

TARINAPANKKI MUONION MATKAILUYRITTÄJILLE

Tarinakokoelma Muonion seudulta

Hyöky Minna, Ryynänen Kaija-Liisa

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma
AMK

2014

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Matkailun koulutusohjelma
Ammattikorkeakoulututkinto

Opinnäytetyö

TARINAPANKKI MUONION MATKAILUYRITTÄJILLE
Tarinakokoelma Muonion seudulta

Hyöky Minna, Ryytänen Kaija-Liisa

2014

Toimeksiantaja Luoteis-Lapin matkailu ry

Ohjaajat Angeria Mervi, Liimatta Matti

Hyväksytty _____ 2014 _____

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Matkailun koulutusohjelma

Tekijä	Hyöky Minna, Kaija-Liisa Ryyränen	Vuosi	2014
Toimeksiantaja	Luoteis-Lapin Matkailu ry		
Työn nimi	Tarinapankki – Tarinakokoelma Muonion seudulta		
Sivu- ja liitemäärä	37 + 1		

Opinnäytetyömme käsittelee tarinallisuutta ja tarinoiden hyödyntämistä matkailun ohjelmalveluissa. Työmme on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tavoitteena oli kerätä tarinakokoelma arkipäivän työkaluksi matkailuyritysten käyttöön. Tarinapankki on kokoelma erityyppisiä tarinoita Muonion seudulta, joiden valintaan on vaikuttanut niiden hyödynnettävyys matkailualalla. Tarinapankin tarkoituksena on lisätä Muonion matkailusivuston mielenkiintoisuutta matkailijoiden ja yrittäjien näkökulmasta sekä samalla parantaa tarinoiden löydettävyyttä. Tarinakokoelma on valmis tekstisisältö, joka voidaan myöhemmin tuottaa esitteeksi tai pieneksi lehtiseksi.

Työssämme käsittelemme tarinallisuuden käyttöä ja tuotteistamista matkailupalvelussa sekä keskeisimpiä käsitteitä. Keskeisimmät tutkimuskysymykset ovat käyttävätkö muoniolaiset matkailuyritykset tarinoita ja millaisissa palveluissa tarinoita hyödynnetään. Menetelmänä työssämme käytämme laadullista tutkimusta. Teemahaastattelu sopi mielestämme parhaiten tiedonkeruumenetelmäksi, koska kysymykset olivat suurpiirteisiä ja haastateltavia oli vain yksi. Haastattelusta saamaamme materiaalia käytimme työssämme tietopöytäkirjassa ja tuloksissa hyväksi.

Kerromme tarinapankin aineiston keruusta ja toteutuksesta. Lopuksi analysoimme haastattelun tulokset, kerromme, miten tarinoita syntyy ja miten matkailun ohjelmalveluja ja tarinallisuutta voidaan käytännössä yhdessä toteuttaa. Tuloksena todetaan, että ihmiset haluavat tarinoita liitettävän palveluihin ja tarinallisia tuotteita osataan kysyä. Tällaisten ohjelmalveluiden tuotteistaminen Muonioissa on kuitenkin vielä aluillaan. Asiakkaat ovat valmiita maksamaan hyvin tuotteistetuista palveluista.

Emme löytäneet vastaavia sähköisessä muodossa olevia tarinapankkeja muilta matkailualueilta. Tarinoita löytyy pääasiassa vain kirjoista ja ne sisältävät tarinoita koko Lapin alueelta.

Tourism, Catering and Domestic Services
Degree Programme in Tourism
Management

Author	Hyöky Minna, Kaija-Liisa Ryyänen	Year	2014
Commissioned by	Luoteis-Lapin Matkailu ry		
Subject of thesis	Tarinapankki– collection of stories in the region of Muonio		
Number of pages	37+ 1		

This thesis deals with storytelling and the utilisation of stories in tourism management. The aim of this functional thesis is to collect a collection of everyday tools for tourism enterprises. The Story Bank is a collection of different types of stories in the region of Muonio. The choice of stories has had an influence on the usability of these tools within the travel industry.

The purpose of this story bank is to increase interest in the Muonio travel site and also to improve the identification of stories. The story bank is a prepared text content, which can later be used to produce a brochure or small booklet. The thesis deals with stories of the use and productisation of the tourism service, and the most central concepts. The main research questions are actual use of stories in tourism enterprises based in Muonio, how they use the stories and what kind of services utilizes the stories.

In the preparation of this thesis the qualitative research method has been put into effect, the theme interview being the most suitable data collection method, as the questions are more broad and there was only one interviewee. From the interview material received, the knowledge base and the results of the work were used. The thesis indicates how all stories were collected and how the Story Bank will be implemented in the future. Lastly the results of the interview were analyzed. In the work it is apparent how the stories have arisen and how the tourism program services and the narrative can be implemented as one.

The main results point out that people want stories connected to services and people know to ask for services which include story-telling. Such program service products are still in the early stages in the Muonio region. The findings show that customers are willing to pay for productized services.

There are no obvious, similar story banks to be found in other tourism areas. Stories can be found mainly in books and include stories of very large areas.

Key words Muonio, story, storytelling, story bank, tourism

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
1.1 TYÖN TAUSTAA JA TAVOITTEET	1
1.2 TOIMEKSIANTAJA LUOTEIS-LAPIN MATKAILU RY	2
1.3 MUONION MATKAILUN HISTORIAA	3
2 TARINALLISUUS MATKAILUPALVELUISSA.....	5
2.1 TARINOIDEN ERI MUODOT.....	5
2.2 TARINA, TARINALLISUUS JA TARINANKERRONTA	7
2.3 TARINA MARKKINOINNISSA.....	10
2.4 TARINOIDEN TUOTTEISTAMINEN.....	11
3 TARINAMESTARIN HAASTATTELU	14
3.1 MENETELMÄNÄ LAADULLINEN TUTKIMUS JA TEEMAHAASTATTELU.....	14
3.2 OHJELMAPALVELUYRITTÄJÄ JARI ROSSIN HAASTATTELU	15
3.3 AINEISTOLÄHTÖINEN SISÄLTÖANALYSOINTI.....	16
4 TARINAPANKIN TOTEUTUS	18
4.1 TARINAPANKIN AINEISTON KERUU	18
4.2 TARINAPANKIN TARINAT	21
4.3 TARINOIDEN JULKAISUOIKEUDESTA.....	23
5 TARINOIDEN HYÖDYNTÄMINEN MATKAILUPALVELUISSA.....	26
6 POHDINTA.....	28
LÄHTEET	30
LIITTEET	32

1 JOHDANTO

1.1 Työn taustaa ja tavoitteet

Innostuimme tarinoiden hyödyntämiseen matkailupalveluiden tuotteistamisessa ja markkinoinnissa. Matkailumarkkinoinnin kehittäminen on jatkuvaa ja pitkäjänteistä työtä, mutta samalla hauskaa yhdessä tekemistä. Toivomme, että opinnäytetyömme hyödyttää Tunturi-Lapin, erityisesti Muonion matkailua.

Tavoitteenamme on suunnitella ja toteuttaa tarinakokoelma aidoista, oikeista tarinoista sekä selvittää, kuinka paikalliset matkailuyritykset voivat hyödyntää tarinapankin tarinoita markkinoinnissa ja palvelutuotteissa. Matkailuyhdistyksen Yrittäjille järjestettävissä tuotekoulutuksissa markkinoidaan Tarinapankkia ja opastetaan yrittäjiä käyttämään tarinoita palveluissaan niin, että ne syventävät itse tuotetta ja palvelua. Tavoitteena on saada aikaan materiaalia, jota asiakkaat lukevat ja jota matkailuyrittäjät käyttävät omassa markkinoinnissaan ja ohjelmanpalvelujensa ja muiden palvelujensa toteutuksessa. Tavoitteena on myös selvittää, löytyykö Lapin alueelta vastaavia tarinapankkeja, joihin on koottu keskitetysti oman alueen tarinoita.

Tarinapankin tarkoituksena on helpottaa paikallisten matkailuyritysten ohjelmanpalveluiden tuotteistamista paikallisia tarinoita hyväksikäyttäen. Yritykset voisivat hyödyntää näitä olemassa olevia tarinoita omassa yritystoiminnassaan ja samalla tarinat olisivat matkailijoiden helposti saatavilla. Asiakkaista käytävä kilpailu on kovaa ja näin ollen markkinoinnin ja mielenkiintoisten mielikuvien luominen kotisivustolle on tärkeää. Tarinapankin tavoitteena on lisätä Muonion matkailusivuston www.tunturi-lappi.fi mielenkiintoisuutta sekä lisätä alueen kiinnostavuutta. tarinat ovat mauste itse yrityksen tarjoamalle palvelulle tai tuotteelle. Tiivistettynä johtoajatukseksi on, että etsimme alueen historiaan nojaavia tarinoita, joista voidaan kehittää käytännön työkaluja alueen elinkeinoja varten.

Työn toiminnallinen osuus on tarinakokoelma Muonion alueen markkinointiviestinnän välineeksi. Tarinakokoelma on valmis tekstisisältö, joka voidaan myöhemmin tuottaa esitteeksi tai pieneksi kirjaksi. Olemassa olevat tarinat ovat tällä hetkellä hajanaisesti eri kirjoissa ja digitaalisissa lähteissä eikä niitä

ole helposti saatavilla tai löydettävissä yhdestä paikasta. Muonion matkailusivustolla Internetissä tarinat ovat helposti kaikkien saatavilla.

Keskeisimmät tutkimuskysymykset ovat:

- Käyttävätkö muoniolaiset matkailuyritykset tarinoita palveluisaan?
- Minkälaisissa matkailun palveluissa tarinoita hyödynnetään?

Työ on rajattu koskemaan Muonion aluetta. Rajaamme tarinat matkailullisesti kiinnostaviin tarinoihin henkilöistä ja paikoista. Haastattelimme paikallista ohjelmapalveluyrittäjää Jari Rossia. Tutkimusaineisto rajataan koskemaan sellaisia aineistoja, joissa käsitellään matkailupalveluiden ja tarinoiden yhdistämistä.

Matkailuelinkeinolla on tarve alueen lähtökohdista lähteviin tarina-aiheisiin. Matkailun ohjelmapalveluissa on puute tarinallisista mielenkiintoisista lyhyt-ohjelmista. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen mukaan kotimaan matkailijaa kiinnostaa juurien etsiminen ja uusien asioiden kokeminen, kun taas ulkomaalainen haluaa tutustua nykypäivän Suomeen historian kautta, sillä nykyaikaa voi ymmärtää parhaiten tuntemalla historiaa. Matkailijat etsivät aitoutta ja paikalliseen kulttuuriin liittyviä tarinoita, jotka auttavat heitä ymmärtämään paikallisuutta. (Lavia 2009, 37–40.)

