

Yleisötapauhtumien elämyksellisyys

Esimerkkinä Salpausselän kisat 2010 oheistapahtumineen

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun laitos
Luonto- ja elämysmatkailu
Opinnäytetyö
Kevät 2010
Timo Vehviläinen

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

VEHVILÄINEN, TIMO:

Yleisötapahtumien elämyksellisyys
Esimerkkinä Salpausselän kisat 2010
oheistapahtumineen

Luonto- ja elämysmatkailun opinnäytetyö, 68 sivua, 3 liitesivua

Kevät 2010

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee elämyksellisyyttä yleisötapahtumissa. Aiheesta on toistaiseksi vähän tutkimustietoa, toisin kuin palvelujen ja tuotteiden elämyksellisyydestä. Aihevalinnan taustalla on myös kirjoittajan kiinnostus elämyksen muodostumiseen. Työn toimeksiantaja on kylmien tapahtumien järjestämiseen ja tuotekehitykseen erikoistunut Ice Event -hanke.

Lapin Elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämä elämyskolmio-malli on työn teoriaosuuden sekä tutkimuksen perusta. Se esittelee elämykseen vaadittavat fyysiset elementit ja kokijan prosessin. Elämystä ja sen syntyä käsitellään myös muista näkökulmista. Työ esittelee tapahtuman järjestelyprosessin keskeisimmät vaiheet sekä luo katsauksen yleisötapahtumien elämyksellisyydestä jo tehtyihin tutkimuksiin.

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin Salpausselän kisoissa sekä sen oheistapahtumissa kevättalvella 2010. Aineiston keruumenetelmiksi valittiin asiakkaille kohdennettu puolistrukturoitu haastattelu sekä osallistuva havainnointi. Tutkimuksen näkökulma on kokijan puolella, ja elämysprosessia tarkastellaan elämyksellisyyden fyysisten elementtien kautta.

Tutkimustulokset osoittavat esimerkkitapahtumien sisältäneen jollain tasolla kaikki elämyskolmion elementit, vaikkeivät järjestäjät tähän olleet tietoisesti tähänneet. Vuorovaikutteisuus on tutkimuksen perusteella tärkein osatekijä tapahtumakokijan elämyksessä. Tapahtuman kokeminen yhdessä muiden vieraiden kanssa on tärkeää. Elämystä tukevat järjestäjiltä saatu informaatio ja tapahtuman viihteellisyys. Myös tapahtuman ainutlaatuisuus ja kokeminen monin aistein ovat olennaisia elämyksellisyyden mahdollistavia elementtejä.

Avainsanat: elämys, elämyskolmio, tapahtumanjärjestäminen, tapahtuman elämyksellisyys

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism and Hospitality management

VEHVILÄINEN, TIMO : Experiential Elements in Public Events,
Lahti Ski Games 2010 and its
Side Events as example

Bachelor's Thesis in Nature and Soft Adventure Tourism, 68, pages, 3 appendices

Spring 2010

ABSTRACT

This thesis focuses on experience elements in public events. So far the topic is not extensively researched, unlike customer experiences with services and products. The author's interest in the mental experience process is also behind the topic selection. The research is made in co-operation with the Ice Event project that has specialized in organizing and developing "winter weather customer events".

The theoretical basis and the research for this thesis is based on the "Experience Triangle" developed by the Lapland Centre of Expertise for the Experience Industry. This model introduces six experience elements and the mental experience process. The generation of a mental experience is also viewed from other theoretical aspects. The thesis introduces also the most important steps in the event management process and some research cases already made on event experience.

The survey of this thesis was made in Lahti Ski Games and in its side events in spring 2010. Research material was collected by making semi structured interviews for the event guests and by observing the example events as a whole. The viewpoint of this study is that of the event guest. The experience process is examined through the physical elements of the experience.

The research results prove that the events used as an example contained all the experience elements introduced by the experience triangle, although the organisers had not specifically aimed at this fact. The research shows that interactivity is the most important element in a customer event experience. Experiencing the event with other guests is important. Information and entertainment generated by the organisers help the process. The authenticity and experiencing with all senses are other significant elements in an event experience.

