiinsa, pääsee hän myös osallistumaan toimintaan näyttelyn aikana. Toiminnallista tekemistä löytyy muutamassakin muodossa. Näitä ovat mikroskoopit ja luontoaiheiset tietokonepelit. 16 henkeä 26:sta kokeili mikroskooppeja; muutama kokeili sen jälkeen kun kerroin heille niiden sijainnin. Mikroskooppien sijainti on hieman haasteellinen, sillä ne sijaitsevat niin sanotun lasten puuhanurkan yhteydessä eikä moni aikuinen edes vierailut nurkkauksessa, vaikka olivat kyllä kiinnostuneita kokeilemaan mikroskooppeja.

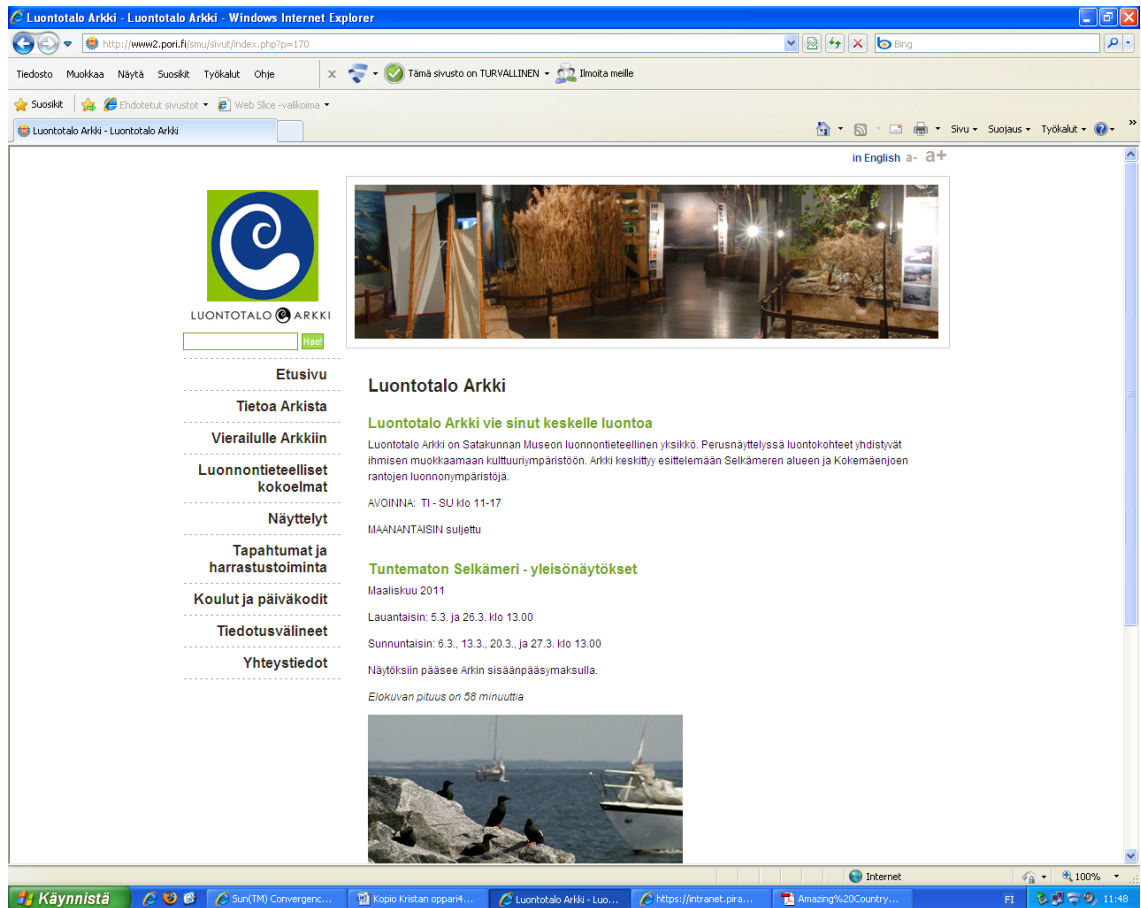


Kuva 6: Puuhanurkkaus, vasemman kulman takana mikroskoopit ja tietokoneet (Borgersen, K).

Asiakkaat saavat myös itse valita katsovatko he näyttelyn yhteydessä olevan multivisio eli dia-esityksen. Yhdeksän vastaajaa 26:sta jätti multivision katsomatta, muutaman kohdalla tämä johtui siitä, että siihen aikaan luentosalissa oli luento Kurki-näyttelystä. Loput 17 vastaajaa katsoi multivision.

4.2.7 Kokemuksen tasot

Tutkiessani asiakkaan kokemisen tasojen täyttymistä Luontotalo Arkissa onnistuin jossakin määrin keksimään sopivia kysymyksiä tutkimukseen. Fyysisellä tasolla toimivat elementit esiteltiin jo moniaistisuuden yhteydessä. Motivaation tason tutkimuksen kyselyllä jätin tarkoituksella pois sillä Luontotalo Arkin mainonta on melko vähäistä, joten todennäköisesti monikaan ei olisi nähnyt mainoksia missään. Parempi keino tutkia mainontaa oli mielestäni tekemäni kenttätutkimus, jossa selvitin Luontotalo Arkin mainosten saatavuuden ja esilläolon. Selvitin miten hyvin Luontotalo Arkin esitteet ja muu mainosmateriaali on esillä paikkakunnalla. Kolmesta Porin hotellista kahdessa oli syksyn aika saatavilla Satakunnan museoiden yhteisesitettä, jossa Arkkin on mukana. Yhteen hotelliin esitteet saapuivat tammikuussa 2011. Julisteita ei näkynyt yhdenkään hotellin aulatiloiissa, ei myöskään matkailutoimisto Maisan tiloissa. Ulkomainontaa Arkki hyödyntää melko vähän, ulkoportin yhteydessä on mainoskyltti ainoastaan luentojen tai erityistapahtumien aikana.

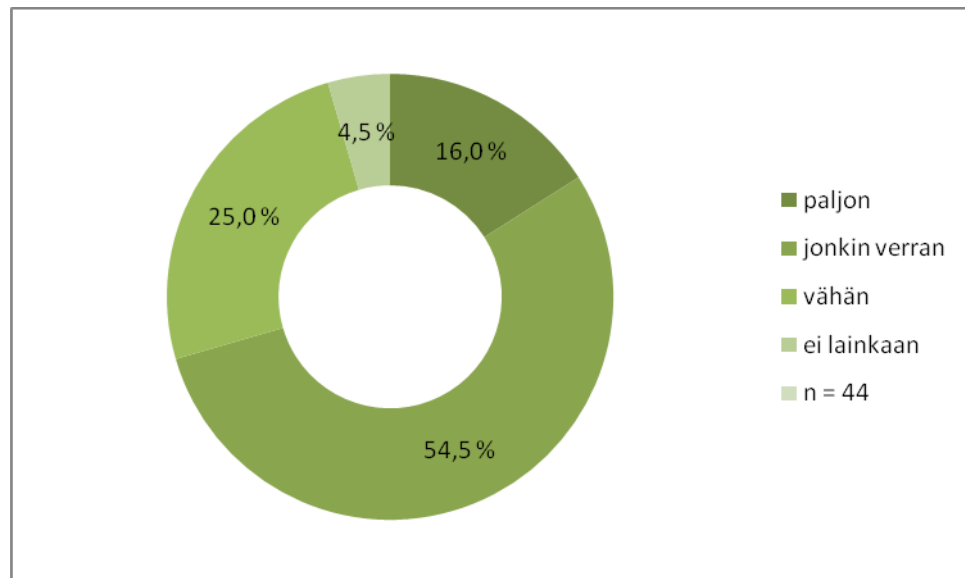


KUVA 7: Luontotalo Arkin internet-sivut (Luontotalo Arkki 2011).