Mielestämme aitous luo uskottavuutta ja tarinat ovat laadullisesti kestävä, kun pohja on aito. Aitous on olemassa olevaa todellista elämäntapaa ja kulttuuria (Tarssanen 2009, 12). Työn taustalla on alueen olemassa oleva historian perinne. Muonion alueelta löytyy paljon kiinnostavia tarinoita, joilla useilla on merkittävä kansainvälinen yhteys, esimerkiksi Ranskan kuninkaan vierailu Muoniossa tai Giuseppe Acerbin tutkimusretki Lappiin (Acerbi 1953). Tarinoiden mukaan kansainvälisyys on ollut mukana Muonion matkailussa jo 1700-luvulta alkaen.

1.2 Toimeksiantaja Luoteis-Lapin Matkailu ry

Muonio sijaitsee Suomi-neidon kainalossa Länsi-Lapissa. Alueella on tarjolla paljon erilaisia erityisesti luontomatkailuun liittyviä ohjelmapalveluita eri vuodenaikoina. Luoteis-Lapin Matkailu ry on kehittynyt Muonion sekä lähialuei-

den pienten yritysten yhdistykseksi. Yhdistys hallinnoi Muonion matkailusivustoa www.tunturi-lappi.fi. Tavoitteena on saada sivusto eläväksi ja tarjoamaan informaation lisäksi käyttökelpoista ja houkuttelevaa tietoa alueesta. Sivuston toiminta-ajatus on Muonion matkailun elinkeinon tukeminen.

Yhdistys perustettiin 2006 yhdistämään Luoteis-Lapin seudun matkailuyrityksiä sekä alueen yhteisöjä ja henkilöitä sekä edistämään yhteistoimintaa ja parantamaan yleisiä toimintaedellytyksiä. Luoteis-Lapin Matkailu ry on lanseerannut alueen matkailumarkkinointiin kahdeksan vuoden ajan teeman. Yhdistyksen palvelulupaus asiakkaille on ”Sinisenä siintävät tunturit, ääretön avaruus, kahdeksan vuodenaikaa.” Perinteinen lappilainen elämänrytmi muodostuu talvesta, kevättalvesta, keväästä, kevätkesästä, kesästä, syyskesästä, syksystä ja syytalvesta. Vuoden jakaminen kahdeksaan osaan perustuu porojen liikkumis- ja laiduntamisrytmiin, jonka mukaan alueen asukkaat ovat eläneet. Yhdistykseen kuuluu noin 50 jäsentä, jotka edustavat lähinnä matkailualan yrityksiä. (Tunturi-Lappi 2014.)

Yhdistys osallistuu matkailun kehittämiseen yhteistyössä Muonion kunnan kanssa ja matkailullisten hankkeiden kehittämiseen. Yhdistys osallistuu aktiivisesti tapahtumamarkkinointiin ja tapahtumien järjestämiseen alueella sekä toimii yhteistyössä alueen eri toimijoiden kanssa. Markkinointia tehdään erilaisilla matkailumessuilla, joista saadaan uusia kontakteja sekä yhteistyökumppaneita.

1.3 Muonion matkailun historiaa

Lapin matkailun alkuvaiheet sijoittuvat Pallas-Ounastunturien alueelle, josta tuli keskeinen talvimatkailualue 1938. Tällöin perustettiin Pallas-Ounastunturin kansallispuisto, joka nykyisin tunnetaan Pallas-Yllästunturin kansallispuistona. Pallastunturin matkailuhotelli valmistui myös vuonna 1938. Pallaksen ohella 1930-luvulla matkailijat löysivät tiensä muihinkin Lapin kohteisiin, kuten Ylläkselle ja Leville, missä matkailijat yöpyivät kylien maalaistaloissa. Tunturihiihdon rinnalle tuli 1930-luvun lopulla mutkamäenlasku, joka on nykyisen laskettelun edeltäjä. Pallaksella avattiin pujottelurinteet vuonna 1937 ja alussa hiihtohissien puuttuessa laskettelijat pääsivät tunturin laelle porokyydillä tai hiihtäen. Lapin läänin ensimmäinen hiihtohissi valmistui Pallakselle 1953. (Kuure 2014.)

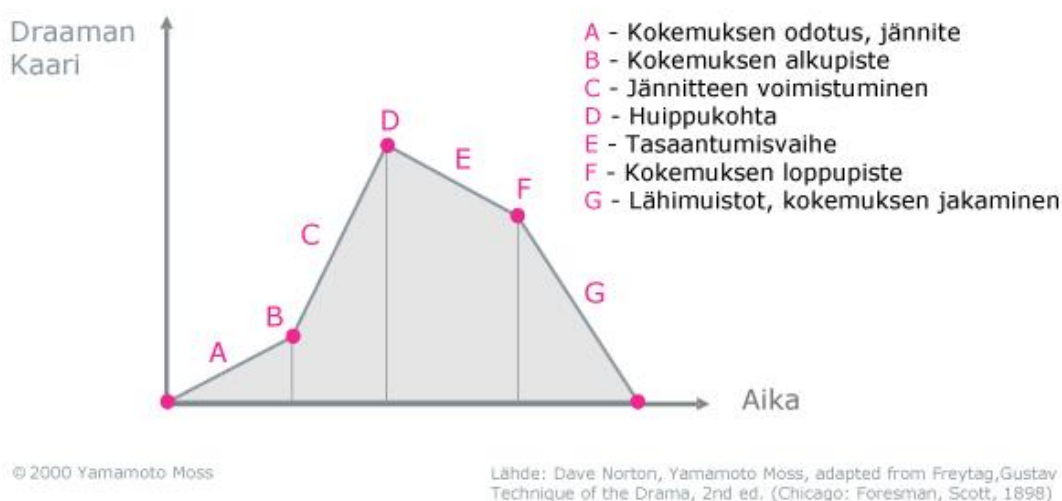
Hetta-Pallas-reitti 55 kilometriä on Suomen vanhin ja yksi suosituimmista retkeilyreiteistä. Reitin korkeimmalla kohdalla Taivaskerolla on sytytetty Helsingin Olympialaisten symbolinen olympiatuli 1952. Latuja Muoniossa on satoja kilometrejä, järviä ja jokia kalastajille, kelkkareittejä, patikoijille tuntureita sekä Suomen vanhin kansallispuisto. Tunturi-lapissa sijaitsee Suomen tiivein las-kettelukeskusten keskittymä, Levi, Olos, Pallas ja Ylläs. Keskuksen välimatka on toisistaan noin 25 – 60 kilometriä.

Muoniossa suurin osa asukkaista saavat toimeentulonsa suoraa tai välillisesti matkailusta. Muoniossa välitöntä matkailutuloa on noin 27 miljoonaa euroa. Se on lähes 33 prosenttia kaikkien toimialojen liikevaihdosta. (LUC Matkailu 2013, 20.) Muonion vahvuuksia ovat rauhallisuus, luonnonläheisyys sekä aitous. Muoniossa käy talvisesongin aikana runsaasti ulkomaalaisia ryhmiä. Kotimaiset asiakkaat tulevat alueelle erityisesti kevättalvella hiihtämään sekä syyskuussa ruska-aikana vaeltamaan tuntureille. Suomalaiset matkailijat saapuvat useimmiten omalla autolla. Muonion matkailustrategiaa valmistuu tämän vuoden elokuussa.

2 TARINALLISUUS MATKAILUPALVELUISSA

2.1 Tarinoiden eri muodot

Tarinankerronnan keskeisimmät käsitteet ovat kertomus, tarina ja tarinanker-
toja. Esa ja Sari Poikelan (2012, 151) mukaan sanat kertoa ja kertomus tule-
vat vanhasta suomalaisesta sanasta kerrata. Tarinaa kertoessaan puhuja
kertaa vanhoja tapahtumia. Sana tarina tulee Poikelan (2012, 152) mukaan
venäjän sanasta stariná. Sana tarkoittaa vanhoja aikoja tai niistä kertovia
runoja ja tarinoita. Jari Rossin (2014) mukaan tarina on vaikea määritellä, on
tarinoita, kertomuksia, juttuja ja jutustelua. Kun puhutaan tarinasta, kuulija
odottaa kuulevansa juonellisen jutun. Hyvässä tarinassa täytyy olla draaman
kaari (kuvio 1), jolloin kuulijalla on odotuksia tarinasta ja kuulija kokee jänni-
tystä ennen tarinan huipentumaa, jonka jälkeen tarinassa on tasaantumisvai-
he ja tarinan loppu. Kun kaikki draaman kaaren vaiheet löytyvät tarinasta,
voidaan sanoa, että tarina on täyttänyt tarinakehyksen.



Kuvio 1 Draaman kaari (Yamamoto 2000, LUC Matkailu 2013 mukaan.)

Tarina on lyhyt, useimmiten kansankertomus, joka esittää totena kerrotun
tapahtumakulun. Tarina eroaa sadusta siinä, että sen asiasisältöön on uskot-
tu. Tarinat voidaan jakaa kahteen pääryhmään: uskomustarinoihin, jotka ker-
tovat yliluonnollisista seikoista ja kokemuksista, sekä historiallisiin ja paikallis-
tarinoihin, joiden henkilöt ja tapahtumat ovat todellisia. Vaikka tarinat yleensä
ovat monen seudun, jopa monen kansan yhteistä perinnettä, kertoja liittää ne
tavallisesti tiettyyn paikkaan, tiettyyn aikaan ja nimettyihin henkilöihin. Memo-

raatit, kronikaatit, huhut ja juorut voivat joskus olla tarinan esiasteita. (Harvilahti–Apo 1998.)

Satu on monivaiheinen mielikuvituksellinen kertomus. Satu kiinnostaa lapsia ja soveltuu perhematkailuun. Saduilla voidaan kertoa teoreettisia asioita ymmärrettävästi. Jutut taas perustuvat arkitodellisuuteen, juttu kertoo ihmisistä ja tapahtumista. Paikallisia juttuja kertomalla tutustutetaan matkailija paikallisiin oloihin ja ajattelutapoihin. Kronikaatti kertoo omakohtaisesta historiallisesta tapauksesta tai henkilöstä. Memoraatti eroaa kronikaatista sillä, että se kertoo omakohtaisesta yliluonnollisesta kokemuksesta. (Poikela–Poikela 2012, 164.)

Myytti eli jumalaistaru on uskonnolliseen maailmankäsitykseen kuuluva kertomus. Arkipuheessa myytti merkitsee usein epätotta, haaveellista, harhaantunutta. Taru on vanhahtava sana, joka ennen tarkoitti samaa kuin myytti. (Harvilahti–Apo 1998.)

Magiaksi voidaan kutsua taikauskoon ja kummituksiin liittyviä tarinoita. Tarinat liittyvät yliluonnollisiin oloihin ja voimiin. Legendat liittyvät uskonnollisesti pyhiin henkilöihin. Legendat eivät siis ole oikeasti niitä kertomuksia, mistä ihmiset sanovat: ”Se oli semmoinen legenda.” Syntykertomuksilla voidaan selittää ilmiöiden ja olioiden alkuperää. Syntykertomuksia voidaan käyttää esimerkiksi, kun kuljetaan luonnossa ja nähdään erilaisia luonnonmuodostelmia. Syntykertomukset voivat olla fiktiivisiä ja tietoperustaan perustuvia eli tieteellisiä. (Poikela–Poikela 2012, 164.)