Key words: experience, experience triangle, event management, event experience

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
1.1	Aiheen esittely ja tausta	1
1.2	Työn eteneminen, toteutustapa ja tavoitteet	1
1.3	Teoriapohjan esittely	2
1.4	Toimeksiantaja Ice Event -hanke	3
2	ELÄMYKS JA ELÄMYKSELLISYYS	4
2.1	Elämyksen käsite	4
2.2	Elämyksellisyys ja sen synty	7
2.3	Elämuskolmio-malli	7
	2.3.1 Fyysiset elementit	9
	2.3.2 Kokemisen tasot	10
2.4	Muita näkökulmia	12
2.5	Näkemyksiä tapahtumien elämyksellisyydestä	13
2.6	Elämyksestä muutokseen	17
3	TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	19
3.1	Lähtökohdat ja tapahtumatyypppejä	19
3.2	Järjestelyprosessin vaiheet	20
	3.2.1 Järjestelyiden hahmottelu	20
	3.2.2 Suunnitteluvaihe	21
	3.2.3 Itse tapahtuman toteutus	22
	3.2.4 Jälkivaihe	23
3.3	Kylmän tapahtuman erityispiirteitä	24
4	TUTKIMUSMENETELMÄT JA TAPAHTUMAESIMERKIT	27
4.1	Tutkimuksessa käytettävät menetelmät	27
	4.1.1 Haastattelu	27
	4.1.2 Havainnointi	29
4.2	Tapahtumaesimerkit	30
	4.2.1 Kisaviikon oheistapahtumat	30
	4.2.2 Salpausselän kisat 5.-7.3.2010	31
4.3	Tapahtumissa kerättävä tutkimusaineisto	31

5	TUTKIMUKSEN KULKU	33
5.1	Yleissilmäys tapahtumiin	33
5.2	Haastattelujen eteneminen	34
5.2.1	Haastateltavat	35
5.2.2	Haastattelurunko	36
5.3	Havainnoinnin eteneminen	37
6	TUTKIMUSTULOKSET TEEMOITTAIN	39
6.1	Yksilöllisyys	39
6.2	Aitous	41
6.3	Tarina	44
6.4	Moniaistisuus	46
6.5	Kontrasti	48
6.6	Vuorovaikutteisuus	49
6.7	Muita tuloksia	53
7	YHTEENVETO	55
7.1	Johtopäätökset	55
7.1.1	Elämyksellisyyden läsnäolo tapahtumissa	55
7.1.2	Tapahtumavieraan kokemisen tasot	57
7.2	Kohti elämyksellisempiä tapahtumia	60
7.3	Työn ja tutkimuksen arviointi	60
7.4	Jatkotutkimusmahdollisuudet	62
7.5	Lopuksi	64
	LÄHTEET	65
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

1.1 Aiheen esittely ja tausta

Tämä opinnäytetyö käsittelee yleisötapahtumien elämyksellisyyttä. Lähtökohtana työlle ovat luonto- ja elämysmatkailun opintoni sekä jo niiden alkuvaiheessa vinkinnyt kiinnostukseni elämyksen syntymisen tutkiskeluun. Olen elämyksen ohessa ollut yhtä lailla kiinnostunut tapahtuman järjestämisestä, joten aiheeni antaa hyvät mahdollisuudet molempien puolten tarkasteluun ja yhdistämiseen. Termi elämyksellisyys ja sitä avaavat ja selittävät mallit ovat tulleet työhön mukaan toimeksianton myötä.

Elämystä voisi tutkia monista näkökulmista, sillä se yhdistetään nykyään monen alan palveluihin ja tuotteisiin. Keskityn kuitenkin perusasioiden määrittelyn jälkeen lähinnä matkailun elämyksellisyyteen ja sen osatekijöihin. Työni ei siis käsittele esimerkiksi elämysmatkailua kokonaisena ilmiönä, enkä painota elämyksen hyödyntämistä erilaisessa markkinointiviestinnässä. Tutkimukseni ei ole myöskään tapahtuman tyytyväisyyskysely.

Tutkimuksessani pohdin, miten elämyksellisyys ilmenee tapahtumissa. Näkökulmani on kokijan eli asiakkaan puolella. Tutkimuksessani selvitän muun muassa, mitkä elämyksellisyyden elementeistä tukevat eniten kokonaisvaltaisen elämyksen syntymistä tapahtumassa.

1.2 Työn eteneminen, toteutustapa ja tavoitteet

Tämä työ on lähtenyt hahmottumaan syksyllä 2009. Tuolloin aihealueeksi valikoitui juuri tapahtumien elämyksellisyys. Työn teoreettinen viitekehys on kirjoitettu pääosin tammi- ja helmikuun 2010 aikana, jolloin tapahtumaesimerkeiksi varmistuivat Salpausselän kisat oheistapahtumineen. Tutkimukseni on suunniteltu helmikuun ja toteutettu maaliskuun 2010 aikana. Tutkimusaineisto kerättiin

haastatteluilla ja havainnoiden. Tarkempi kuvaus tapahtumaesimerkeistä, tutkimuksen kulusta, tuloksista sekä sen johtopäätökset ovat tämän opinnäytetyön loppupuolella.