Kuvassa 7 näemme Luontotalo Arkin tämänhetkisten Internet-sivujen etusivun. Arkin Internet-sivuilta löytyy kaikki oleellinen tieto mutta itse kuvailisin sivuja asiallisiksi, värittömiksi ja hieman tylsiksi. Värien ja kuvien käyttö olisi erittäin hyvä aloitus kehitettäessä Arkin Internet-sivuja. Samalla aloitussivu voisi olla pelkkää kuvaa esimerkiksi diaesitys näyttelyn kuvista. Internet on kasvava markkinoinnin kanava kaikille yrityksille ja Internet-sivuihin kannattaa panostaa. Sivuilta olisi löydettävä kaikki tarpeellinen tieto mutta samalla sen tulisi olla houkutteleva ja elämyksellinen.

Jotta näyttely olisi elämyksellisellä tasolla onnistunut, tulee muidenkin aistimusten olla optimissa. Näyttelytilassa ei saa olla liian kuuma eikä kylmä eikä asiakkaille saa aiheutua kipua. (Tarssanen, S. 2009. 15-16.) Näiden olosuhteiden suhteen Arkissa on täytynyt hieman joustaa, sillä eläinten ja kasvien säilymisen kannalta lämpötilan ja kosteuden tulee olla hieman eri tasolla kuin normaalioloissa. Ainakin itselleni tuli näyttelytilassa hetken paikallaolon jälkeen hieman vilu.

Älyllisellä tasolla ihminen käsittelee näkemiään ja kokemiaan asioita. Älyllisellä tasolla onnistunut matkailutuote antaa mahdollisuuden oppia jotakin uutta, kehittyä sekä saada uutta tietoa. (Tarssanen, S. 2009. 16)

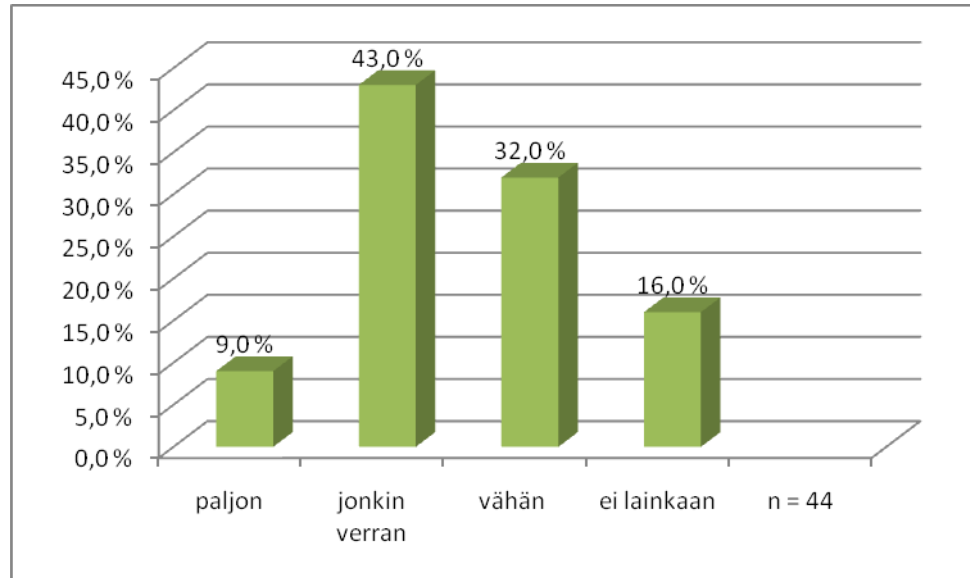


KUVIO 5: Kuinka paljon opit uutta näyttelyn aikana?

Kuviosta 5 näkee, että 16 prosenttia vastaajista oppi paljon tai erittäin paljon uutta, 54,5 prosenttia oppi jonkin verran uutta ja 25 prosenttia oppi vähän uutta näyttelystä. Vain 4,5 prosenttia vastaajista eli kaksi vastaajaa, sanoi, ettei ollut oppinut mitään uutta näyttelyn aikana. Sanotaanko siten, että jos 95,5 prosenttia vastaajista oppi edes vähän näyttelystä, oli Luontotalo Arkki onnistunut vaikuttamaan asiakkaisiinsa älyllisellä tasolla ja tarjonnut hyvät puitteet ja edellytykset uuden oppimiselle.

Sanna Tarssasen (2009. 16) Elämyskolmio-mallin toiseksi viimeisellä tasolla syntyy elämys. Elämys syntyy ihmisellä tunnetasolla eli emotionaalisella tasolla. Elämystä ja muutosta on vaikea mitata. Muutos saattaa tapahtua vasta myöhemmin. Halusin kuitenkin jollakin tapaa selventää tätä kahden viimeisen tason onnistumista Arkin nykyisessä näyttelyssä. Kysyin asiakkailta kokivatko he itse muuttuneensa,

ajattelevatko he luonnosta eri tavalla nyt kuin ennen näyttelyä. Kysymys tuotti hieman vaikeuksia ja aiheutti eniten mietintää asiakkaissa.



KUVIO 6: Vaikuttiko näyttely tapaasi ajatella luonnosta?

Haastattelutilanteessa selvensin kysymystä lisäkysymyksellä. Kysyin arvelivatko he näyttelyn vaikutuksesta ehkä käyvänsä enemmän luonnossa, lisäävänsä ehkä kierrätystä, opiskelevansa lisää luonnosta. Yhdeksän prosenttia vastaajista sanoi näyttelyn vaikuttaneen paljon heidän ajattelutapaansa. Kuten voimme kuviosta 6 huomata, 43 prosenttia vastasi näyttelyn vaikuttaneen jonkin verran. 32 prosenttia vastasi näyttelyn vaikuttaneen vähän heidän ajattelutapaansa. 16 prosenttia vastasi, ettei näyttely ollut vaikuttanut heidän ajattelutapaansa.

5 ELÄMYKSEN KEHITTÄMINEN

Tässä kolmanneksi viimeisessä kappaleessa keskityn Luontotalo Arkin kehittämisiideoiden esittelemiseen. Kappaleessa täydennetään vajaita elämyksen elementtejä ja kokemuksen tasoja, sekä ideoidaan uusia ja puuttuvia osia. Kappale on jaettu samoin kuin edellä, elämyskolmion tuotteen elementtien mukaan sekä asiakkaan kokemukset omassa osiossaan. Lopussa käsittelem vielä lyhyesti muita, teorian piiriin kuulumattomia, tutkimuksen aikana esille tulleita parannusehdotuksia.

Kehitysideat ovat suurilta osin itse kehittelemiäni, mutta joitakin toiveita ja ehdotuksia tuli myös asiakkailta heitä haastatellessani. Kirjallisessa kyselylomakkeessani oli myös avoin vastaustila, johon vastaajat pystyivät jättämään terveisiä ja toiveita Luontotalo Arkille.

Edellisessä kappaleessa todettiin, että Luontotalo Arkki on melko hyvin onnistunut luomaan puitteet elämykselliselle matkailutuotteelle. Mutta kuten vanha sanonta kertoo, aina on varaa parantaa. Lisäksi edellisessä kappaleessa huomattiin joidenkin elementtien olevan puutteellisia ja ehkä hyvin pintapuolisia. Tässä kappaleessa täydennetään Luontotalo Arkin elämyksellistä matkailutuotetta. Pyritään pääsemään mahdollisimman lähelle Elämyskolmio-mallin ideaalia matkailutuotetta, joka hyvin todennäköisesti tuottaa asiakkaalle elämyksen.

5.1 Yksilöllisyys

Kuten edellisessä kappaleessa huomattiin, erikoistumisensa ansiosta Luontotalo Arkki on onnistunut luomaan yksilöllisen matkailutuotteen. On osattu ja uskallettu rajata aihe siten, että se erottuu muista vastaavanlaisista.