Tarinoita kerrottaessa voidaan tarinaan sekoittaa pieniä kevennyksiä, huhuja, vitsejä ja jopa juoruja. Niiden avulla voidaan keventää tarinaa tai niitä voidaan käyttää siirryttäessä aiheesta toiseen. Huhulla tarkoitetaan epävirallista tietoa, joka voi olla salaperäistä ja saa kuulijan mielikuvituksen lentoon. Juoruilla paljastetaan johonkin henkilöön liittyvää epävirallista tietoa. Vitsit ovat huumorin laji, jotka kuuluvat oleellisesti kerrontaan. Vitsi ei sitoudu arkitodellisuuteen. Vitseillä ja kaskuilla voidaan kuvailla jotain koomista tilannetta tai tapahtumaa. (Poikela–Poikela 2012, 166.)

2.2 Tarina, tarinallisuus ja tarinankerronta

Tarinallinen ohjelmapalvelutuote jää sen sisältämän tarinan ansiosta hyvin asiakkaiden mieleen, jolloin palvelu ja yritys eivät unohdu. Pelkkien palvelujen ja tavaroiden sijaan ihmiset haluavat tunnekokemuksen. Tarinan yhdistäminen ohjelmapalveluun tuottaa asiakkaalle syvemmän elämyskokemuksen kuin pelkkä palvelu. Palvelussa on olennaista se, mitä asiakas saa, joten elämyksessä keskitytään siihen, miten ja millainen kokemus vieraille luodaan. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO 2009.)

Tarssasen (2009, 13) mukaan tarina liittyy läheisesti tuotteen aitouteen. Siinä eri elementit sidotaan toisiinsa yhtenäisellä tarinalla, jolloin kokemuksesta tulee mukaansatempaava ja siitä jää muistijälki. Esimerkiksi asiakasta ei viettä kalalle pelkästään kalastamisen opettelu ilosta, vaan vakuutetaan asiakas siitä, että juuri hänen kannattaa opetella kalastamisen tärkeä taito. Läheisen joen koski voi olla mystinen paikka tai hyvä lohiapaja. Hyvässä tarinassa on faktan ja fiktion elementtejä, vanhoja uskomuksia tai legendoja paikallistietoudella höystettynä. Tarinalla voidaan asiakkaalle antaa elämys, joka on merkittävä, positiivinen ja ikimuistoinen kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen. Uskottava ja aito tarina antaa tuotteelle ja kokemukselle sosiaalisen merkityksen ja sisällön, ja asiakkaalle syyn kokea kyseessä oleva tuote. Tarinan elämyksellisyyteen vaikuttaa se, missä tarina kerrotaan ja milloin se kerrotaan. Kahdellekymmenelle hengelle kodassa kerrottu tarina ei sovi kerrottavaksi sadalle hengelle auditoriossa, tarinan elämyksellisyys kärsii.

Matkailupalvelutuottajan opinnoissa opettaja Pekka Käyhkö siteerasi Rovaniemellä Joseph Pinen pitämää luentoa. J. Pine on yksi maailman elämystouuden guruista. Hän luennossaan Lapin yliopistolla 25.1.2008 hän valotti nimenomaan aitouden merkitystä ohjelmapalveluissa. Parhaimmillaan elämys on silloin, kun se on aito. Tämä kaikki tarkoittaa sitä, että myös ohjelmapalveluihin ja matkailuyritysten toimintaan liittyvien tarinoiden tulisi olla aitoja. (Käyhkö, 2009.)

If you are authentic you don't have to say you are authentic.
If you are not authentic, you better be authentic.
If you are not authentic, please don't say you are authentic. (Pine 2004.)

Tarinoiden kertomisella on pitkät perinteet, tarinat lienevät vanhin tapa välittää tietoa, tunteita ja arvoja. Tarinat ja kertomukset eivät ole menettäneet merkitystään ihmisten keskinäisessä vuorovaikutuksessa nykypäivänäkään. Niitä kertomalla on muun muassa viihdytetty, opetettu, säilytetty kulttuurillista perintöä ja välitetty arvoja. Kerronnan tapoja ovat olleet esimerkiksi sanallinen kerronta puhuen tai kirjoittaen, kuvallinen ilmaisu sekä musiikki ja tanssi. Tarinan kertomista käytetään avuksi ilmentämään asioita, tarinoiden avulla syvennetään ymmärrystä ja kommunikoidaan tulkintoja. Sen avulla ilmenetään asioita ja niiden merkityksiä. Tarinallisuus on tapa jakaa ja tulkita informaatiota. (Menetelmäblogi 2014.)

Tarinallisuuden yhdistäminen matkailuun ja yleensä yrittämiseen on tärkeää. Kuluttajille on helpompi myydä tuotetta, jossa on taustalla jokin kiehtova tarina. Tarinankerronta luo uusia ulottuvuuksia tuotteille ja asiakas muodostaa mielikuvia näiden perusteella. On helpompaa ymmärtää asioita, kun niihin yhdistetään hyvä tarina. Ihmisillä on tunteita ja käytämme tarinoita omassa elämässämme. Käytämme niitä löytääksemme merkityksen elämään. Meitä houkuttavat hyvät kirjat ja elokuvat, vaikka tiedämme, että ne eivät ole todellisia, eikä niissä kukaan ei oikeasti kuole tai rakastu. Hyvät tarinat saavat hyvälle tuulelle ja usein niistä saa myös ajattelemisen aihetta. Usein pohtii asian syvintä merkitystä kuultuaan mielenkiintoisen tarinan. (Jensen 2014.)

Rossin (2014) mukaan tarina määritellään seuraavasti, on tarinoita, tarinoita, kertomuksia, juttuja ja jutustelua sekä satuja lisäksi on opettavaisia tarinoita. Kerronnallisesta opastuksesta voidaan puhua, kun opas kertoo tarinoita luonnonilmiöistä tai paikkaan liittyvistä tapahtumista opastetun retken aikana. Tarinaa kerrottaessa on kuulijalla odotusarvona, että tarinassa on hyvä juoni. Tarina saadaan mielenkiintoiseksi ja koukuttavaksi, kun siinä huipentuma, jota kuulija osaa odottaa. Tarinan mielenkiintoisuuteen vaikuttaa myös se, kuka tarinan kertoo ja kuinka se kerrotaan. On olemassa erilaisia kertomustyyliä, äänenkäyttöä, eleitä, äänen painotusta, eri kirjaimen painotusta,

eri lauseen painotusta ja tauotusta. Kaikki nämä vaikuttavat siihen, kuinka hyvä ja elämyksellinen tarina on. Rossin mielestä tarinat koostuvat luetuista jutuista, muisteluista, tositarinoista ja omista kokemuksista. Tarinoihin saadaan mielenkiintoisuutta, jännittävyttä ja syvyyttä lisää värittämällä niitä oman mielikuvituksen mukaan. Aikuiset ihmiset kuuntelivat mieluiten sellaisia tarinoita, jotka liittyivät johonkin aitoon paikkaan tai johonkin aitoon henkilöön. Tarinat pitäisi saada kokea siinä hetkessä ja paikassa, mihin tarina liittyy. Lapset ja nuoret kuuntelevat mielellään satuja, keksittyjä juttuja sekä epätoollisuudesta poikkeavia tarinoita. (Rossi 2014.)

Tarinankerronta on ollut niin kauan, kuin on ollut ihmisiä. Tuhansia vuosia sitten ihmiset kokoontuivat erätulille kertomaan tarinoita ja samalla siirsivät oppia ja tietoa toisilleen. Tarinoiden avulla jokainen ihminen voi kokea olevansa osa historiaa. Tarina voi syntyä tietyssä paikassa ja kaikki, mitä ihminen suustaan päästää voi olla siihen hetkeen liittyvä tarina. Tarinankertojan tärkeimpiä työkaluja ovat lukeminen, uskallus puhua ja ennen kaikkea kuuntelemisen taito. Kertojan on osattava poimia kuulemasta pienestäkin jutusta asioita, joita voi hyödyntää omissa tarinoissaan. Tarinankertojan on itse suurimmaksi osaksi keksittävä ja löydettävä omat tarinat, mutta kirjallisuudesta löytyy paljon apua. Olemassa olevia tarinoita voidaan muokata omaan käyttöön ja tilanteisiin sopivaksi. Kirjoista voidaan poimia ideoita, yhdistämällä ja muokkaamalla tarinoita saadaan aikaan oma tarina. Asiakkaat eivät tilaa tiettyä tarinaa, vaan tarinankertojan ammattitaitoon luotetaan tarinan valinnassa ja tarina voidaan räätälöidä tilaisuuden mukaan. Tarinan tilaaja antaa tarinankertojalle teeman, jonka ympärille tarina rakennetaan alusta loppuun. (Rossi 2014.)

Kuuntelemisen taidon Rossi (2014) määrittelee kaikkein tärkeimmäksi taidoksi. Hän perustelee sen niin, että jos ihminen ei kuuntele mitään, niin ei voi myöskään kertoa mitään. Hyvin monenlaisista tapahtumista voidaan saada aikaan hauska, mielenkiintoinen tarina. Omia kommelluksia ja itseironiaa käyttämällä tarinoinnissa, saadaan aikaan ihmisiä kiinnostava tarina. Tarinankerronnassa on tärkeää osata rakentaa luettavat ja kuultavat tarinat mukaansatempaaviksi. Tarina on aina hyvä, kun se on oma keksimä tai omaan kokemukseen perustuva. Jokaisella tarinalla on olemassa jokin "äiti"-tarina, josta kaikki on lähtenyt liikkeelle. Tarinan muodossa kuultu tieto tai historiaan

perustuva tosiasia, saadaan kiinnostavaksi ja näin tiedot helpoiten jäävät ihmisille mieleen. “Jos tuo koulu olis aikoihnaan ollu tarinallinen, niin sitä ei tiä missä sitä oltas.”, näin muistelee tarinamestari Rossi.

2.3 Tarina markkinoinnissa

Markkinoimalla tuotteita tai palveluita tarinoiden kautta yritys aktivoi asiakkaan tunnetiloja. Tarinan kautta asiakas kiinnostuu yrityksestä ja sen tarjoamasta palvelutarjonnasta. Tunnereaktion seurauksena asiakkaalle syntyy yhteys yritykseen. Puustisen ja Rouhaisen (2007, 150) mukaan tunteisiin vetoavat tarinat ovat asiakkaille tiedollisia ja järkipäisiä elementtejä tärkeimpiä. Heidän mukaansa kiehtovat tarinat herättävät mielenkiintoa ja muokkaavat mielikuvaa yrityksestä. Kirjassa he käyttävät Finnairin esimerkkiä tunteeseen kohdistuvasta markkinoinnista. Kaikilla meillä on muistikuva pienestä poronvasasta, joka on laumasta eksyksissä talvipakkasessa. Pieni poronvasa seurasi F-kirjaimen vanaa ja löysi turvallisesti illaksi kotiin. Tarinan viesti on selkeä ja tunteisiin vetoava. Asiakas haluaa samaistua tarinoihin, joiden arvomaailma on lähellä omaansa. (Puustinen–Rouhiainen, 2007, 151.)