Tavoitteenani oli löytää ja nostaa esiin parannusehdotuksia ja uusia näkökulmia. Tutkimukseni talvitapahtuma Salpausselän kisoista ja sen oheistapahtumista pyrkii tuottamaan lisätietoa myös Ice Event -hankkeelle, joka on työni toimeksiantaja. Se on erikoistunut juuri kesäkauden ulkopuolisten tapahtumien järjestämiseen ja kehitystyöhön. Niinpä elämyksellisyyden merkityksen selvittäminen (onnistuneessa) tapahtumassa palvelee toimeksiantajaa.

1.3 Teoriapohjan esittely

Keskeisin työni käsite on elämyksellisyys. Sen rinnalla kulkee myös elämys, josta elämyksellisyys-sana on johdettu. Nykyään käsitteille on useita selitysmalleja ja tutkimustietoa runsaasti. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämä elämyskolmio-malli on keskeinen elämyksellisyyden tarkastelun työkalu tässä työssä. Se esittelee elämyksellisyyden tärkeimmät fyysiset elementit sekä kokijan läpikäymät elämyksellisyyden henkiset tasot.

Tapahtumien elämyksellisyydestä ei ole vielä laajalti tietoa. Asia on alkanut herättää enemmän tutkijoiden kiinnostusta viime vuosina (mm. Morgan 2008). Tuloksia sekä aihetta käsitteleviä artikkeleita on saatavilla jatkuvasti enenevässä määrin. Monia palveluita ja myös tuotteita kaupataan nykyään elämyksellisinä, mutta tapahtumiin ajatusmalli ja tutkimus ovat vasta suuntautumassa. Tämän opinnäytetyön yhtenä tavoitteena on ottaa osaa tähän tutkimusalan suuntaukseen.

Työni luo katsauksen myös tapahtuman järjestämisessä keskeisimpiin asioihin. Aiheesta on saatavilla runsaasti kirjallisuutta sekä olemassa esimerkkejä, joita monet opinnäytetyötkin käsittelevät. Omien opintojeni suuntautumisen, kiinnostukseni ja eteenkin työn lähtökohtien vuoksi teoriapohjan pääpaino on tapahtumajärjestämisen sijaan elämyksen puolella.

1.4 Toimeksiantaja Ice Event -hanke

Ice Event on hanke, jonka tavoitteena on tutkia ja kehittää kesäkauden ulkopuolella järjestettäviä tapahtumia. Hankkeen kohdealueina ovat Lahden seutu sekä Levin alue. Hankkeen päätavoitteeksi on määritelty hyödyn saavuttaminen Suomen kylmästä matkailumaa-imagosta tapahtumamatkailun sektorille. Tähän pyritään lisäämällä tuotekehitystä sekä tutkimalla kylmien tapahtumien järjestämistä systemaattisesti ja kannattavasti. (Ice Event 2010)

Hanke on alkanut 1.5.2008 ja se päättyy 30.4.2010. Tällä välillä tuloksia on saatu muun muassa Levin vetovoimaisuudesta tapahtumakohteena sekä jään asiantuntevasta käytöstä rakennuselementtinä. Useat Lahden ammattikorkeakoulun opinnäytetyöt ovat saaneet toimeksiantonsa Ice Eventiltä, joka on tarjonnut opiskelijoille myös suunnittelua ja käytännön työtä projektiin kuuluvien pienempien osien parissa.

Ice Eventia ovat olleet rahoittamassa Lahden ammattikorkeakoulun Matkailun alan lisäksi Levin Matkailu, Lahti Travel, Teknologian ja innovaatioiden tutkimuskeskus (Tekes), Casseli Oy, Messilän maailma Oy sekä Haaga-Helia – ammattikorkeakoulun Vierumäen yksikkö. Hanke kuuluu Tekesin Vapaa-ajan palveluiden tutkimus- ja kehittämisohjelmaan. (Kääriä & Määttä 2009, 14.)

2 ELÄMYS JA ELÄMYKSELLISYYS

2.1 Elämyksen käsite

Elämys on ”voimakkaasti vaikuttava kokemus, tapahtuma tai muu sellainen, joka tekee voimakkaan vaikutuksen” (Nykysuomen sanakirja 2002). Onko asia kuitenkaan näin yksinkertainen? Edellä mainittu määritelmä pitäneekään paikkansa, mutta se ei suinkaan kerro kaikkea – pikemminkin vain hahmottelee suuntaa aihealueelle, jonne tarkoitukseni on tässä luvussa syventyä.