Jos halutaan vielä lisätä Arkin yksilöllisyyttä, on kehitettävä uusia tapoja erottaa kilpailijoista. Ensin täytyy kuitenkin tutkia kilpailijoita ja saada mahdollisimman paljon tietoa heidän tuotteistaan. On oltava innovatiivisia ja keksittäviä uusia aktiviteetteja ja luontoinstallaatioita asiakkaiden iloksi. Muiden ideoiden suoraa kopiointia tulisi kuitenkin välttää. Jos löytää muualta hyvän idean, sitä voi muokata omannäköiseksi, jolloin se ei välttämättä tunnu samalta ollenkaan. Tässä kohdin ideoiden pyytäminen asiakkailta olisi erittäin hyödyllistä; asiakkaat kun usein tietävät parhaiten mitä haluavat. Asiakkailta saattaa saada erittäin innostavia ja uudenlaisia ideoita. Porista löytyy myös laaja matkailualan opiskelijoiden joukko, joiden ideoita ja kasvavaa ammattitaitoa ei tule unohtaa. Opiskelijoiden uutta ajattelutapaa sekä uskallusta olisi mahdollista hyödyntää suuresti kehitettäessä Arkkia uuteen suuntaan.

Yksilöllisyys on myös sitä, että asiakas näkee ja kokee jotakin uutta jokaisella vierailukerrallaan. Hilikka Viitalan (2011a) mukaan Arkkiin tuodaan uusi vaihtuva näyttely kaksi tai kolme kertaa vuodessa. Näyttelyiden vaihtoväliä on mielestäni turha tiivistää, sillä kaikille halukkaille on annettava mahdollisuus nähdä näyttely. Viitalan mukaan vaihtuvien näyttelyiden suunnitteluun, toteuttamiseen ja rakentamiseen kuluu melkoisesti aikaa, joten senkin takia nykyinen vaihtoväli on erittäin sopiva.



KUVA 8: Arkin mennyt näyttely Karhut (Menneet näyttelyt, 2011).

Vaihtuvien näyttelyiden ei tarvitse olla ainoita, jotka muuttuvat. Perusnäyttelyyn voitaisiin tuoda osia, jotka muuttuvat tasaisin väliajoin. Tällaisena voisi olla esimerkiksi vuodenaikaan sopiva kasvimaaisema esimerkkinä syksy Kokemäenjoella installaatio, johon kuuluisi sieniä, värikkäitä lehtiä yms. Näitä installaatioita voitaisiin vaihdella neljä kertaa vuodessa vuodenajan mukaan. Talven maiseman voisi asettaa ulos, jos käyttää lunta tai vastaavasti käyttää sisätiloissa pumpulia luomaan lumen tuntua.

Myöhemmin tässä luvussa käsittelen uusia ideoita moniaistisuuden parantamiseksi, mutta tässä kohdin voidaan jo sanoa, että kehitysehdotuksina on muun muassa uusien esineiden sekä haju-näytteiden tuomista Arkkiin. Näiden kohdalla voidaan myös vaihtuvuutta korostaa siten, että esimerkiksi hajunäytteitä voidaan vaihdella aika ajoin. Samoin kosketeltavia sekä mikroskoopilla katseltavia esineitä tulisi vaihdella.

5.2 Aitous

Vahvemman aitouden tunteen tavoittelemisen voidaan aloittaa asiakkaita häirinneiden videoiden korjaamisella. Jotta multimedia osaltaan auttaisi aitouden esille tulemistä näyttelyssä, täytyy sen toimia kunnolla. Videot eivät saa pätkiä. Näyttelyn yhdessä kohdassa, meri-aiheisen installaation kohdalla, video puuttui kokonaan, seinällä on vain tyhjä valkoinen suorakulmio. Asiakas kyllä huomaa, että tästä kohtaa puuttuu jotakin.

Muutama asiakas mainitsi myös jokipohjaa esittelevästä akvaariosta. He olisivat kaivanneet akvaarioon useampia kalalajeja sekä esimerkiksi kotiloita. Hilikka Viitalan (2011) mukaan akvaariossa onkin ennen ollut mm. rapuja, simpukoita ja kotiloita. Arkin uudistussuunnitelmissa akvaario olisi poistumassa, joten lajeja ei ole täydennetty.

5.3 Tarina

Kuten aikaisemmassa kappaleessa jo todettiin, Luontotalo Arkki ei ole sinänsä hyödyntänyt tarinan mahdollisuutta näyttelyssään. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että Arkin näyttely on ensisijassa opettavainen, faktatietoa asiakkailleen tarjoava matkailutuote. Tämä ei silti tarkoita, etteikö mukaan voisi tuoda tarinallisia piirteitä. Nämä voidaan kehittää myös niin, ettei kaikkien asiakkaiden tarvitse aina osallistua tarinaan mukaan, mutta heidän niin halutessaan se olisi mahdollista.

Tällaisen tarinan voisi toteuttaa esimerkiksi lapsille jaettavalla tarinakirjalla. Kirjassa seikkailisi Arkin oma maskotti, Simo Sinitäinen, joka kulkee Satakunnan kosteikkoluonnossa ja tapaa eläinkavereitaan. Lapset voisivat itse lukea näitä satuja tai heidän vanhempansa lukea niitä heille. Mukana voisi olla myös pieniä tehtäviä kuten esimerkiksi nimen keksimistä joillekin eläimille. Näistä tehtävistä lisää myöhemmin käsitellessäni vuorovaikutuksen parantamista.

Lapsiryhmien vieraillessa Arkissa voisi opastukseen tuoda myös mukaan jonkin tarinan. Aivan pienimmille voisi mukana kulkea Arkille kehittelemäni maskotti, Simo Sinitäinen, käsinuken muodossa. Opastaja voisi kulkea ryhmän mukana ylös alas siltaa ja lapset voisivat selvittää kuka näyttelyn eläimistä voisi olla Simon paras kaveri. Simo voisi kysyä lapsilta kysymyksiä näyttelyn eläimistä tai heistä itsestään, esimerkiksi kuinka moni on nähnyt käärmeen.

5.4 Kontrasti

Kaikista Elämyskolmio-mallin osista kontrasti-elementti oli kaikkein vaikein tutkia sekä kehittää. En halunnut kyselyvaiheessa tiedustella asiakkailta liian henkilökohtaisia asioita eikä haastattelu saanut olla liian pitkä, mikä siitä olisi väistämättä tullut, jos olisin kartoittanut asiakkaiden taustatietoja tämän enempää.

Kuten aikaisemmin huomautin, kaupungissa elävälle ihmiselle, joka harvoin käy luonnossa, on näyttely varmasti kontrastissa arkielämään. Kuitenkin hartaalle luontoharrastajalle, joka on mahdollisesti nähnyt kaikki näyttelyn eläimet luonnossa, saattaa näyttelyaihe olla liian tuttu ja ehkä hieman tylsäkin. Tällaisen matkailutuotteen suhteen on kuitenkin vain todettava, että kaikkia ei mitenkään voi kokonaisvaltaisesti miellyttää. Luontoharrastajille voidaan silti tarjota jotain mielenkiintoista ja uutta. Ulkomaita koskevat ja muut vaihtuvat näyttelyt saattavat kiinnostaa kovasti. Esimerkiksi aikaisempi Islannin luonnosta kertova näyttely, saattoi olla erittäin mielenkiintoinen luontoharrastajille.

5.5 Moniaistillisuus

Luontotalo Arkin moniaistillisuutta käsittelevässä kappaleessa todettiin, että Arkki on erittäin hyvin onnistunut luomaan moniaistillisen tuotteen. Siltikin muutaman aistin virikkeet jäävät ehkä hieman vajaiksi.

Yksi näistä vajaasti edustetuista aistiärsykkeistä ovat hajut. Kuten aikaisemmin todettiin, hajujen esiintymisen pitäisi olla hallittua mm. allergioiden vuoksi. Helsingin luonnontieteellisessä museossa tämä on toteutettu siten, että asiakkaat voivat esimerkiksi haistella yhtä sammallajiketta suljetusta pullosta. Tällä tavalla asiakkaat saavat päättää itse haluavatko haistaa vai eivät, eikä haju ole jatkuvaa, joten hajuaisti ei ehdi tottua siihen. Suljetussa tilassa haju myös pysyy tuoreena paremmin, eikä kasveja tarvitse uusia niin usein. Jos Arkkiin lainattaisiin tätä ideaa, voitaisiin pulloihin sijoittaa paikallisia lajikkeita, esimerkiksi tyrniä, Satakunnan maakuntakasvia.