Markkinointi on toimintaa, jolla saadaan tavoitellut asiakkaat haluamaan tiettyä tuotetta tai palvelua. Se ei ole satunnainen kasa mainoksia, vaan suunnitelmallinen tapa toimia. Internet-markkinoinnin etuja ovat suurien joukkojen tavoittaminen nopeasti ja kustannustehokkaasti. Asiakas voi valita, mihin markkinointirahat käytetään, eikä tarvita pitkäaikaisia mainossopimuksia. Internet-markkinointi mahdollistaa vuorovaikutuksen asiakkaiden kanssa. Oma sivusto on Internet-markkinoinnin kulmakivi. Internet-sivusto on hyvä tapa saada lisää näkyvyyttä ja viestittää asiantuntemusta. Sivustolle kannattaa tuottaa asiakkaille kiinnostavaa ja mukaansa tempaavaa sisältöä, joka tukee alueen markkinointiviestintä ilmettä. (Liljeroos 2013.)

Tarinoilla saadaan markkinointiviestintään ideoita. Asiakkaat eivät etsi vain ydinpalveluja, vaan haluavat entistä enemmän liittää niihin myös elämyksiä ja elämyksellisyyttä. Tarinoiden yhdistäminen markkinointiin ja viestintään kertoo arvoista ja asenteista asiakkaalle. Tarinoiden yhdistäminen tuotteisiin ja palveluihin vahvistaa niiden tuottamaa kokemusta. Ihmiset muistavat kerrotun ja koetun tarinana paremmin, kuin hyvän tuotteen tai hyvin hoidetun palvelun. Tarinoiden ja erilaisen tarinallisen sisällön tuottaminen ja sen käyttä-

minen markkinoinnissa tuo tätä lisäarvoa asiakkaalle. Asiakkaan toivotaan tarinoiden myötä saavan erilaisia kokemuksia ja muistavan ne loppuelämän. (Juusti 2012, 32–37.)

Markkinointiviestintä on markkinoinnin alakäsite. Karjaluodon (2010, 11) mukaan markkinointiviestintä voidaan määritellä lyhyesti yhdeksi markkinoinnin kilpailukeinoksi, jonka tavoitteena on kertoa asiakkaille yrityksen tai yhdistyksen palveluista ja tuotteista. Lisäksi markkinointiviestinnän käsitettä voidaan lähestyä kysyntään vaikuttamisen kautta ja näin määritellä sen kohdistuvaksi viestinnäksi, jonka tavoitteena on saada aikaan kysyntää. (Karjaluoto 2010, 11.) Markkinointiviestintä määritellään myynnin kasvattamisen tavoitteeksi. Sillä on muitakin epäsuoria tavoitteita, kuten esimerkiksi tietoisuuden kasvattaminen, asenteisiin vaikuttaminen, luottamuksen ja asiakasuskollisuuden vahvistaminen. Tietenkin edellä mainituilla seikoilla on perimmäisenä tarkoituksena kasvattaa myyntiä. (Karjaluoto 2010, 21.)

2.4 Tarinoiden tuotteistaminen

Tarinankertoja vangitsee kuulijoiden huomion ja kohtaa heidät ryhmänä ja yksilöinä. Kertoja johdattaa kuulijat osallistumaan ja kokeilemaan asioita ja toimia, joista kertomus koostuu. Tuote, joka sisältää tarinan, kiinnostaa ostajaa enemmän kuin pelkkä tuote. Kokemus on parempi, jos matkailija voi tulla osalliseksi toisten matkailijoiden ja paikallisten ihmisten kanssa. Matkailijan ennenkokematon asia luo mahdollisuuden sille, että matkailija palaa uudelleen ja on myös valmis kertomaan kokemaansa muille. (Poikela–Poikela 2012, 11.)

Ohjelmalveluun liitettävän tarinan ainoa tarkoitus ei ole vain hauskuuttaa asiakkaita tai kuvata jännittävää tapahtumaa, vaan hyvällä tarinalla on juuret paikkakuntaan tai yrityksen historiaan. Matkailijan on helpompi muodostaa käsitys paikasta. Paikkaan liittyvät tapahtumat, tavat sekä unohtumassa olevat tiedot ja taidot ovat ehtymätön tarinoiden lähde. Aina tarinan ei tarvitse olla totta. Sen ei tarvitse perustua faktoihin, arkeologisiin löytöihin tai kirjallisiin lähteisiin. Suulliseen ja kirjalliseen kansanperinteeseen kuuluvat fiktiiviset tarinat, jotka eivät ole vähäarvoisempia kuin tositarinat. Tarinat eivät vanhene eivätkä menetä merkitystään, eli ne ovat ajan ja kulutuksen kestäviä. (Poikela–Poikela 2012, 13.)

Tarinoita voidaan käyttää ideoina melkein missä vain, kuten yrityksen markkinoinnissa, uusien palvelutuotteiden tekemisessä ja palveluiden kehittämisessä, niissä tarinat ovat loppumaton lähde. Tarinallisuuden liittäminen liiketoimintaa ei käy kuitenkaan sormia napsauttamalla vaan vaatii paneutumista ja suunnitelmallisuutta. Menestys markkinoilla vaatii jatkuvaa panostusta ja siihenkin tarinat ovat loppumaton lähde.

Tarinan tuotteistamisessa on ongelmansakin. Kun tuotekortissa lukee, että palvelu sisältää tarinankerrontaa, asiakkaat voivat kysyä tarinan hintaa tai kuinka kauan tarinointi kestää. Nämä seikat ovat tällaisissa tuotteissa määrittelemättömiä seikkoja, joita on hankala tietää. Tarinankerronta on spontaanitilanne ja tarinan tuotteistaminen tuo esiin ongelman. Esimerkiksi silloin, kun opastettuun hiihtoretkeen kuuluu tarina ja oppaan tarinapankki on tyhjä. (Rossi 2014.)

Rossin (2014) mielestä tarinointi on luonteva osa opastusta. Ihmiset maksavat mielellään siitä, kun he saavat pienessä ryhmässä osallistua opastettuun tekemiseen, johon liittyy seutukunnan perinnettä tai vanhaa kulttuuria kuten kalastusta tai kotaruokailua. Pelkille tarinoille on hankala määritellä hintaa, vaan hinnan määrittelyminen on helpompaa, jos tarinat ovat olennainen osa ohjelmapalvelua. Nuotantvetoon kalaisan Jerisjärven rannalla kuuluu paikan historian kertominen. Keimiöniemen vanhat kalapirtit ovat yksi Suomen seitsemästä matkailuihmeestä, siellä opastetut ohjelmat ovat oivallinen paikka sisäistää vanhaa kulttuuria tarinan muodossa.

Rossi on tuotteistanut omat palvelunsa, ja hän on jakanut oman osaamisen kahteen eri hahmoon. Toinen on tarinankertoja Jari ja toinen on Jerisjärven Shamaani. Shamaani on ulkomuodoltaan kotapeikolta näyttävä, pitkäpartainen, noen mustuttama mies, joka jutustelee käheällä äänellä ja esiintyy mieteliäänä mystisenä olentona. Shamaani kertoo juttuja revontulista, lapin noidista tai maahisista. Kertomukset ovat fiktiivisiä, vanhoja uskomuksia ja hiukan jännittäviä. Rekvisiittana toimivat asusteet, rumpu ja kotanuotio. Suomalaiset ryhmät kuulevat lapin murretta mystisesti jutustelevaa shamaania, kun taas ulkomaalaisille kerrotaan tarinaa "forest english"-tyyliin. Täydellisellä englannilla jättiläisistä kertova shamaani ei tunnu uskottavalta. Ihanteellisinta ja asiakkaalle vaikuttavinta olisi esiintyä shamaanina suomeksi, mutta tällä

hetkellä ohjelmapalveluja tarjoavat yritykset käyttävät palveluksissaan ulkomaalaisia oppaita. Heille kerrotaan tarinat englanniksi, ja Rossin mukaan siinä hiukan eksotiikka ja mystisyys kärsii tai katoaa. Rossi jatkaa:

Jos meikäläinen menis Afrikkaan, niin en mie kyllä oleta, että se paikallinen poppamies puhuis täyellistä englantia. Mie haulaisin kuulla, ko se puhuu sitä zhulua ja sitte joku kääntäis sen. Sehän olis parasta.

Koulutuksella on ollut suuri merkitys siihen, miten tarinoita osataan tuotteistaa. Tarinamestarin koulutusohjelma – Tarinamestaprojekti (2009–2012) on ESR-rahoituksen turvin toteutettu ammatillinen täydennyskoulutushanke, joka on tarkoitettu matkailijoiden opastajina sekä sisällöntuottajina toimiville henkilöille ja muutoin matkailun parissa toimiville tai sille haluaville. (Lapin tarinamestarit 2012.) Tuotekehittäjän ammattitutkinto on auttanut useita yrittäjiä tuotteistamaan palveluja. On osattava neuvotella, paketoita ja hinnoitella tuotteet oikein, jotta asiakkaat ostavat niitä. Asiakas ostaa tuotteen, vaikka hinta olisikin korkeampi, kun pystytään perustelemaan, mistä hinta muodostuu. (Rossi 2014.)

3 TARINAMESTARIN HAASTATTELU

3.1 Menetelmänä laadullinen tutkimus ja teemahaastattelu

Käytämme menetelmänä työssämme kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Tiedon keruuseen käytimme erilaisia menetelmiä, muun muassa teemahaastattelua sekä havainnointiin perustuvaa tiedonkeruuta.

Laadullisessa tutkimuksessa kuvataan todellista elämää ja pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tarkoituksena on löytää tai paljastaa tosiasioita ja odottamattomia seikkoja. Tutkimuksen lähtökohtana on monitahoinen ja yksityiskohtainen aineiston tarkastelu. Tutkimuksen kohde valitaan tarkoituksenmukaisesti. Kvalitatiivinen tutkimus ei ole yhdenlainen hanke, vaan joukko moninaisia tutkimuksia. (Hirsijärvi–Remes–Sajavaara 2009, 161–165.)

Laadullista tutkimusta tehdään usein haastattelemalla kohteen jäseniä ja keräämällä näin tietoa. Valmiina olevat tekstiaineistot ovat kuitenkin erittäin antoisia tutkimusaineistoja. Valmiina olevista teksteistä voidaan muun muassa kerätä tarinoita, uskomuksia ja sanaparsia. (Vilka 2006, 23.) Käytämme havainnointia työssämme löytääksemme tietoa, kuinka tarinoita on mahdollista käyttää matkailun palveluissa sekä tietoa jo olemassa olevista tarinapankeista ja niiden käytettävyydestä. Tietoa saamme tutkimalla internet-sivustoja, lukemalla aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia, kuten opinnäytetöitä tai artikkeleita.