Elämys ja kokemus mielletään joskus synonyymeiksi, vaikka ne ovat selkeästi erotettavissa olevat kaksi asiaa. Elämys on henkilökohtainen ja pään sisällä tapahtuva asia, kun taas kokemuksella on konkreettinen ilmiasu ja se on helpommin määriteltävissä ja kuvailtavissa. Mielenkiintoista on myös huomata, että englannin kielessä sana *experience* on käytössä molemmista asioista puhuttaessa, sillä omia käännöksiä elämykselle ja kokemukselle ei ole. Tämä asettaa myös oman haasteensa aihepiirin tutkimiselle. Saksan ja ruotsin kielessä sen sijaan ero voidaan ilmaista helpommin omilla sanoilla:

- Kokemus: Erfahrung/ erfarenhet
- Elämys: Erlebnis /upplevelse.

(Tarssanen & Kylänen 2007, 102.)

Englannin kielen *experience*-sanan kääntäminen on vaikeaa. Sana voi tarkoittaa sekä 1) jokapäiväistä kokemusta, että 2) tunnepitoista ja ainutlaatuista elämystä, mutta myös 3) elämän varrella karttuvaa kokemusta, jolla ei sinänsä ole yhteyttä tunteisiin, esimerkiksi työkokemusta. Määritelmien loogisuutta hankaloittaa myös se, että elämyskin on kokemus. (Tarssanen ja Kylänen 2007,102; Aho 2001, 32.)

Elämyksen määrittäminen ja ymmärtäminen lienee kuitenkin helpointa pohtimalla sitä suomen kielen avulla ja ymmärtämällä sen syntyyn vaikuttavia tekijöitä.

Nykypäivänä voi törmätä elämykseen markkinointiviestinnässä hammastahnaa ostaessa tai parturissa käydessä. Yksittäiset perushyödykkeet ja arkipäiväiset pal-

velut myydään elämyksinä (Saarinen 2002, 5). Elämys-termin runsas käyttö ei pelkästään vie uskottavuutta siltä itseltään, mutta myös kokemus-sanalta, jota käytetään entistä harvemmin (Tarssanen & Kylänen 2007, 103).

Komppula ja Boxberg (2002, 30–31) esittelevät ajattelumallin, jossa elämykset jakautuvat fyysisiin, sosiaalisiin ja mentaalisiin elämyksiin. Ensiksi mainittuja ovat muun muassa liikunnalliset elämykset ja seikkailumatkailu sekä extreme-, että retkeilymielessä. Sosiaaliset elämykset voivat syntyä esimerkiksi matkoilla perheen ja ystävien kanssa aikaa viettäessä tai tutustuttaessa uusiin kulttuureihin. Mentaaliset elämykset muodostuvat vaikkapa teatterissa, taidemuseossa tai luostarissa hiljentyessä.

Edellä lueteltuja elämystyyppejä voi sisältyä yhteen kokonaiselämykseen. Niitä pyritään tuottamaan nykyään valmiissa, niihin tarkoitetuissa ympäristöissä kuten erilaisissa elämyspuistoissa ja -keskuksissa. (Komppula ja Boxberg 2002, 31.) Elämykset voivat esiintyä siis monilla elämän aloilla, yleensä vapaa-aikaa vietettäessä. Ne eivät välttämättä ole sidoksissa matkailuun suoranaisesti, mutta matkat, vierailut ja tapahtumat ovat hyvin usein otollisia tilaisuuksia elämyksen muodostumiselle.

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (Tarssanen & Kylänen 2005, 8) mukaan elämys on ”moniaistinen, positiivinen, yksilöllinen ja kokonaisvaltainen tunnekokemus, joka jättää muistijäljen, ja joka voi johtaa kokijan henkilökohtaiseen muutokseen ja kehittymiseen”. Tämän voi nähdä huomattavasti Nykysuomen sanakirjan määritelmää parempana. Myös Puustisen ja Rouhaisen (2007, 219) mukaan mahdollisuus muutokseen on olennaisinta elämyksessä. Tämä erottaa elämystuotteen tavanomaisista tuotteista ja palveluista. Elämys on erikoinen, ei-arkipäiväinen asia.

Amerikkalaiset elämysisiantuntijat Pine ja Gilmore (1999, 2-3) linjaavat elämyksen eroavan palveluista yhtä paljon kuin tuotteet ja palvelut toisistaan. Kehittämänsä ajatusmallinsa myötä he toivottavat kuluttajan tervetulleeksi elämystalouteen. Kyse ei ole enää vain palveluiden ja tuotteiden myynnistä, vaan

uudenlaiseen kulttuuriin siirtymisestä. Elämystalouden perusta on uudessa ja paremmassa kokemuksessa, joka asiakkaalle voidaan tarjota. Elämykset ovat sinänsä olleet olemassa jo pitkään. Nykyään niiden tuottamista voidaan myös edesauttaa, eivätkä ne liity enää pelkästään viihdeteollisuuteen. (Pine & Gilmore 1999, 2-4.)