Kuva 9: Hajuja Helsingin luonnontieteellisessä museossa (Borgersen, K).

Tuntoaisti on erittäin tärkeä aisti ihmiselle ja vaikka Arkista löytyy jo muutamia esineitä, joita asiakkaat pääsevät tunnustelemaan, voitaisiin tuntoaistiärsykkeistä kehittää melko merkittävä osa näyttelyä. Näyttelyn osana voisi olla erilliseen pöytään upotettuja laatikoita, joista kaikista löytyy jokin luonnon esine. Asiakas tunnustelee esinettä ja yrittää arvata mikä se on. Erillisen luukun alta löytyy sitten esineen oikea nimi. Tällaisessa tilanteessa asiakas joutuu käyttämään pelkkää tuntoaistiaan tunnistamiseen ja löytää ehkä esineistä uusia muotoja, pintoja sekä materiaaleja.

Haastattelemiani asiakkaat kehuivat Luontotalo Arkin näyttelyn äänimaailmaa. Näyttelyn eri osissa on käytetty eri ääniä. Vaihtelevuutta voitaisiin silti tuoda Arkin ääniärsykkeisiin. Mielessäni olisi näyttelyn yhteen osaan sijoitettavat kuulokkeet, joista asiakas voisi kuunnella eri äänimaisemia. Näitä maisemia voisi olla yöllisen metsän äänet, kevätniitty, kävely talvisessa metsässä lumen narskuessa. Näitä voitaisiin myös vaihdella tasaisin väliajoin. Kuulokkeiden kautta asiakkaat kykenisivät keskittymään ja kuuntelemaan ääniä tarkasti. Asiakkaan kuunnellessa kesäisen niityn ääni voisi hän vain sulkea silmänsä ja kuvitella itsensä kesäiseen maalaismaisemaan.

5.6 Vuorovaikutus

Asiakkaiden osallistumista olisi myös järkevää kasvattaa, sillä se lisäisi hänen sitoutumistaan tuotteeseen. Vuorovaikutus voi olla asiakkaan ja tuotteen, asiakkaan ja tuottajan tai muiden asiakkaiden välistä. Yksittäisille Arkin asiakkaille voitaisiin kehittää uusia tapoja osallistua ja tehdä itse. Asiakkaiden välistä vuorovaikutusta on tässä tilanteessa ehkä turha suunnitella, sillä tällaisessa tilassa on miltei mahdotonta saada asiakkaita yhteistyöhön. Mutta ryhmien kohdalla voitaisiin suunnitella yhteistä toimintaa, jotta yhdessä osallistuminen ja kokeminen vahvistuvat.



Kuva 10: Helsingin luonnontieteellisessä museossa asiakas pääsee tutkimaan eläinten syönnöksiä ja jätöksiä (Borgersen, K).

Asiakkaiden osallistumista tuotteeseen voidaan lisätä erilaisin keinoin. Aikaisemmin on jo mainittu esineiden tunnistus ja kuulokkeet. Näiden lisäksi aikuisille ja lapsille voisi kehittää tehtävivihot, jotka he saavat mukaansa kassalta joko ilmaiseksi tai maksua vastaan. Vihkosista löytyisi erilaisia tehtäviä ja tarinoita. Lapsille tehtäviä voisi sijoittaa tarinan lomaan, tehtävinä voisi olla esimerkiksi nimen keksiminen liito-oravalle, laskutehtäviä (kuinka monta pikkulintua näyttelystä löytyy) ynnä muuta. Tämä tehtävävihkonen olisi siis sama kuin aikaisemmin mainitsemani tarinavihko.

Aikuisille tehtävinä olisi eläinten ja kasvien tunnistustehtäviä, nimeämistehtäviä, eläin ja ravinto yhdistystehtäviä. Tehtävävihkosen saisi sitten näyttelyn jälkeen kotiinsa, joten samalla siitä jäisi mukava muisto vierailusta. Tehtäväkirja toimisi samalla myös markkinointimateriaalina, sillä lapsi saattaa näyttää tehtäväkirjaa ystävilleen, jotka sitten myös haluaisivat vierailla Arkissa hakemassa omansa.

Arkissa vieraileville ryhmille voitaisiin kehittää yhteistä tekemistä ja ratkottavaa. Tämä voitaisiin toteuttaa koko ryhmän kesken tai jakamalla ryhmä osiin. Ryhmä voisi kerätä pisteitä selvittämällä vastauksia erilaisiin kysymyksiin ja ratkomalla tehtäviä. Nämä voitaisiin myös jakaa ryhmälle vihkosten muodossa. Vihkosesta löytyisi muun muassa eläinten tunnistusta, laskentaa (kuinka monta kalaa on akvaariossa), palapelinteon nopeudesta kilpailemista Aikuisryhmille voisi tietenkin olla hieman haastavampiakin tehtäviä tai kysymyksiä esimerkiksi eläinten ravinnosta, asuinympäristöstä sekä talvehtimisesta.

Arkin mikroskooppi- ja tietokonepeli-nurkkaus on erittäin suosittu etenkin lasten keskuudessa. Muutamat asiakkaat kuitenkin sanoivat sen olevan hieman huonosti sijoitettu. Sitä luultiin osaksi lasten leikkinurkkausta eivätkä muutamat aikuisasiakkaat poikenneet sinne. Mikroskooppi ja tehtävä-nurkkauksen voisi sijoittaa näkyvämmälle paikalle tai ainakin sen voisi viitoittaa hausvasti. Kyltit, joissa lukee esimerkiksi ”tule kokeilemaan, tehtävää täälläpäin” ohjaisivat kaikki halukkaat pisteelle.

Hauska ja mielenkiintoinen peli voisi olla rantakäärme vai kyykäärme-muistipeli. Jostakin näyttelyn osiosta voisi löytyä kortteja, joissa olisi joko ranta- tai kyykäärmeen kuva ja kortin takapuolella olisi oikea vastaus sekä hieman informaatiota. Muistipeli opettaisi niin lapset kuin aikuisetkin erottamaan nämä kaksi käärmettä toisistaan ja oppimaan niistä lisää. Tätä opettavaista näkökulmaa käsitellään myöhemmässä kohdassa tätä kappaletta.

Viimeinen kehittelemäni idea asiakkaiden osallistumisen lisäämiseksi olisi lintubongaus. Näyttelytilan keskeltä löytyy pienoiskoossa valmistettu lintutorni. Torniin

voitaisiin sijoittaa muutamat kiikarit, joilla asiakkaat voisivat katsella katosta roikkuvia lintuja. Etenkin lapsille kiikarit saattavat olla aivan uusi kokemus, joten niiden läpi katseleminen voi olla jännittävää. Kiikarit tarjoaisivat samalla vaihtelevuutta katselukokemukseen.



Kuva 11: Luontotalo Arkin perusnäyttelyn lintutorni (Borgersen, K).

5.7 Motivaation taso eli kiinnostuminen

Tarssasen kehittämän elämyskolmio-teorian mukaan elämyksellisen mainonnan, joka kiinnittää asiakkaan huomion ja saa hänet kiinnostumaan tuotteesta, tulee olla samalla yksilöllinen ja aito sisältää tarinaa sekä sisältää kontrastia, olla mahdollisimman moniaistinen sekä vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. (Tarssanen, S. 2009. 15.)

Esitteeseen voitaisiin ottaa mukaan melko monta näistä edellä mainitusta elementistä. Koska Arkilla ei tällä hetkellä ole omaa esitettä, vaan se on samassa kaikkia Satakunnan museon alaisia museoita käsittelevässä esitteessä, voitaisiin Arkille kehitellä uusi ja oma

esite. Esitteestä voi löytyä tarinaa, se voisi olla yksilöllinen, aito sekä olla täysin uudenlainen eli kontrastissa kaiken muun kanssa, tarjota jopa ärsykeitä aisteille. Vuorovaikutuksen elementtiä olisi ehkä hieman vaikea toteuttaa esitteessä, joten se voidaan ottaa mukaan muuhun markkinointiin.