Haastattelumuodoksi valitsimme teemahaastattelun, jonka katsoimme sopivimmaksi tiedonkeruun kannalta. Teemahaastattelussa aihepiiri oli tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys mukautuvat haastattelutilanteen edetessä. Teemahaastattelussa kysymysalueet ovat suurpiirteisiä ja haastateltavien osallistujamäärä on pieni. Lisäksi varsinaiset kysymykset ovat enemmänkin suosituskysymyksiä, mikä edesauttaa syvemmän tiedon saantia. Tilanteen mukaan joustava ja vastaajaa myötäilevä tiedonkeruumenetelmä on omiaan tilanteessa, jossa haettavan tiedon odotetaan ilmenevän laajana, monitahoisesti ja moniin suuntiin pirstaloituneena kokonaisuutena (Hirsijärvi–Remes–Sajavaara 2009, 204–205; Vuorela 2005, 40.)

Nauhoitimme haastattelun, jotta voimme palata siihen myöhemmin, mikä helpottaa analysointi vaiheessa. Analysointia helpottaaksemme litteroimme haastattelun lähes sanatarkasti ja litterointi on kirjoitettu paikallisella murteella. Kaikkia täytesanoja emme ole litteroineet. Litteroinnilla tarkoitetaan puhutun tekstin saattamista kirjoitettuun muotoon. Haastateltavien puhe voidaan litteroida sanatarkasti, yleiskielisesti tai ajatussisältöjen mukaan. Aineiston litteroinnin tarkkuudesta ei ole yksiselitteistä ohjetta. (Hirsjärvi–Hurme 2000,139.) Haastattelutilanteessa tehtiin muistiinpanoja nauhoituksesta huolimatta. Muistiinpanojen avulla saadaan tallennettua tunnelmia ja omia ajatuksia. Haastateltavalle kerrottiin haastattelun aiheesta ja teemoista etukäteen, jolloin hänellä oli mahdollisuus valmistautua tilanteeseen.

3.2 Ohjelmapalveluyrittäjä Jari Rossin haastattelu

Haastattelimme työhömmä Muonion Jerisjärven rannalla asuvaa tarinames-tari Jari Rossia. Rossilla on oma ohjelmapalveluyritys Keimiön koukkaus, joka myy erilaisia ohjelmallisia palveluja matkailijoille. Toimiessaan eräop-paana Rossi ei vielä osannut ajatella, että tarinankerronnasta tulisi hänelle ammatti ja työ. Rossi kertoi tarinoita matkailijoille oppaan ominaisuudessa hiihdellessä metsässä, kertoen luontoon liittyvistä asioista ja uskomuksista. Silloin kukaan ei ollut vielä keksinyt tuotteistaa tarinallisia ohjelmapalveluja.

Haastattelun teimme teemahaastatteluna, jonka pohjaksi laadimme haastat-telurungon. Teemoina haastattelussa oli muun muassa kuinka tarinat synty-vät, miten tarinoita yhdistetään palveluihin, millainen on hyvä tarina ja miksi niitä käytetään, tarinoiden saatavuus sekä miten tarinallisuus esiintyy matkai-lupalveluissa Muonion seudulla. Haastattelun aineistoa voisi sanoa kerron-nalliseksi eli narratiiviseksi. Haastattelu eteni tarinan muodossa alusta lop-puun saakka. Loppuhuipennukseksi Rossi kertoi tarinan yksisilmäisestä hau-esta. Tämä tarina on luettavissa liitteenä olevassa tarinakokoelmassa.

Haastattelun tavoitteena oli kerätä ja selvittää ohjelmapalveluyrittäjään liitty-viä tarinoita, niiden hyödyntämiskeinoja ja tarinoiden käyttöä paikallisissa matkailuyrityksissä sekä hänen omaa kokemusta tarinoiden hyödyntämis-esä matkailun ohjelmapalveluissa. Työssä selvitettiin muun muassa millaisia tarinoita yrittäjä käyttää, millaisia haasteita tarinoiden käyttöön liittyy, miten tarinat rakentuvat ja missä tilanteissa niitä käytetään. Työssä pyritään myös

analysoimaan hyvän tarinan rakennetta elämyksellisyyden näkökulmasta. Havainnointia käytettiin tutkiessamme sähköisessä muodossa olevia dokumentteja, arkistomateriaaleja, kertomuksia, artikkeleita, opinnäytetöitä ja kirjallisuutta.

3.3 Aineistolähtöinen sisältöanalysointi

Aineistoa voidaan analysoida monin tavoin. Analyysitavat jaetaan Hirsijärvi ym. (2009, 219) karkeasti kahdella tavalla: Selittämiseen pyrkivässä lähestymistavassa käytetään usein tilastollista analyysia ja päätelmien tekoa. Ymmärtämiseen pyrkivässä lähestymistavassa käytetään tavallisesti laadullista analyysia ja päätelmien tekoa. Pääasiassa tutkijan kannattaa kuitenkin valita sellainen, joka parhaiten tuo vastauksen ongelman tai tutkimustehtävään. Sisältöanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisissa tutkimuksissa. Useimmat eri nimillä kulkevat analysointimenetelmät perustuvat sisältöanalyysiin. Sisällönanalyysissä tarkastellaan jo valmiiksi tekstimuotoisia tai sellaiseksi muutettuja aineistoja ja sillä tarkoitetaan sanallista tekstin sisällön kuvailua. Tutkittavat tekstit voivat olla melkein mitä vain: kirjoja, päiväkirjoja, haastatteluita, puheita ja keskusteluita. Aineisto jaetaan pieniin osiin, käsitteellistetään ja järjestetään uudelleen uudenlaiseksi kokonaisuudeksi. (Tuomi–Sarajärvi 2009, 91–116.)

Tässä työssä käytettävä analysointimenetelmä on aineistolähtöinen sisältöanalyysi. Analyysissä kuvataan kerätty aineisto tiiviissä ja yleisessä muodossa, tavoitteena on saada aineistosta sanallinen selkeä kuvaus (Kananen 2008, 94). Aineistolähtöisen sisältöanalyysin vaiheita ovat aineiston pelkistäminen, aineiston ryhmittely ja käsitteiden luominen (Tuomi–Sarajärvi 2009, 108). Analyysin aineistona käytimme haastatteluaineistoa, josta poimimme meille tärkeät seikat ja yhdistämme ne muualta saatuihin havaintoihin. Ryhmittelyssä etsimme samaa tarkoittavia asioita ja kokoamme ne asiayhteyden perusteella ryhmiksi. Aineistolähtöisessä analyysissä käsitteet yhdistetään ja saadaan vastaukset tutkimustehtävään. (Tuomi–Sarajärvi 2009, 112).

Analyysin aineistona käytettiin pääasiassa Rossin haastattelua, mutta myös omakohtaisia kokemuksia sekä havainnoimalla Internetistä ja kirjoista saatua aineistoa. Aineistolähtöisellä sisältöanalyysillä saimme kerättyä tietoperustaa opinnäytetyöhön. Itse tarinapankkiin kerättyjä tarinoita emme käytä analysointi-

sissä. Osa haastattelumateriaalista on käytetty hyväksi opinnäytetyön tuloksissa. Aineistolähtöinen sisältöanalyysi sopii työhömmme, koska aineistona on käytössä litteroitu haastattelu, josta halusimme poimia kaiken olennaisen. Tiivistimme haastattelun selkokielelle, jonka jälkeen järjestelimme aineiston uudelleen omaan tarkoitukseen sopivaksi.

4 TARINAPANKIN TOTEUTUS

4.1 Tarinapankin aineiston keruu

Materiaalia tarinapankkiin kerättiin monella eri menetelmällä, pääasiassa kirjallisuutta tutkimalla. Ennen kuin tiesimme mitä ja mistä etsiä, tarvitsimme henkilöitä, jotka kertoivat sopivasta lähdemateriaalista. Esitiedon hankkimiseen käytimme menetelmänä avointa haastattelua. Avoin haastattelu ei ole sidottu tiukkaan formaattiin, vaan se muistuttaa tavallista keskustelua, jossa keskustelu etenee tietyn aihepiirin sisällä vapaasti. Haastattelussa puhutaan tietyistä teemoista, mutta tarkkojen kysymysten sijaan avoimessa haastattelussa edetään keskustellen ja annetaan tilaa haastateltavan kokemuksille, tuntemuksille, muistoille, mielipiteille ja perusteluille. (Hirsjärvi–Hurme 2011, 45–46.)

Hyvänä apuna tarinoiden keräämiseen olivat Muonion lukion rehtori Kyllikki Kurki ja Muonion kirjastonjohtaja Elli Kangosjärvi. Elli Kangosjärvi toimii myös Muonion kulttuuritoimenohjaajana ja hänellä on vahva tietämys kirjallisuudesta, alueen historiasta sekä kulttuurista. Kyllikki Kurki on toiminut ammattiohjaajana Lappian toimipaikkapäällikkönä ja on opettanut eräopaskurssilaisille alueen historiaa. (Kurki 2013; Kangosjärvi 2014.) Hyvään alkuun pääsimme lukemalla Lions Clubin Muonio julkaisemat kokoelmateokset Muonion Kairoilta I-IV. Muonion lukion oppilaskirjastosta löytyi myös kokoelmateos Pallas-Ounas Heikki Annanpalon toimittamana. Kaikkia kirjan teoksia emme tähän opinnäytetyöhön halunneet, vaan valitsimme mielestämme kaikkein kiinnostavimmat Muoniota koskevat kertomukset. Näiden kontaktihenkilöiden vinkkien perusteella pystymme tekemään hakuja Internetistä ja kirjastojen tietokannoista.

Tarinoiden valintaan on vaikuttanut se, kuinka ne ovat hyödynnettävissä matkailualalla ja niiden kiinnostavuus. Haimme tarinoita, jotka jotenkin liittyvät Muonioon ja lähialueeseen. Tarinat ovat historiallisia tarinoita, tarinoita henkilöistä ja eri paikkoihin liittyviä tarinoita. Itse tarinoiden hakuun käytimme kirjastojen tietokantoja sekä normaalia hakua Internetistä. Sopivaa materiaalia löytyi useista eri kirjoista ja myös Internetistä. Jari Rossin haastattelussa saimme kerrotun tarinan, jonka litteroimme ja liitämme mukaan tarinapankkiin. Rajasimme tarinoita niin, että poimimme vain sellaisia tarinoita, joista

uskomme olevan apua paikallisille matkailuyrityksille. Paikkoihin ja henkilöihin liittyvät tarinat ovat matkailullisesti kiinnostavia ja niitä voidaan helposti yhdistää palveluihin. Vinkkejä siitä minkälaiset tarinat matkailijoita kiinnostaa, saimme Rossin haastattelussa. Kaikkea materiaalia ei löydy kirjoista tai Internetistä, vaan tarinat saattavat olla yksityisen henkilön kirjoittama dokumentti vanhasta kuullusta tarinasta. Tällainen materiaali saadaan yleensä käyttöön vain haastatteleamalla henkilöitä. Saimme Rossin haastattelussa yhden tällaisen kirjoittamattoman tarinan käyttöömmme.