Elämyksestä keskusteleminen ja sitä käsittelevä tutkimus ovat aktivoituneet ja nousseet aiempaa suurempaan rooliin 2000-luvun alusta lähtien vuosituhannen vaihteessa ilmestyneen Pinen ja Gilmoren ”The Experience economy” – menestysteoksen myötä. Lindroos, Nyman & Lindroos (2005, 139) totesivat jo muutama vuosi sitten, ettei elämyksestä puhuminen ole enää mikään muoti-ilmiö, mikä pätee edelleen 2010-luvulla. Muoti-ilmiön sijaan elämyksen voidaan nähdä olevan paikkansa kiinnostavana tutkimuskohteena ottanut aihe.

Borg, Kivi & Partti (2002, 30) kertovat elämyksen kaipuun ohjaavan nykyajan matkailijoita. Matkakohde tai sen palvelut eivät ole pääasia vaan välineitä kohti elämysten saavuttamista. Tällä ajatusmallilla he jatkavat Pinen ja Gilmoren (1999) linjoilla. Samankaltaisia ajatuksia voi havaita esitettävän nykyään laajalti sekä suomalaisessa että muussa alan kirjallisuudessa, joten Pinen ja Gilmoren omalla laillaan innoittama elämyskeskustelu on edelleen käynnissä.

On syytä muistaa, että elämys on aina subjektiivinen kokemus. Näin ollen sen syntymistä ei voida taata. Sama asia saattaa olla yhdelle ihmiselle upea ja mieleenpainuva elämys, mutta toiselle tylsä ja mitänsanomaton kokemus. Mahdollista on kuitenkin 1) ohjata (asiakkaan) elämyksen muodostumista ja ennen kaikkea 2) luoda riittävät puitteet elämyksen syntymiselle huomioimalla tietyt elementit. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 216; Vehrelä & Lackman 2003, 34–36; Lassila 2002, 18-19.)

2.2 Elämyksellisyys ja sen synty

Elämyksellisyys esiintyy käsitteenä jo tätä nykyä alan kirjallisuudessa sekä muun muassa tutkimusten avainsanojen joukossa. Termi tulee sanasta elämyksellinen, eli elämys-sanasta johdetusta adjektiivista. Käsiteltyäni siis jo elämystä sinänsä olen käsitellyt elämyksellisyyttä. Nykysuomen sanakirja (2002) ei määrittele elämyksellisyyttä sen tarkemmin. Elämyksellinen on sen mukaan elämykseen kuuluva, elämystä koskeva tai elämyksenä koettu.

Kun yrityksen tavoitteena on elämyksellisyyden tarjoaminen asiakkaalleen, eivät tuotteet ja palvelut ole enää pääasia. Elämys on parhaimmillaan paljon enemmän kuin tuote tai palvelu. Puustinen ja Rouhiainen (2007, 216) jatkavat Pinen ja Gilmoren (1999) viitoittamalla tiellä kertoessaan niiden olevan vain puitteita eli eräällä tavalla väliaskeleita elämyksiin. Puhuttaessa matkailutuotteesta esimerkiksi he korostavat toimijan omien tietojen ja taitojen merkitystä matkalla kohti elämyksellisyyttä. Yritysten välinen verkostoituminen on tärkeää ja hyvä keino ylläpitää avarakatseista kehitystä, jossa muilta voi ammentaa osaamista ja siten tuottaa itsekkin elämyksiä ammattitaitoisemmin.

Vehrelä ja Lackman (2003, 36) jatkavat osin samasta aiheesta toteamalla, että ammattitaitoinen palveluiden tuottaja keskittyy siihen osaan elämyksestä, mihin hän pystyy vaikuttamaan. Tämä on lähinnä palvelun laatu ja vuorovaikuttaminen ihmisten välillä. Vaikka elämystä ei voi taata, voidaan siis tehdä paljon sen edesauttamiseksi. Lähtökohtana voidaan käyttää esimerkiksi elämyskolmio-mallin esittelemiä elementtejä.