Liitteessä 4 esitellään yksi hahmotelma Arkin uudesta esitteestä. Esitteen muotona voisi toimia jokin muu kuin tavallinen suorakulmion mallinen esite. Esitteen yläreuna voisi olla kaareva. Näin esite erottuisi jo muodoltaan muista esitteistä. Yksilöllinen esite olisi varmasti, sillä hahmotelma on allekirjoittaneen suunnittelema ja toimeksiantama. Esitteen kansi raottaa jo hieman tarinaa, asiakas houkuttelee astumaan polulle. Esitteen teksti voisi alkaa tarinan katkelmalla.

”Astu sisään eläinten ja kasvien maailmaan, jossa pääset tutustumaan luonnon salaisuuksiin. Täällä näet mäyrän kömpivän juuri kolostaan ja jäniksen loikkivan hangella.”

Esitteen avulla olisi hieman vaikeaa toteuttaa moniaistillisuuden elementtiä. Esitteessä voisi kuitenkin olla kohokuviointia, jolloin sitä tunnusteltaessa tunnettaisiin pinnan vaihtelut.

Mukana esitteessä voisi seikkailla myös maskotti Simo Sinitäinen. Simo Sinitäinen voisi auttaa myös vuorovaikutuksellisen mainonnan luomisessa. Arkki voisi omalla maskotillaan osallistua esimerkiksi jokavuotisille Matkamessuille, jolloin maskotti-Simo voisi jakaa esitteitä ja makeisia messukävijöille. Varsinkin lapset saattaisivat muistaa Simon tämän jälkeen hyvin.

5.8 Fyysinen taso eli aistiminen

Luontotalo Arkin näyttelyn aistiärsyksiä käsiteltiin laajasti moniaistillisuutta käsittelevässä kappaleessa. Koko matkailutuotteen kaikkien elementtien tulisi kuitenkin onnistua myös fyysisellä tasolla, jotta taattaisiin kokonaisvaltainen elämystuote. Fyysisellä tasolla tulee tiettyjen seikkojen olla kohdallaan. Vierailtavassa tilassa ei saisi olla liian kylmä eikä kuuma, asiakkaan ei tarvitsisi tuntea nälkää eikä janoa ja asiakkaalle olisi taattava turvallinen olo. (Tarssanen, S. 2009. 15-16)



KUVA 12: Luontotalo Arkin perusnäyttely

Kolmannessa kappaleessa todettiin, että Arkki on onnistunut erittäin hyvin luomaan puitteet turvalliselle ja sopivat fyysiset olosuhteet tarjoavan matkailutuotteen. Tässä olisi silti muutama parannusmahdollisuus. Ensinnäkin näyttelytilan lämpötila. Eläinten ja kasvien säilymisen kannalta on lämpötila ja kosteus pidettävä nykyisenä. Arkissa saattaa siis asiakkaille tulla hieman viileä. Arkin henkilökunta voisi mainita, että asiakkaiden kannattaa ottaa esimerkiksi kaulahuivi tai villatakki näyttelytilaan mukaan.

Arkin tiloissa toimii myös kahvila, jossa asiakas voi nauttia kahvilatuotteita. Näin puitteet nälän ja janon torjumiselle ovat olemassa. Jos haluttaisiin, voitaisiin näyttelytilan ovensuulle sijoittaa vesipiste, josta asiakkaat saisivat juoda vettä. Tähän

voitaisiin liittää myös paikallisuuden elementti ja mainostaa, että nyt asiakkaat nauttivat Satakunnan maukkaasta vedestä. Kahvilan tuotteita voisi myös kehittää täydentämään näyttelyä. Mukana voisi olla mm. paikallisia erikoisuuksia, kuten tyrniä, joka nähdään myös näyttelyn puolella.

Arkin näyttely on kaikilta puitteiltaan melko turvallinen. Silta, lintutorni sekä lasten leikkialue ovat melko matalia ja turvattuja, putoamisen vaara on erittäin pieni. Asiakkaita tarkkaillessani kiinnitin huomioni muutamaan perheeseen. Perheen siirtyessä hieman hämärämpään osaan näyttelystä, joka kuvasi mäyränpesää, alkoi perheen pienimpiä hieman pelottaa. Tähän tilanteeseen voitaisiin varautua valonkatkaisijalla, josta asiakas voisi kytkeä kirkkaamman valaistuksen päälle. Näin ei pienempienkään tarvitsisi pelätä ollenkaan näyttelyssä vieraillessaan. Näin taataan jokaiselle turvallisentuntuinen näyttely.

5.9 Älyllinen taso eli oppiminen

Onnistuneen elämystuotteen tulisi tarjota asiakkaille tilaisuus oppia itsestään jotakin uutta, mahdollisuus kehittyä ja saada uutta tietoa. Älyllisellä tasolla ihminen päättää, onko tuote hänen mielestään onnistunut vai ei. (Tarssanen, S. 2009. 16)

Koska Arkki on ensisijaisesti suunniteltu opettavaiseksi matkailukohteeksi, tulisi sen mahdollisuuksien älyllisellä tasolla olla kaikin puolin kunnossa. Kuten edellisessä kappaleessa todettiin, lähes kaikki Arkin asiakkaat oppivat jotakin uutta vierailunsa aikana. Näin tullaan siihen johtopäätökseen, että puitteet oppimiselle ja valmiudet uuden tiedon tarjoamiselle ovat erinomaiset. Mutta voitaisiinko niitä sittenkin vielä parantaa?

Muutamilta asiakkailta tuli palautetta eläinten kuvaustekstien ja kuvien suhteen. Jotkut eläimet olivat hieman vaikeasti tunnistettavissa kuvistaan. Valokuvassa eläin oli usein

erilaisessa asennossa kuin näyttelyn täytetty eläin. Tähän voitaisiin vaikuttaa, kuten Helsingin luonnontieteellinen museo on tehnyt. Heillä on vitriinien reunalla piirros eläimestä nimen kera. Piirroksessa eläin on aivan samassa asennossa kuin vitriinissä. Tällä tavoin saataisiin Arkkiinkin eläimen nimi lähemmäs itse näytettä. Nimikyltit voitaisiin sijoittaa dioraamojen reunoille. Näin asiakas yhdistäisi heti eläimen nähtyään sen nimen siihen ja se saattaisi jäädä paremmin mieleen.

Aikaisemmin mainitut tehtäväkirjat sekä muistipelit edesauttavat myös osaltaan asiakkaiden oppimiskokemusta. Kun asiakkaat joutuvat haastamaan aivojaan ja miettimään hieman, sen sijaan että vain lukisivat tiedot valmiina, saattaa tieto pysyä mielessä näyttelyn jälkeenkin. Tehtävien ratkominen olisi samalla tiedon toistamista, mikä parantaa muistamista.

Muistamiseen vahvasti vaikuttava tekijä on ihmisen työmuistissa tapahtuva tiedon käsittely. Tätä kutsutaan kognitiivisen prosessoinnin laaduksi. Mitä aktiivisemmin ihminen käsittelee jotakin asiaa mielessään, sitä todennäköisemmin se jää pysyvästi hänen muistiinsa. (Lindblom-Ylänne, S. 2005. 110.)

5.10 Henkinen ja muutoksen taso

Kaikki aikaisemmat tässä tutkimuksessa esitetyt parannukset johtavat elämyksen syntymiseen. Tai ainakin parantavat mahdollisuuksia elämyksen syntymiselle. Luontotalo Arkki ei ehkä ole ideaali matkailutuote, johon Elämyskolmio-mallia voidaan täysin soveltaa. Mallissa puhutaan paljon oppaan ja asiakaspalvelijoiden merkityksestä. Arkissa ei kuitenkaan ole oppaita muita kuin ryhmiä varten ja Arkin henkilökuntaakin asiakkaat näkevät vain sisään tullessaan ja ulos lähtiessään. Arkin asiakaspalvelu on jo valmiiksi erinomaista, tämä huomio tuli myös asiakkaiden puolelta, joten siihen vaikuttamalla ei voida lisätä elämyksellisyyttä.