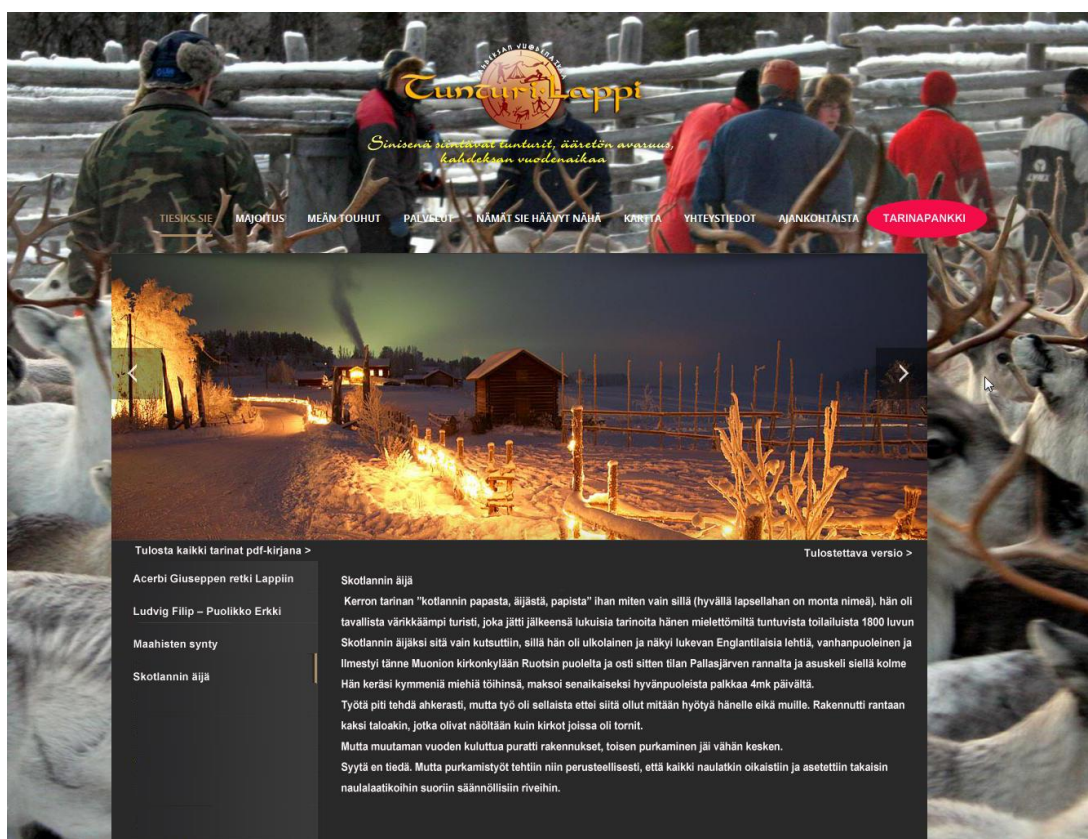
Tarinoiden keruu tapahtui käymällä läpi kaikki lähdemateriaali, jonka olimme saaneet kerättyä. Tarinoista täytyi löytyä jokin linkki Muonioon tai lähiseudulle. Useimmiten tarinat oli helppo löytää lähdeteoksesta, jonka jälkeen tarina kirjoitettiin uudelleen sähköiseen muotoon. Suurin osa tarinoista oli painetussa muodossa, mutta jonkin verran löysimme samoja tarinoita myös sähköisessä muodossa. Osa kirjoista oli kokoelma teoksia, joihin oli yleensä kerätty sekalainen kokoelma tarinoita eri puolilta Lappia. Vanhin kirja, jota käytimme lähteenä työssämme, oli painettu ensimmäisen kerran 1920-luvulla. Kirjasta oli käytössämme uusintapainos vuodelta 1977. Tarinat ovat kirjoitettu tarinapankin kokoelmaan siinä muodossa, kuin ne olivat kirjoissa, emme ole muokanneet niitä.

Tarinapankki on kokoelma tarinoista Muonion seudulta. Kokoelmaan sisältää tarinoita historiasta, uskomuksista, tapahtumista, legendoista ja myyteistä. Tarinapankki koostuu pääosin tekstimuodossa olevista tarinoista, mutta sivuille on mahdollisuus lisätä multimediaa, kuten videoita ja äänileikkeitä. Tarinapankissa on myös alkuperäislähteistä saatua kuvamateriaalia, jotka liittyvät oleellisesti tarinaan. Tarinapankki toteutetaan www.tunturi-lappi.fi-sivuston yhteyteen. Tarinapankki, kuten koko www.tunturi-lappi.fi-sivusto on täysin tietokantapohjainen. Tietokannan hyötyjä ovat sen dynaamisuus, jolloin tarinoiden lisääminen ja niiden hakeminen tietokannasta on helppoa.

Tarinakokoelman siirtää Internetiin sivuston ylläpitäjä, jolla on oikeudet tehdä muutoksia sivuille. Tarinat toimitetaan ylläpitäjälle Word-tiedostona, joka on tämän raportin liitteenä. Osa tarinoista ja kuvista linkitetään alkuperäisille sivustoille, esimerkiksi Acerbin matka Lapissa v.1799. Nämä sivut ovat osa Lapinkävijät - Pohjoinen kulttuuri kuvina -projektia. Se on Lapin maakuntakir-

jaston, Pellon kunnankirjaston, Tornion kaupunginkirjaston, Lapin maakuntamuseon, Kultamuseon, Tornion maakuntamuseon, Lapin yliopiston ja Arktisen keskuksen yhteishanke. Projektin tarkoituksena on luoda multimediatietopankkia pohjoisesta kulttuurimateriaalista. (Lapinkävijät 2014.)

Tarinapankki sivuston ulkonäkö noudattaa sivuilla jo olevaa mallia (kuvio 2). Sivustolle luodaan oma osio tarinapankkia varten ja siihen tulee linkki sivuston ylälaidassa olevaan linkkipalkkiin. Tarinoita voi valita sivun vasemmassa laidassa olevasta luettelosta, johon kaikkien tarinoiden otsikot laitetaan. Tarinoista on olemassa myös tulostettavat versiot, joko yksittäinen tarina tai kaikki tarinat kirjasena. Luoteis-Lapin matkailu ry painattaa tarinoita painotuotteeksi ja kirjasen ulkoasu suunnitellaan mainostoimistossa. Meidän osuus on vain löytää, koota ja tuottaa tarinat tekstiksi. Paperiversiota tarinapankista voidaan myydä tai jakaa paikallisissa yrityksissä asiakkaille ja sama versio on jokaisella yrityksellä tulostettavissa internetissä. Tarinapankkia elävöitetään kuvituksella, jotka saadaan samoista lähteistä kuin itse tarinat. Tarinoita lisätään tarinapankkiin sitä mukaa, kun uusia löytyy.



Kuvio 2 www.tunturi-lappi.fi-sivustolle suunnitellun tarinapankin esimerkki. (Tunturi-Lappi 2014.)

4.2 Tarinapankin tarinat

Olemme löytäneet useita käyttökelpoisia tarinoita liittyen Muonion historiaan ja eri paikkoihin Muonion alueella. Tarinat ovat suoraan lainattua tekstiä alkuperäisestä materiaalista. Pyrimme käyttämään ensisijaisesti alkuperäisiä lähteitä. Muutama tarina on otettu kokoelmateoksesta ja osalle tarinoista ei voida tarkkaan osoittaa kuka tarinan on tehnyt tai keksinyt. Käytämme lähdemerkinnöissä aina tarinan kirjoittajan nimeä ja mistä teoksesta tarina löytyy. Alla on muutamia esimerkkejä keräämistämme tarinoista. Kappaleen lopussa listasimme kootusti tarinat yhteen lähdetietoineen. Kokonaisuudessaan tarinat ovat raportin liitteenä. (Liite 1)

Skotlannin Äijä

Yksi tunnetuimpia Muonion turisteja on ollut useisiin paikkakunnan tarinoihin elämään jäänyt skottiherra, joka sai paikallisten keskuudessa monta nimeä: Kotlannin pappa, Kotlannin äijä tai Skotlannin pappi. Oikealta nimeltään tämä skotlantilainen oli kuitenkin Millie MacKey. Tiedot hänen alkuperästään ovat ristiriitaiset; toiset sanoivat hänen olevan lääkäri, toiset väittivät insinööriksi ja olevan kotoisin Englannin siirtomaista tai jopa Amerikasta asti. Toiset tarinat kertovat hänen olleen englantilainen lordi, olemukseltaan arvokas, vanhemmanpuoleinen herra. Ulkonäkö voi kuitenkin pettää: MacKey tuli tunnetuksi mitä eriskummallisimmista toilauksistaan ja tempauksistaan, jotka värittivät paikallista elämää. Skotlantilaiset tunnettiin yleisesti piheinä, mutta tämä herra teki sääntöön poikkeuksen; hän oli upporikas ja myös osoitti sen omalaa-tuisella rahankäyttötavallaan. (Nuutinen 1933, 142–146.)

Kuninkaallisia Muoniossa

Ludvig Filip, silloinen Orleansin herttua, pakeni Ranskasta vallankumouksen tieltä 1793. Hän seikkaili eri puolilla Keski- Eurooppaa ja Skandinaviaa kahden seuralaisen kanssa, kunnes lopulta nousi maihin Nordkapilla. Pakomat-kalla halki Lapin hän syyskuussa 1795 päättyi Muonionniskan pappilaan kirkkoherra Mathias Kolströmin vieraaksi. Salanimeä Muller käyttäneen nuoren prinssin ja kirkkoherran viehättävänkälän Beata Caisa Wahlbom katseet kohtasivat. Yhdeksän kuukautta myöhemmin Beata Caisa synnytti aviotto-man lapsen Erik Wahlbom, joka Muoniossa tunnettiin liikanimellä Puolikko-Erkki. Hän muutti sittemmin Norjaan ja otti sukunimen Kolström sekä osti ti-

lan Tanavuonon Maskjoelta. Puolikko-Erkin kuninkaallinen syntyperä on Lapin Legenda, josta ensimmäisenä kirjoitti sadunhohtoisen tarinan Zachris Topelius. (Hiilivirta 2013.)

Giuseppe Acerbin tutkimusretki Lappiin

Kevättalvella ja kesällä 1799 italialainen Giuseppe Acerbi vaelsi seurueineen Suomen ja Lapin erämaataipaleiden kautta Nordkappiin, Euroopan pohjoisimpaan kärkeen. Matka halki Lapin kulki Oulun ja Kemin kautta Tornioon. Ylitorniolta, jonne maantie siihen aikaan päättyi, retkikunta jatkoi veneillä Tornionjokea ylöspäin. Könkäästä seurue jatkoi vaikeakulkuista Muonionjokea pitkin Palojoelle. (Lapinkävijät 2014.)