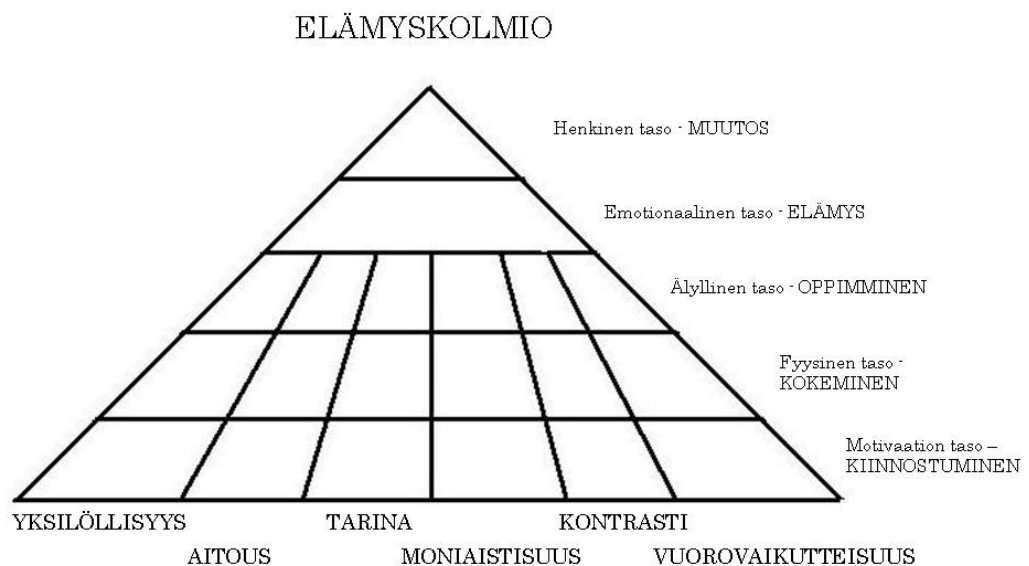
2.3 Elämyskolmio-malli

Lapin Elämysteollisuuden osaamiskeskuksen työryhmä vetäjänään elämysasian-tuntija Sanna Tarssanen on kehittänyt mallin tuotteen elämyksellisyydestä. Kyseessä on Elämyskolmio-malli (Kuvio 1), jonka peruspilareina ovat kuusi tekijää.

Niiden kaikkien tulee löytyä täydellisestä elämystuotteesta. (Tarssanen & Kylänen 2005, 8-9.)

Mallin avulla voi analysoida ja ymmärtää paitsi matkailualalta myös muilta sektoreilta tulevia elämyksellisyyteen pyrkiviä tuotteita. Tällaisia aloja ovat muun muassa viihde- ja kulttuurituotanto sekä mainonta. Elämyskolmio on osoittautunut tuotekehityksen oivaksi työkaluksi pyrittäessä parantamaan toimintaa ja kilpailuasetelmia. (Tarssanen & Kylänen 2005, 8.)

Elämyskolmiota käytettäessä on syytä nähdä sen kaksi ulottuvuutta. Vaaka-akselin tekijät eli fyysiset elementit kuvaavat tuotteen elämyksellisyyttä ja pystyakselin vaiheet asiakkaan elämyksellistä kokemista. Kun luodaan jotain, jossa kaikki kuusi elementtiä ovat läsnä, tarjotaan parhaat ja todennäköisimmät asetelmat elämyksen syntymiseen – palvelu tai tuote elämyksellistetään. (Tarssanen & Kylänen 2005, 9)



Kuvio 1. Elämyskolmio-malli. (Tarssanen & Kylänen 2007, 114).

Tarssanen ja Kylänen (2005; 2007) ovat selittäneet malliaan useissa eri julkaisuissa, joista osaa on käytetty tämän työn lähteinä. Käytän alla elämyksellisyyden

elementtien yhteydessä lähinnä tuote-sanaa kuvaamaan sitä, mistä puhutaan. Olisi toki mahdollista ajatella asiat palveluiden kautta, varsinkin matkailun näkökulmasta.

2.3.1 Fyysiset elementit

Elämuskolmion elämyksellisyyden fyysiset elementit ovat kuviossa vaaka-akselilla. Niistä ensimmäinen, yksilöllisyys, viittaa tuotteen ainutlaatuisuudesta kumpuvaan elämyksellisyyteen. Samaa tuotetta ei ole saatavissa sellaisenaan mistään muualta, ja toisaalta yksilöllisyys antaa lähes rajoittamattomat mahdollisuudet räätälöintiin eli asiakkaan tarpeiden kautta tehtävään tuotteen muokkaamiseen. Tämä voi toisaalta nostaa tuotantokustannuksia huomattavasti, mikä välittyy hintoihin. (Tarssanen & Kylänen 2005, 9.)

Aitous kertoo tuotteen uskottavuudesta. Se on parhaimmillaan jo olemassa olevaa alueen omaa kulttuuria tai perinnettä, jolloin elämyksellisyys tulee luonnostaan mukaan. Osa tuotteen aitoutta on sen kulttuuris-eettinen kestävyys, mikä tarkoittaa sitä, ettei se saa loukata esimerkiksi alkuperäisiä väestöjä. (Tarssanen & Kylänen 2005, 9-11.)