Muutos tapahtuu jos on tapahtuakseen. Muutoksen tapahtuminen on kuitenkin myös asiakkaasta itsestään riippuvaa. Jos hän on vastaanottavainen ja eläytyy mukaan näyttelyyn, saattaa hän hyvinkin olla muuttunut ihminen näyttelystä lähdettyään.

Uskoisin, että kehitysehdotukset, yhdessä aikaisemmin erittäin onnistuneen näyttelyn kanssa, tarjoavat erinomaiset puitteet elämyksen ja muutoksen syntymiselle. Mutta kuten aikaisemminkin on todettu, on Arkki ensisijaisessa tehtävässään, se on onnistunut erinomaisesti. Arkki on oppijan paikka.

5.11 Muut kehitysehdotukset

Niin asiakkailta kuin itseltänikin tuli tutkimuksen aikana esiin muutamia parannus ja kehitysehdotus Arkille. Joiltakin asiakkailta kysyin kehitysehdotuksia erikseen, jotkut kertoivat mielipiteitään aivan spontaanisti. Haastattelutilanteessa tämä oli mahdollista ja monet asiakkaat jäivätkin hetkeksi keskustelemaan mitä olivat mieltä näyttelystä, millaisia kokemuksia heillä on muualta.

Parannettavaa löytyi ensinnäkin mainonnasta. Mainontaa haluttiin lisää ja toivottiin lisää infoa muun muassa tapahtumista, luennoista ja näyttelyistä. Arkille toivottiin jotakin mainoskylttiä ulos, sillä kuten yksikin naisasiakas mainitsi, ei voinut aina ulkoapäin nähdä oliko Arkkia auki vai ei. Mielestäni tämä on ongelmallista etenkin ulkopaikkakuntalaisille, sillä he eivät ehkä tiedä mikä Luontotalo Arkki on. Jos mainoskyltissä lukisi tietoja Arkista, voisivat he poiketa spontaanisti sisään.

Näyttelyyn toivottiin myös enemmän sieniä sekä hyönteisiä, jotka olivat jääneet hieman alakyntein. Perhoshuone tietysti täydentää hyönteisten kokoelmaa valtavasti, mutta esimerkiksi sudenkorennoista sekä hämähäkeistä toivottiin tietoja. Kaikkien hyönteisten kuvien liittäminen näyttelyyn olisi mahdotonta, mutta näyttelystä voisi löytyä erillisiä tauluja tai kirjoja, joista kiinnostuneet asiakkaat voisivat tutustua alueen hyönteiskantaan paremmin.

Sieniä voitaisiin esitellä näyttelyssä aikaisemmin yksilöllisyyden yhteydessä mainitsemani kausinäyttelyiden yhteydessä. Syksyllä voitaisiin esitellä erilaisia sieniä ja niiden tyypillisiä kasvualustoja. Etenkin aloittelevalle sienestäjälle tämä olisi erittäin mielenkiintoista.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa käyn läpi ne johtopäätökset, joihin olen tutkimukseni perusteella tullut. Kappale on jaettu neljään osaan, jossa ensimmäisessä käsitellään tutkimuksen luotettavuutta. Tämän lisäksi pohditaan tutkimuksen hyötyä käytännössä. Toisessa osassa pohdin Luontotalo Arkin matkailutuotteen onnistunutta elämyksellisyyttä ennen tutkimukseni tuotekehitystä. Kolmantena käydään läpi tuotekehitysprosessin johtopäätökset, joita olen hieman avannut jo edellisessä kappaleessa. Viimeisessä osassa mietitään tulevaisuutta, niin tutkimuksen kuin Luontotalo Arkinkin osalta.

6.1 Tutkimuksen luotettavuus ja käytännöllisyys

Kuten monissa lukemissani opinnäytetyöoppaissa korostettiin, tulisi tutkimukseen käytetyn otannan olla edustava ja riittävän suuri tutkittavalle aiheelle. Hilikka Viitalan (2011) mukaan Arkissa vieraili yhteensä 470 asiakasta heinäkuun 2010 aikana. Tuolta ajalta sain täytettyjä vastauslomakkeita 11 kappaletta. Saavutin tutkimuksella siis 2,3 prosenttia heinäkuun asiakkaista. Lopulta vastauksia kerääntyi kuitenkin enemmän, yhteensä 44 kappaletta, joka on melko kiitettävä luku ottaen huomioon tutkimukseni tavoitteet.

Tutkimukseni on kuitenkin osittain kvantitatiivinen tutkimus, jolloin otannan olisi pitänyt olla suurempi. Hanna Vilkan mukaan määrällisen tutkimuksen suositeltava havaintoyksiköiden eli henkilöiden vähimmäismäärä on 100. (Vilka, H. 2007. 17.)

Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa sitä, että tulokset ovat tutkimuksessa aina suurin piirtein samat, toteutettiin tutkimus milloin tahansa tai kenen toimesta tahansa. Tutkimus on reliabeli kun sen tulokset pysyvät mittauksesta toiseen samoina. (Vilka, H. 2007. 149.) Tutkimukseni otanta ei ole tarpeeksi suuri, että se saavuttaisi täyden

reliabelin. Uskon kuitenkin, että melkein kaikki tulokset olisivat samat tutkimusta toistettaessa. Muutoksia voisi esiintyä vastaajien perustiedoissa, sillä Arkissa on vahvoja sesonkeja. Lomien aikaan sekä kesäisin käy paljon perheitä ja muutoin suurin osa asiakkaista koostuu kouluryhmistä ja yhdistyksistä. Tutkimukseni kannalta oleelliset tulokset, elämyksellisyyttä mittaavat, uskoisin pysyvän samana tutkijasta tai ajankodasta riippumatta.

Tutkimukseni tarkoituksena ei ole luoda yleistettävää tietoa tutkimusalani käytettäväksi vaan ensisijaisena tavoitteena oli luoda hyödyllistä tietoa Luontotalo Arkille itselleen ja kehittää heidän tuotettaan. Tässä tavoitteessa onnistuttiin mielestäni hyvin. Arkki saa kallisarvoista tietoa asiakkaistaan, heidän mielipiteistään ja toiveistaan sekä saa uutta tietoa Elämyskolmio-mallin mukaisesti tehtävästä tuotekehityksestä.

Tutkimuksellani tavoitin melko erilaisen joukon Luontotalo Arkin asiakkaita. Vastaajia oli ympäri Suomen ja eri ikäryhmistä. Tehdessäni tutkimukseni osissa tavoitin eri vuodenaikojen ja -kausien asiakkaita.

Tutkimukseni kehitysehdotuksia Arkki voi hyödyntää kokonaan tai vain osittain. Kehitysideat voivat toimia inspiraation lähteenä tai niistä voidaan ammentaa ideoita jatkokehitystä varten.

6.2 Luontotalo Arkin nykyisen tuotteen elämyksellisyys

Luontotalo Arkilla on jo valmiiksi vuosia toiminut matkailupalvelu, joka on toteutettu onnistuneesti opastukselliseksi luontonäyttelyksi. Arkin perusnäyttelyä suunniteltaessa on haluttu nojata enemmän Metsähallituksen opastuskeskusten suuntaan eikä olla haluttu profiloitua täysin luontomuseoksi. (Viitala, H. 2011a).

Mielestäni Luontotalo Arkilla on jo ennen tutkimukseni tuotekehitysehdotuksia oikein onnistunut matkailutuote. Myös verratessani Arkkia Helsingin luonnontieteelliseen museoon, joka on suuruudeltaan ja kapasiteetiltaan aivan eri luokkaa kuin Arkki, huomasin että Arkki on mielestäni onnistunut erinomaisesti luomaan elämyksellisen ja mielenkiintoisen tuotteen, jonka ensisijainen tarkoitus on opettaa. Kuten tuloksia käsittelevässä kappaleessa todettiin, 43 vastaajaa 44:stä oppi jotakin uutta näyttelystä. Arkki on siis onnistunut ensisijaisessa tavoitteessaan, opettaa ihmisille luonnon ihmeistä.