Tarinakokoelma koostuu seuraavista tarinoista:

1. Tarina: Pakasaivo ja Äkäsaivo
Paulaharju Samuli 1977. Lapin muisteluksia. Helsinki: WSOY, Sivut 168–170
2. Tarina: Orleansin herttua ja Ludvig Filip ja hänen poikansa “Puolikko-Erkki”
Vuorio Onni. 1980. Muonion kairoilta II. Muonio: Lions Club Muonio, Sivut 85–92
3. Tarina: Referaatti Yrjö Kokko
Parkkinen Jukka. 2003. Yrjö Kokko: Sadun ja luonnon runoilija. Helsinki: WSOY
4. Tarina: Skotlannin äijä
Nuutinen Aaro A. 1933. Lapin lumoissa. Helsinki: WSOY, Sivut 142–146
5. Tarina: John Wolley – Muoniovaaran Munaherra
Arvola Oiva. 1998. Teoksessa Palla -Ounas. (toim. H. Annanpalo), Tampere: Metsäntutkimuslaitos ja Suomen Matkailuliitto ry, Sivut 71–75.
6. Tarina: Liepimäjärven äijä
Paulaharju Samuli 1977. Lapin muisteluksia. Helsinki: WSOY, Sivu 171
7. Tarina: Oostajärvi
Paulaharju Samuli 1977. Lapin muisteluksia. Helsinki: WSOY, Sivu 171

8. Tarina: Matka Lapissa v.1799
Acerbi, Giuseppe. 1953. Matka halki Suomen v.1799. Helsinki: WSOY. <http://lapinkavijat.rovaniemi.fi/acerbi/index.html>
9. Tarina: Jierisjärvellä ja Keimiöniemellä 1920-luvun lopulla
Manninen Ilmari. 1936. Pohjan pitkiltä periltä, retkeilyllä Länsi-Lapissa. Helsinki: WSOY, Sivut 86–97
10. Tarina: Kalastus Pallasjärvessä
Nuutinen Aaro A. 1933. Lapin lumoissa. Helsinki: WSOY, Sivut 155–158
11. Tarina: Noita Akmeelin tarina
Rossi Jari. Lapland Above Ordinary. Lappilaisia tarinoita. Osoitteessa http://www.lappi.fi/viikon_tarina/noita_akmeelin_tarina
12. Tarina: Taikahippu
Rossi Jari. Lapland Above Ordinary. Lappilaisia tarinoita. Osoitteessa http://www.lappi.fi/viikon_tarina/taikahippu
13. Tarina: Yksisilmäinen hauki
Rossi Jari haastattelu 18.3.2014

4.3 Tarinoiden julkaisu-oikeudesta

Vuonna 2005 perustettu Sanasto on kirjallisuuden alan tekijänoikeusjärjestö. Yhdistys edistää, valvoo ja hallinnoi kirjallisuuden alan tekijöiden tekijänoikeuslakiin perustuvia oikeuksia Suomessa ja ulkomailla. (Sanasto 2014.)

Tekijänoikeuden mukaan kirjallisen teoksen kirjoittaneella henkilöllä on tekijänoikeuslain mukaan tekijänoikeus kirjoittamaansa teokseen. Lähes kaikki kirjallisuus nauttii tekijänoikeussuojasta. Tekijänoikeussuojan saamiseksi ei arvioida teoksen laatua, eikä merkitystä ole sillä, kuinka kauan teoksen tekeminen on kestänyt. (Sanasto 2014.)

Sitaattioikeudella voidaan lain mukaan ottaa omaan teokseen tarkoituksen edellyttämässä laajuudessa. Sitaattioikeus on tekijänoikeuden rajoitus, jonka käyttämiseksi tiettyjen edellytysten tulee täytyä. Siinä kiinnitetään huomiota siihen edellyttääkö lainauksen tarkoitus tietyn mittaisiin lainauksen ottamista toisesta teoksesta. Sitaattioikeuden käytön tulee täyttää tietyt tapauskohtaiset edellytykset kuten lainattavan teoksen tuleen olla julkistettu. Lisäksi sitaatin on täytettävä hyvän tavan mukaisuuden vaatimus eli lainatulla ja lainaavalla teoksella tulee olla asiallinen yhteys. Sitaatti on suora lainaus jostakin ja

se on erotettava jonkun toisen kirjoittaman teoksen käyttämisestä teoksen lähteenä. (Sanasto 2014.)

Tekijänoikeus syntyy samalla kuin teoskin, ja se syntyy sille henkilölle, joka on luonut teoksen. Alaikäinen voi olla myös teoksen tekijä. Teosten rekisteröintiä eikä muita muodollisuuksia tarvita tekijänoikeuden syntymiseen. Oikeus on voimassa tekijän eliniän ja 70 vuotta hänen kuolinvuotensa päättymisestä. Teoksen tekijä voi yksin määrätä teoksestaan. Tekijä voi myös kieltää muita käyttämästä teostaan. (Kopiosto Tekijänoikeusjärjestö 2013.)

Teosten käyttämiseen ei vaadita lupaa, jos tekijän kuolemasta on kulunut yli 70 vuotta ja tekijänoikeussuoja on lakannut olemasta voimassa. Sama suoja-aika pätee myös omaperäisiin ja itsenäisiin valokuvateoksiin. Tavallisten valokuvien suoja-aika on kuitenkin 50 vuotta kuvan ottamisesta. Ennen vuotta 1966 julkistetut tavalliset valokuvat jäävät suojan ulkopuolelle. (Kopiosto Tekijänoikeusjärjestö 2013.)

Kysyimme Sanasto ry:ltä tarvitsemmeko julkaisuluvan esimerkiksi Nuutinen Aaro A. 1933 kirjasta otetusta Skotlannin äijän kertomuksesta. Sanasto ry:n lakimies Pihlajaniemi (2014) vastasi meille, että lähtökohtaisesti toisen teoksen käyttäminen omassa julkaisussaan on teoksen tekijän yksinoikeuden piirissä, eli tekijän tai tämän oikeudenhaltijoiden lupa käyttöön vaaditaan. Sanasto voi myöntää teoksen käyttö lupia tällaiseen käyttöön edustamiensa oikeudenhaltijoiden puolesta. Valitettavasti Sanasto ry ei edusta toistaiseksi Nuutisen oikeudenomistajia, joten heihin tulisi olla suoraan yhteydessä, mikäli käyttöön vaaditaan lupa. Tekijänoikeus on Nuutisen osalta voimassa vielä 5 vuotta.

Toisen teoksia voidaan käyttää omassa julkaisussa ilman tekijän lupaa, mikäli esimerkiksi tekijänoikeuslain siteeraamista koskevat edellytykset täyttyvät. Edellytysten tulee täytyä koko sitaatin matkalta ja sitaatin tulee olla kokonaisuudessaan tarpeellinen oman tekstin kannalta. Sitaattioikeuden arviointi tulee tehdä aina tapauskohtaisesti. Mitä kiinteämpi yhteys sitaatilla on omaan tekstiin ja mitä kiinteämmin se omassa tekstissä nivotaan osaksi omaa kertontaa, sitä todennäköisemmin edellytykset täyttyvät. Mikäli tekstilainan tarkoitus on ainoastaan tuoda omalle kirjoitukselle lisäarvoa, on käyttö tavallisesti luvanvaraista. (Pihlajaniemi 2014.)

Tarinoiden julkaisuun olemme saaneet luvan Jari Rossilta. Samuli Paulaharjun tarinoiden tekijänoikeus on rauennut, kun tekijän kuolemasta on kulunut yli seitsemäkymmentä vuotta. Paulaharju on kuollut vuonna 1944. Ilmari Manninen on kuollut 1935, jolloin seitsemänkymmenen vuoden raja myös ylittyy. Muiden tekijöiden tarinoihin, joita matkailuyhdistys aikoo julkaista, on kysyttävä julkaisulupa.

5 TARINOIDEN HYÖDYNTÄMINEN MATKAILUPALVELUISSA

Tarinat ovat luonteva osa palveluita. Matkailijat eivät maksa pelkästään esimerkiksi hiihtämisestä tai kalastamista, vaan on osattava tehdä siitä ohjelmapalvelupaketti, jossa asiakas saa osallistua johonkin miellyttävään tekemiseen ryhmässä ja voi samalla kuulla tarinoita paikallisesta kulttuurista, ihmisistä ja tapahtumista. Ohjelmapalveluiden tuottajat Muonion seudulla eivät osaa vielä hinnoitella tarinaa palvelun mukana. Rossin mukaan tarinoita osataan nykyään jo kysyä ja silloin ne tulisi pystyä myös hinnoittelemaan palveluissa. Rossi itse on tuotteistanut palveluitaan niin, että hän on hinnoitellut tuotteensa tarinan kanssa. Hänelle tarinat ovat olleet aina jollain tavalla osana ohjelmapalveluja, mutta hän ei kuitenkaan osaa vastata kuinka paljon pelkät tarinat maksavat. Tarinoiden kertominen tapahtuu muun toiminnan ohessa, jolloin itse kertomiseen käytetty aika voi olla laskettu jo mukaan muuhun hintaan. (Rossi 2014.)

Muonion seudulla ei ole muita vastaavanlaisia matkailuyrityksiä, jotka ovat tuotteistaneet tarinat mukaan palveluihin. Tarinoita kerrotaan ja yrityksissä on henkilöitä, jotka taitavat tarinankerronnan. Rossin (2014) mielestä jokainen ihminen on tarinankertoja, on vain osattava ottaa hyöty tästä taidosta. Kaikista tarinankertojista ei kuitenkaan tule sellaisia esiintyviä taiteilijoita, jotka voisivat myydä tuotteitaan tarinan kera. Palveluja tulisi tuotteistaa ja markkinoida niin, että asiakkaat tietävät tarinan kuuluvan tuotteeseen osana ohjelmaa. Tällä hetkellä paikalliset yritykset markkinoivat aktiviteettejä, mutta missään ei mainita, että tuote on esimerkiksi tarinallinen lumikenkäretki Pallakselle. Rossi (2014) arvioi, että tuotteista saataisiin paljon myyvämpiä, jos markkinoinnissa tuotaisiin esille, että palveluun kuuluu tarinankerrontaa. Esitteen ja nettisivujen lisäksi tarinat voisivat elää myös yrityksen tuotteissa. Esimerkiksi Skotlannin äijän tarinasta voidaan tehdä myytävä tuote nimeltään Skotlannin äijän melontaretki Pallaslompolossa. Kaikkia näitä tarinoita voidaan hyödyntää matkailun ohjelmapalveluissa sekä tapahtumissa rakentamalla tarinan ympärille tuote.

Yhtenä tavoitteena työssämme oli tutkia onko vastaavanlaisia tarinapankkeja käytössä muualla. Emme löytäneet aivan vastaavia matkailuun liittyviä tarinapankkeja, jotka olisi koottu koskemaan matkailullisesti merkittävää aluet-

ta. Useilla Lapin matkailusivustoilla kerrottiin alueen historiasta ja henkilöhistoriasta, mutta varsinaisia tarinakokoelmia matkailukäyttöön emme löytäneet.