Elämyksellisyyden kolmas elementti, tarina, pohjautuu läheisesti samoihin asioihin aitouden kanssa. Tarina sitoo kaikki elementit yhteen, kun se on keksitty perustelemaan, mitä ylipäättään tehdään ja missä järjestyksessä. Tarina selittää tuotteen lähtökohtia ja tarkoitusperiä asiakkaalle ja tekee siitä tiiviin ja mukaansatempaavan. Sen tulee myös olla ajateltu loppuun asti, jotteivät asiat ole keskenään ristiriidassa. (Tarssanen & Kylänen 2005, 9-11.)

Moniaistisuus tarkoittaa nimensä mukaisesti sitä, että tuote voidaan kokea mahdollisimman monella aistilla, näkemällä, kuulemalla, koskettamalla ja niin edelleen. Aistihavaintojen tulisi olla toisiaan tukevia, mikä vahvistaa kokonaisuutta. Jo yksi häiritsevä tekijä esimerkiksi visuaalisessa ympäristössä voi pilata elämyksellisyyden. (Tarssanen & Kylänen 2005, 11; 2007, 115-116.) Ketäpä ei häiritسی

moottoritien taustahumina leirinuotiolla tai paukkupakkanen jalkapallo-ottelun katsomossa?

Kontrasti on ehkäpä yksi tärkeimmistä elämyksellisyyden osatekijöistä. Asiakkaan näkökulmasta palvelun on tarjottava kontrastia, eli eroavaisuutta arjesta ja jotain tavallisesta poikkeavaa. Uudet ja eksoottiset kokemukset jalostuvat kontrastin avulla elämyksellisiksi. On luonnollisesti ymmärrettävä asiakkaan lähtökohdat ja kulttuuri, josta hän tulee, jotta kontrastia ylipäättään voi syntyä. Muutoin tuote on liian arkipäiväinen, eikä siitä synny elämystä. (Tarssanen & Kylänen 2005, 11.)

Vuorovaikutteisuus on olennainen osa elämyksellisyyttä. On varmasti mahdollista kokea elämyksiä yksin, mutta yhteisöllisyys ja toisien ihmisten kanssa käyty kommunikaatio vahvistavat käsityksiä ja tunteita. (Tarssanen & Kylänen 2005, 11-12). Lisäksi tuotteen myyjällä tai esimerkiksi matkaoppaalla on vuorovaikutusta hyödyntämällä loistava mahdollisuus antaa lisäarvoa elämykselle tai tehdä siitä todennäköisempi (ks. luku 2.1).

Tarssanen ja Kylänen (2007, 116) ovat myös huomioineet, että liian usein yksilöllisyyttä korostetaan elämyksellisyyden synnyssä. Näin tapahtuu, vaikka todellisuudessa huomattava osa tuotteen vetovoimaisuudesta perustuu sen yhteisöllisyyteen ja sosialisointiin, jotka ovat ihmisten yleisesti arvostamia ominaisuuksia. Toisin sanoen voidaan väittää, että vuorovaikutteisuudella on yksilöllisyyttä suurempi rooli elämysten synnyssä. Toki elämys muodostuu jokaisen pään sisällä omalla tavallaan, mutta seuran tai oppaan merkitys on erittäin suuri.

2.3.2 Kokemisen tasot

Elämyskolmio määrittelee myös asiakkaan kokemustasot. Ne ovat kuviossa pystyakselilla. Kolmen ensimmäisen tason pääpiirteiden esittelyn jälkeen annan yleisötapahtuman avulla esimerkkejä siitä, miten elämyksen elementit voivat näkyä kokemusten tasoilla. On syytä huomata, että kokemisen subjektiivisuudesta johtuen

tasot voivat tapauskohtaisesti ilmetä osin päällekkäin. Kiehtovaa on pohtia, vaatiiko elämyksen saavuttaminen aina kaikkien tasojen läpikäyntiä.

Ensimmäinen on motivaation taso, joka on hyvin oleellinen kiinnostuksen herättämisen kannalta. Tuotteen oikeanlainen markkinointi on tärkeää, jolloin myös asiakkaan odotukset muodostuvat, ja prosessi kohti elämystä alkaa. Motivaation tasolla on hyvin tärkeää, että mainitut elämyksellisyyden kuusi fyysistä elementtiä eli ”elämyskriteerit” täytyisivät. (Tarssanen & Kylänen 2007, 117.) Jännittävältä vaikuttava yleisötapahtuma luo kontrastia asiakkaan arkeen, jolloin motivaatio herää. Toisaalta esimerkiksi vuorovaikutteisuuden elementti samassa tapauksessa toimii, kun myynti ja markkinointi herättävät kiinnostuksen.