6.3 Luontotalo Arkin tuotekehitys

Tutkimukseni tuotekehitysprosessissa täydennettiin Luontotalo Arkin matkailutuotetta kohti Elämyskolmio-mallin mukaista ihanteellista elämystuotetta. Aivan täysin ideaalituotetta vastaavaa ei Arkin tarjoamasta tuotteesta saatu sillä luontonäyttelyn kaltaisessa tuotteessa ei voida hyödyntää tai ottaa käyttöön aivan kaikkia mallin osia.

Loppujen lopuksi melkein kaikkiin teorian osiin löydettiin ainakin yksi käyttökelpoinen uudistusehdotus. Elämyskolmio-malli on mielestäni kehitetty suuntamaan hieman enemmän vuorovaikutustuotteiden suuntaan joissa opas luo suuren osan matkailijan elämyksestä. Arkissa kun henkilökohtainen asiakaspalvelu on melko vähäistä, täytyi Elämyskolmio-mallin joitakin osia hieman soveltaa.

6.4 Tulevaisuus

Tutkimuksestani löytyy muutamakin aihe, joita voitaisiin tutkia ja kehittää lisää. Näistä muutamana voidaan mainita Luontotalo Arkin mainonnan ja esitteen suunnittelu, tehtävävihkosen suunnittelu, syvällisemmän tuotekehityksen tekeminen. Yksin opinnäytetyötäni tehdessäni en voinut keskittyä esimerkiksi esitteen suunnitteluun niin paljon kuin olisin ehkä halunnut. Arkille voitaisiin suunnitella aivan uudenlainen

mainonta joka pitää sisällään esite- ja julistemateriaalin, henkilökohtaisen mainonnan, mainostempaukset, ynnä muut. Yhtenä kiinnostavana aiheena voitaisiin suunnitella uudistuneelle Arkille näyttävä avajaiskampanja, joka sisältäisi avajaisten lisäksi mainostempauksia ja tapahtumia.

Luontotalo Arkin asiakkaille voitaisiin myös suorittaa yksityiskohtaisempi kävijätutkimus, jossa tutkittaisiin asiakkaiden taustoja ja matkustusmotiiveita. Samalla voitaisiin kerätä toiveita ja palautetta uudistuksesta. Asiakkailta saisi varmasti erittäin arvokkaita ideoita ja ehdotuksia mitä he haluaisivat Luontotalo Arkissa nähdä.

Luontotalo Arkille seuraavat vuodet tulevat olemaan kiireistä aikaa uudistuksen parissa. Matkailutuotteiden tulisi mielestäni kehittyä ja uudistua jatkuvasti. On hyvä että uudistuksen myötä jotakin vanhaakin säilytetään, mutta samalla näyttelyyn tuodaan uusia elementtejä jotka houkuttelevat asiakkaita käymään uudelleen.

Toivon että tutkimukseni tulokset ja tuotekehityksessä esittelemäni kehitysehdotukset auttavat Arkkia uudistumaan. Vähintään ne voivat antaa ideoita ja inspiraatiota Luontotalo Arkin henkilökunnalle.

7 LOPUKSI

Mietin koko 2010 kevään tulevalle opinnäytetyölleni aihetta ja kohdetta. Olin jo pitkään suunnitellut käyttäväni Elämyskolmio-mallia opinnäytetyöni teoriana. Tehdessämme mallin pohjalta ryhmätyötä koulussa, saimme ensi kädessä huomata kuinka monialainen teoria on ja miten paljon siitä voidaan ammentaa ideoita. Aloinkin miettimään sopivia matkailukohteita Porissa ja mieleeni tuli Luontotalo Arkki, jossa olin vierailut nuorempana. Lähestyin Luontotalo Arkkia puhelimitse ja muutaman puhelun jälkeen sain museon intendentin kanssa sovittua tapaamisen. Tapaamisessa esittelin teoriani ja haluni suunnitella uudenlainen elämyksellinen matkailutuote, käyttäen pohjana olemassa olevaa näyttelyä. Intendentti Hilikka Viitala innostui ideastani ja niin alkoi tutkimuksen suunnittelu.

Vasta aloitettuani tutkimukseni sain tietää Arkin uudistamishankkeesta ja se toi aivan uutta puhtia tekemiseeni. Halusin kehittää toteutuskelpoisia ideoita Arkin käyttöön ja kerätä palautetta asiakkailta. Huomatessani lomakekyselyjeni riittämättömyyden täytyi minun hieman muuttaa suunnitelmaa ja täydentää aineistoni keruuta haastatteluilla. Loppujen lopuksi haastattelu oli ehdottomasti paras vaihtoehto aineistoni keräämiselle. Olin kuitenkin tyytyväinen saamaani otokseen sekä itseeni, sillä haastattelemisen on ehkä omalle luonteenlaadulleni hieman haastavaa.

Opinnäytetyöni kirjoitusosio on edennyt hitaasti mutta varmasti. Loppupuolella sain uutta varmuutta itseeni ja kirjoittamiseeni ja loppuviimeistelyt ja prosessikirjoittaminen etenivät hyvin. Olen opinnäytetyöhöni erittäin tyytyväinen ja koen, että sillä on hyötyä niin itselleni kuin Luontotalo Arkillekin. Muutaman asian olisin kuitenkin tehnyt toisin. Ensinnäkin olisin koonnut aineistoni pelkästään haastattelemalla ja olisin tutustunut kirjallisuuteen paremmin ennen kirjoittamisprosessin aloittamista.

Lopuksi haluaisin kiittää Luontotalo Arkin mahtavaa henkilökuntaa jotka ovat vastanneet kysymyksiini ja kannustaneet minua haastatteluvaiheessa. Erityiskiitos myös

iloiselle Hilikka Viitalalle, jota olen saanut häiriköidä kysymyksilläni. Lämpimän kiitoksen haluaisin myös antaa Aleksis Jaatiselle, joka osasi toteuttaa täysin päässäni olleet suunnitelmat. Etenkin esitteen kansilehden luonnos olisi voinut olla suoraan mielestäni, niin yksiin se osui kuvitelmieni kanssa. Haluan myös kiittää opponenttiani Anna Lundénia, jolle olen saanut soittaa kiperissä tilanteissa, joissa kirjoittaminen ei vain sujunut. Saimme toisiltamme suuren määrän tukea ja ymmärrystä.

Kaikkein lopuksi haluan suoda kiitoksen perheelleni, joka on ollut suurena tukena ja olkapäänä tämän koko prosessin aikana. Heille olen saanut kertoa huoliani ja kysellä mielipiteitä ideoista ja suunnitelmista. Heidän neuvonsa ovat olleet erittäin kallisarvoisia.

LÄHTEET

Arkin perusnäyttely uudistuu. Satakunnan Kansa. 18.3.2010.

Avara museo – kehittyvä oppimisympäristö aikuisille. Suomen museoliitto. Luettu 30.11.2010.
<http://www.museoliitto.fi/avaramuseo>

Biotooppi. VESA – verkkosanasto. Päivitetty 18.2.2011. Luettu 29.1.2011.
<http://vesa.lib.helsinki.fi/cgi-bin2/ysa.pl?h=biotooppi>

Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. P. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Juva: Ws Bookwell Oy.

Elämyskolmio. Lapin elämysteollisuuden tutkimuskeskus. 2009. Luettu 30.09.2010.
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>

Elämyksen elementit. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2009. Luettu 29.01.2011. <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4321>

Hannuksela, M. Hajusteyliherkkyys. Hajusteet tuoksuvat, herkistävät ja ärsyttävät. Allergia ja Astmaliitto Ry. Luettu 31.12.2010. <http://www.allergia.com/index.phtml?s=710>.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

Karhumäki, E., Lehtonen, M., Nieminen, K., Syrjäkallio-Ylitalo, M. 2006. Päästä varpaisiin. Ihmisen anatomia ja fysiologia. Helsinki: Edita Prima.