6 POHDINTA

Aloitimme tämän opinnäytetyön valmistelun jo joulukuussa 2013. Tutustuimme aikaisempiin opinnäytetöihin ja etsimme sopivia lähteitä työllemme. Rajauksen tekeminen oli hieman haastava tehtävä, mutta saimme rajattua työme sopivan laajuiseksi. Työmme eteni suunnitellussa aikataulussa. Saavutimme tavoitteemme ja saimme kerättyä paljon mielenkiintoisia tarinoita tarinapankkiimme.

Mielestämme tarinoiden hyödyntämistä paikallisissa matkailuyrityksissä tulisi kehittää edelleen. Tarinat voivat olla loputon lähde ja apu yrityksille, kun yritykset huomaavat käyttää niitä. Aitoja tarinoita on olemassa, mutta niiden käyttämistä omassa yrityksessä kannattaa hyödyntää. Oma henkilökunta on avainasemassa työstäessään tarinoita yrityksen käyttöön. Henkilökuntaa voidaan kouluttaa käyttämään tarinoita työssään ja palvelutuotteita pitäisi tuotteistaa niin, että tarinallisuus on niissä yhtenä osa-alueena. Tarinat syventävät elämyksien kokemista, mikä tarkoittaa sitä, että elämyksiä kokeneet matkailijat kertovat niistä eteenpäin, mikä puolestaan on markkinointia parhaimmillaan. He saattavat myös jakaa tarinoita sosiaalisessa mediassa. Lisäksi, mitä syvempi on elämyksen kokemusta, sitä varmemmin asiakkaat myös ostavat elämyksiin liittyviä myynnissä olevia tuotteita. Vahva tarinoiden liittäminen ohjelmalveluihin antaa matkailuyritykselle mahdollisuuden parantaa liiketoimintaansa.

Haastattelussa tuli ilmi, ettei tarinoiden tuotteistamista ei ole vielä osattu käyttää hyväksi matkailussa kovinkaan laajasti. Hinnoittelu on toinen epäkohta, minkä huomasimme työn edetessä. Tarinoiden hintaa on vaikea sinänsä antaa, ellei sitä liitä johonkin ohjelmaan, johon se sisältyy. Yritysten pitäisi parantaa tuotteistusta edelleen.

Tarinoiden omistussuhde on hiukan hankala yhtälö. Tarinat eivät ole aineellisia, käsin kosketeltavaa tai maisteltavia. Tarinoille on hankala löytää omistussuhdetta tai tehdä niistä tavaramerkkiä. Emme löytäneet mitään selvää sääntöä tarinoiden omistussuhteeseen. Tekijänoikeudet suojaavat kirjoitettua materiaalia, mutta puhutun tarinan omistussuhdetta ei voi määritellä. Oleellista ei ole se kuka tarinan omistaa. Oleellista on se, että kertoo kuulijoille keneltä tarinan on kuullut tai missä sen on kokenut.

Opimme että, tarina ei välttämättä ole vain tekstiä tai suullista tarinankerrontaa. Hyviin tarinoihin liittyy usein draamaa. Draamalla tarkoitamme toimintaa, jotka asiakkaat kokevat tarinankerronnan yhteydessä. Tarinallistamisessa kannattaa hyödyntää kaikkia aisteja, tunnelmaa, maisemaa, tuoksuja, maku- jen lisäksi myös paikallista historiaa ja kulttuuria. Elämys on kaikkein vahvin silloin, kun asiakas kokee sen kaikin aistein. Opimme soveltamaa teoriaa käytännössä ja tuntemaan Muonion alueen historiaa ja sen merkitystä matkailulle. Työskentelimme itsenäisesti ja vastuullisesti, mutta vuorovaikutuksellisesti työn edetessä. Asiantuntemuksemme kasvoi aihealueesta ja uskallamme toimia oppaina ja pystymme kertomaan alueesta vielä syvemmin kuin aikaisemmin.

Tarinoilla on matkailullisesti merkitystä niin paikallisille asukkaille kuin vierailville ihmisille. Parhaillaan tarinat antavat elämyksiä matkailijoille. Tuotteet on hyvä rakentaa aidoista tarinoista palvelukokonaisuuksiksi. Matkailuyritysten on syytä käyttää paikallishistoriaa ja kulttuuria hyväkseen ohjelmapalveluja tuottaessaan. Nähtävyyksiä ja erilaisia paikkoja on olemassa luontaisesti tai niitä on rakennettu palvelemaan matkailijoita. Paikkoihin liittyvät tarinat auttavat ihmisiä muistamaan koetun tapahtuman, kokemaan elämyksen ja ymmärtämään paremmin paikallishistoriaa sekä kulttuuria. Kaikki nämä osat voidaan tarinan avulla yhdistää kulutusta kestäväksi kokemukseksi eli myytäväksi tuotteeksi.

Perustyö tarinapankille on saatu aikaiseksi ja nyt matkailuyhdistys voisi jatkaa tarinoiden keräämistä esimerkiksi mahdollisen tulevan kehittämishankkeen rahoituksella. Mielestämme myös matkailuyhdistyksen jäsenyritykset voisivat kerätä ja antaa tarinat matkailuyhdistyksen käyttöön. Näin yritykset saisivat tarinat jaettavaksi myös matkailuyhdistyksen sivustolle. Tarinoita voitaisiin julkaista myös sosiaalisessa mediassa, kuten Facebook, Twitter ja Blogina. Tarinapankin tarinoita tullaan myös hyödyntämään Ammattiopisto Lappian eräopaskoulutuksessa ja mahdollisesti myös muussa koulutuksessa.

Kaikki tarinat päättyvät joskus ja meidän osalta tarinapankki tulee päätökseen, mutta toivomme, että tarinapankki jatkaisi kasvamistaan mielenkiintoisilla tarinoilla Muoniosta.

LÄHTEET

- Acerbi, G. 1953. Matka halki Suomen v.1799. Helsinki: WSOY.
- Harvilahti, L. – Apo, S. 1998. Perinteen tutkimuksen terminologia. Helsingin yliopisto. Osoitteessa <http://www.helsinki.fi/folkloristiikka/opiskelu/terminologia.htm>. 29.4.2014.
- Hiilivirta, K. 2013. Ludvig Filipin jalanjäljillä Muoniossa-seminaari. Osoitteessa <http://www.hiilivirta.fi/suku/ludvig-filipin-jalanjaljilla>. 10.3.2014.
- Hirsjärvi, S. – Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu, Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki. Gaudeamus.
- 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, S. – Remes, P. – Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Jensen, R. 2014. Storytelling in management, marketing and advertising. Osoitteessa <http://www.tetras-consult.gr/en/resources/Resources/Knowledge,%20Narratives%20%26%20Storytelling/Storytelling%20in%20mngt,%20mrkt,%20advrt.pdf>. 10.1.2014.
- Juusti, M. 2012. Tarusta todeksi; tarinat palveluiden markkinoinnissa, tuottamisessa ja kehittämisessä, esimerkki Majatalo Onnela. Opin näytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu Espoo: Hotelli - ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma.
- Kananen, J. 2008. Kvali–Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kangosjärvi, E. 2014. Muonion kunnan kirjastonjohtajan haastattelu 14.3.2014.
- Karjaluoto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin. Jyväskylä: Docendo.
- Kopiosto Tekijänoikeusjärjestö 2013. Osoitteessa http://www.kopiosto.fi/kopiosto/tietoa_tekijanoikeudesta/tekijanoikeuden_perusteet/fi_FI/suojan_syntyminen/. 15.5.2014.
- Kurki, K. 2013. Muonion lukion rehtorin haastattelu 10.12.2013.
- Kuure, R. 2014. Väsymättömät vaeltajat. Tunturimatkailua. Osoitteessa <http://lapinkavijat.rovaniemi.fi/vaeltaja/vaeltaja.html>.
- Käyhkö, P. 2009. Matkailupalvelutuottajan perustutkinto. 26.1.2009.

- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus LEO 2009. Elämys. Osoitteessa <http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166> . 21.1.2014
- Lapinkävijät 2014. Giuseppe Acerbin matka Lapissa v.1799. Osoitteessa <http://lapinkavijat.rovaniemi.fi/acerbi/index.html>. 3.3.2014
- Lapin tarinamestarit 2012. Osoitteessa <http://www.lapintarinamestarit.com/p/koulutuskumppanit.html>. 15.4.2014.
- Lavia, A-R. 2009. Lappi–Elämystuottajan aarreaitta – Teoksessa Elämystuottajan käsikirja (toim. S. Tarssanen), 37–40. Rovaniemi: LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.
- Liljeroos, H. 2013. Internet-markkinoinnin ABC: Mitä on internetmarkkinointi? Osoitteessa <http://www.digivallankumous.fi/internet-markkinoinnin-abc-mita-on-internet-markkinointi/>. 21.1.2014.
- LUC Matkailu 2013. Matkailulla maakunta menestyy. Osoitteessa <http://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=1cbe71fc-3d25-426e-879e-d163d4ff6bad> Rovaniemi: Lapin yliopisto. 3.3.2014.
- Menetelmäblogi 2014. Tarinallisuus. Osoitteessa: <http://kpamk.wordpress.com/testi-1/tarinallisuus/>. 10.1.2014.
- Nuutinen, A. A. 1933 Lapin lumoissa. Helsinki: WSOY
- Pihlajaniemi, J. 2014. Sanasto ry:n lakimies. Sähköposti 8.5.2014.
- Pine, J. 2004. What consumers want. Videoluento. Osoitteessa http://www.ted.com/talks/joseph_pine_on_what_consumers_want.html. 3.3.2014
- Poikela, E. – Poikela, S. (toim.) 2012. Kohti oppivaa matkailua – Teoksessa Tarinamesta - opastaja ja matkalaisen kohtaamisen taito. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. Osoitteessa <https://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/76741/TarinaMesta.pdf?sequence=>. 27.1.2014.
- Puustinen, A. – Rouhiainen, U-L. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Rossi, J. 2014. Jerisjärven Tarinamestari ja Shamaanin haastattelu 18.3.2014.
- Sanasto 2014. Osoitteessa <http://www.sanasto.fi/faq/faq-tekijanoikeus/>. 15.5.2014.
- Tarssanen, S – Kylänen, M. 2009. Elämys – mikä se on? – Teoksessa Elämystuottajan käsikirja (toim. S. Tarssanen), 8–23. Rovaniemi: LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.
- Tuomi, J. – Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi, Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tunturi-Lappi 2014. www.tunturi-lappi.fi-sivusto. 28.4.2014.

Vilkkä, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.

Vuorela, S. 2005 Haastattelumenetelmät. Käytettävyyystutkimuksen menetelmät. Osoitteessa <http://www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/3-Vuorela.pdf>. 16.4.2014.

LIITTEET

Liite 1: Tarinapankin tarinat