Koivula, U., Suihko, K. & Tyrvänen, J. Mission:Possible. Opas opinnäytetyön tekijälle. p. 2003. 2. uudistetun painoksen lisäpainos. Tampere

Komppula, R & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Laine, H. 30.07.1999. Satakunnan kansa. 1,13

Laine, H. 22.3.2000. Satakunnan kansa. 14.

Lampolahti, J. kirj. Viitala, H. toim. 2000. Luontotalo Arkki. Helsinki: Paino Polar.

Lampolahti, J. 2010a. Rakennuksen historiaa. Luontotalo Arkki –esite. Luettu 20.10.2010.

Lampolahti, J. 2010b. Luontotalo Arkki. Luontotalo Arkki-esite. Luettu 20.10.2010.

Lampolahti, J. 2010c. Viljo Lauro . Pappi ja perhosmies. Luontotalo Arkki-esite. Viitattu 19.11.2010

Lampolahti, J. 2010d. Tropiikin perhosia – Porin lyseon kokoelma. Luontotalo Arkki-
esite. Viitattu 19.11.2010

Lindblom-Ylänne, S., Niemelä, R., Päivänsalo, T., Tyrjälä, P. 2005. PS 1: Lukion
Psykologia. Keuruu: Otava Kirjapaino Oy.

Luontotalo Arkki. Kansi. Jaatinen, A. Tekijänoikeudet Jaatinen, A., Borgersen, K.
03.01.2011.

Luontotalo Arkki. Luontotalo Arkki. Luettu 15.3.2011.
<http://www2.pori.fi/smu/sivut/index.php?p=170>

Menneet näyttelyt. Luontotalo Arkki. Luettu 22.01.2011.
<http://www2.pori.fi/smu/sivut/index.php?p=249>

Nurmi, T., Rekiaro, I. & P. 1996. Suomen kielen sanakirja. Jyväskylä: Gummerus
kirjapaino Oy.

Salo, J. Luontotalo Arkin asiakaspalveluassistentti. Henkilökohtainen tiedonanto.
17.11.2010. Luontotalo Arkki. Pori.

Satakunnan Kansa. 18.3.2010.

Tarssanen, S. 2005. Elämystuottajan käsikirja. 6. painos. Rovaniemi: Lapin
elämysteollisuuden osaamiskeskus.

Tietoa Arkista. Luontotalo Arkki. . Luettu 1.1.2011.
<http://www2.pori.fi/smu/sivut/index.php?p=233>

Vaihtuvat näyttelyt. Luontotalo Arkki. Luettu 22.01.2011.
<http://www2.pori.fi/smu/sivut/index.php?p=246>

Viitala, H. Luontotalo Arkin intendentti. 2010a. Henkilökohtainen sähköposti.
20.10.2010.

Viitala, H. 2010b. Opastettu kierros. 17.11.2010. Luontotalo Arkki. Pori

Viitala, H. Luontotalo Arkin intendentti. Henkilökohtainen haastattelu. 24.1.2011.
Luontotalo Arkki. Pori

Viitala, H. Luontotalo Arkin intendentti. Henkilökohtainen sähköposti. 2011.b.
14.3.2011.

Vilka, H. 2007. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

LIITTEET

LIITE 1: 1 (2)

Kirjallinen kyselylomake Luontotalo Arkin asiakkaille.

Valitse sopivin vaihtoehto tai vastaa vapaasti:

Ikä

- alle 25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- yli 65

Sukupuoli:

- nainen
- mies

Asuinpaikkakunta: _____

Seurueeseeni kuuluu:

- olen yksin
- yksi aikuinen lisäkseni
- ryhmä aikuisia
- aikuisia ja lapsia

Oletko joskus ollut vastaavanlaisessa paikassa kuin Luontotalo Arkki?

- kyllä
- en

Jos olet niin missä? _____

LIITE 1: 2(2)

Olen vieraillut Luontotalo Arkissa...

- tämä on ensimmäinen kerta
- muutaman kerran
- useammin

Ympyröi sopivin vaihtoehto:

4; paljon, 3; jonkin verran, 2, vähän, 1 ei lainkaan

Kuinka paljon näyttely muistutti aitoa luontoa?

4 3 2 1

Opitko jotakin uutta luonnosta?

4 3 2 1

Vaikuttuiko näyttely jotenkin tapaasi ajatella luonnosta?

4 3 2 1

Terveisiä luontotalo Arkille:

Kiitoksia oikein paljon vastauksistanne!

Tutkimus suoritettu osana Matkailun koulutusohjelman opinnäytetyötä.

Krista Borgersen

Matkailun k.o.

Haastattelututkimuksen pohja

Sukupuoli:

- mies
- nainen

Seurueen koko: _____

Kuinka monta kertaa olette vieraillut Arkissa?

- ensimmäinen kerta
- muutaman kerran (2-3)
- useammin

Oletteko joskus vieraillut vastaavanlaisessa paikassa kuin Luontotalo Arkki? kyllä ei

Missä? _____

Erotitko jotakin ääntä näyttelyn aikana? kyllä ei

Mitä ääniä? _____

Erotitko jotakin hajuja näyttelyn aikana? kyllä ei

Mitä hajuja? _____

Katsoitteko multivision? kyllä ei

Kokeilitteko mikroskooppeja? kyllä ei

Kuinka paljon näyttely muistutti aitoa luontoa?

4 paljon 3 jonkin verran 2 vähän 1 ei lainkaan

LIITE 2: 2 (2)

Oliko näyttely yhtenäinen? kyllä ei

Opitko jotakin uutta luonnosta?

4 3 2 1

Vaikuttiko näyttely tapaanne ajatella luonnosta?

4 3 2 1

Vastasiko näyttely odotuksianne?

4 3 2 1

Kotipaikkakunta: _____

Tulokset

LIITE 3: 1 (4)

Ikä

Alle 25	6
26-35	5
36-45	1
46-55	1
56-65	4
yli 65	1

Sukupuoli

Nainen	33
Mies	11

Asuinpaikka

Pori	18
Mäntyluoto	4
Tampere	3
Espoo	2
Helsinki	2
Joensuu	1
Kotka	1
Turku	1
Ulvila	1
Pöytyä	1

Seurueeseen kuuluu...

Olen yksin	12
Yksi aikuinen lisäkseni	11
Ryhmä aikuisia	3
Aikuisia ja lapsia	18

Olen vieraillut Luontotalo Arkissa?

Ensimmäinen kerta	16
Muutaman kerran	19
Useammin	8

Vastaavanlainen paikka

Kyllä	31
Ei	13

Esim:

Lapin luontokeskukset
 Helsingin luonnontieteellinen
 museo
 Lauhavuorella
 Turussa
 Pallaksella
 Terranova, Merenkurkun luontokeskus
 Luontotalo Rantasalmella
 Arktikum, Rovaniemi
 Siida, Inari
 Vapriikki
 Jyväskylässä
 Pöytyän yläneen luontokabinetti
 Sinisimpukan luontokeskus, Kemijärvi
 Luontokeskus Ukko, Koli, Pohjois-Karjala

Kuinka paljon muistutti aitoa luontoa?

paljon	23
jonkin verran	20
vähän	1
ei lainkaan	0

LIITE 3: 3 (4)

Opitko uutta?

paljon	7
jonkin verran	24
vähän	11
ei lainkaan	2

Vaikuttiko näyttely tapaasi ajatella luonnosta?

paljon	4
jonkin verran	19
vähän	14
ei lainkaan	7

Vastasiko näyttely odotuksiasi?

paljon	28
jonkin verran	16
vähän	0
ei lainkaan	0

Erotitko jotakin hajua?

Kyllä	4
Ei	22

Erotitko jotakin ääntä?

Kyllä	26
Ei	0

Katsoitteko multivision?

Kyllä	17
Ei	9

LIITE 3: 4 (4)

Kokeilitteko mikroskooppeja?

Kyllä	16
Ei	10

Oliko näyttely yhtenäinen?

Kyllä	23
Ei	3