Fyysinen taso seuraa prosessissa toisena. Tuote tai palvelu koetaan, aistitaan tai käydään läpi. Mieleen tulevat jo ensimmäiset mielipiteet ja tuntemukset, jotka vaikuttavat kokemukseen. Laatu ja tuotteen toimivuus punnitaan tässä vaiheessa. (Tarssanen & Kylänen 2007, 117.) Käytettäessä edelleen tapahtumaa esimerkkinä on tärkeää, ettei mikään siellä havaittu ärsytystä kokijaa. Tällöin moniaistisuus tukee elämystä. Tapahtuman puitteiden ainutlaatuisuus tuo yksilöllisen vaikutelman. Fyysisellä tasolla kyseessä on vielä kokemus, joka ei ole ehtinyt muodostaa sen syvällisempiä ajatuksia, eikä varsinkaan jalostua elämykseksi.

Älyllinen taso saavutetaan fyysisen jälkeen. Kokija prosessoi ympärillä tapahtuvaa toimintaa tai sitä, mitä tuote todellisuudessa on. Päätös tyytyväisyydestä tai pettymyksestä syntyy, ja tässä vaiheessa saattaa oppimista tapahtua, etenkin jos jokin siihen innostaa. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118.) Älyllisellä tasolla tarinan elementti onnistuessaan nitoo kokijan mielessä yleisötapahtuman taustoja ja toteutustapaa yhteen. Aitous syntyy tapahtuman ollessa kulttuurisesti kestävä eli esimerkiksi kunnioittamalla edellisten vuosien perinteitä ja luomalla pohjaa niihin.

Elämys koetaan emotionaalisella tasolla. Kun elämyksellisyyden peruselementit ovat kunnossa ja fyysinen sekä älyllinen taso toimivat, syntyy onnistumisen, ilon, oppimisen voitonriemun tai jopa liikituksen tunteita. Tällöin yksilön kokemus on merkityksellinen elämys! Korkeimmalla, henkisellä tasolla tapahtuvat kokijan

elämässä mahdollisesti seuraavat pysyvät muutokset. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118.) Elämästä mahdollisesti seuraavaa muutoksen tasoa käsittelen työn alaluvussa 2.6.

2.4 Muita näkökulmia

Edellä esiteltyjen osatekijöiden lisäksi elämyksellisyyden voidaan tietysti nähdä rakentuvan muutenkin. Elämyskolmio-malli on Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehitystyön tuloksena syntynyt ajattelutapa. Vähintäänkin hie- man eroavan näkemyksen esittää Saarinen (2002, 5). Hänen mukaansa tarinan ja ihmisen elämään liittyvä osuus elämyksellisyydessä eivät ole tulevaisuudessa tärkeintä. Niiden sijaan pikemminkin tilannesidonnaisuus, vauhti ja vaihtelun tarve liittyvät elämykseen.

Ahon (2001, 43-47) useamman vuoden takaisen näkemyksen mukaan matkailuelämys on 7-vaiheinen prosessi. Siihen kuuluvat kiinnostuksen herääminen, kohteeseen lisää orientoituminen, itse vierailu, arviointi, muistojen varastointi, muistelu sekä kohteesta muille kertominen. Malli kuvaa toki vain matkailuelämystä eikä elämyksellisyyden vaiheita yleisesti, mutta siinä on yhtäläisyyksiä elämyskolmioon. Molemmissa kiinnostuksen, kulutuksen ja elämyksen vaihe ovat esillä. Ahon malli tosin ei keskity mahdolliseen kokijassa tapahtuvaan muutokseen.

Lindroos ym. (2005, 139) esittävät, että ihmisten nykyinen moderni elämäntapa ja ympäristö aiheuttavat suoranaista elämyksellisyyden kaipuuta, joka voidaan nähdä suoranaaisena puutostilana. Puustinen ja Rouhiainen (2007, 215) linjaavat jopa, että nykyiset kuluttajat ovat kokeneet kaiken ja hakevat elämyksiä kaikesta, he mitä vapaa-aikanaan tekevät. Onko kuitenkin kaiken oltava elämyksellistä? Eikö kontrasti arkeen ole jo riittävää? Elämykseen liittyvässä kirjallisuudessa esiintyy paikka paikoin näkemys, jonka mukaan maailmassa kaikki on jo koettu, minkä vuoksi yhä uusia asioita tulee elämyksellistää. Onko tämä kuitenkin tarpeellista?

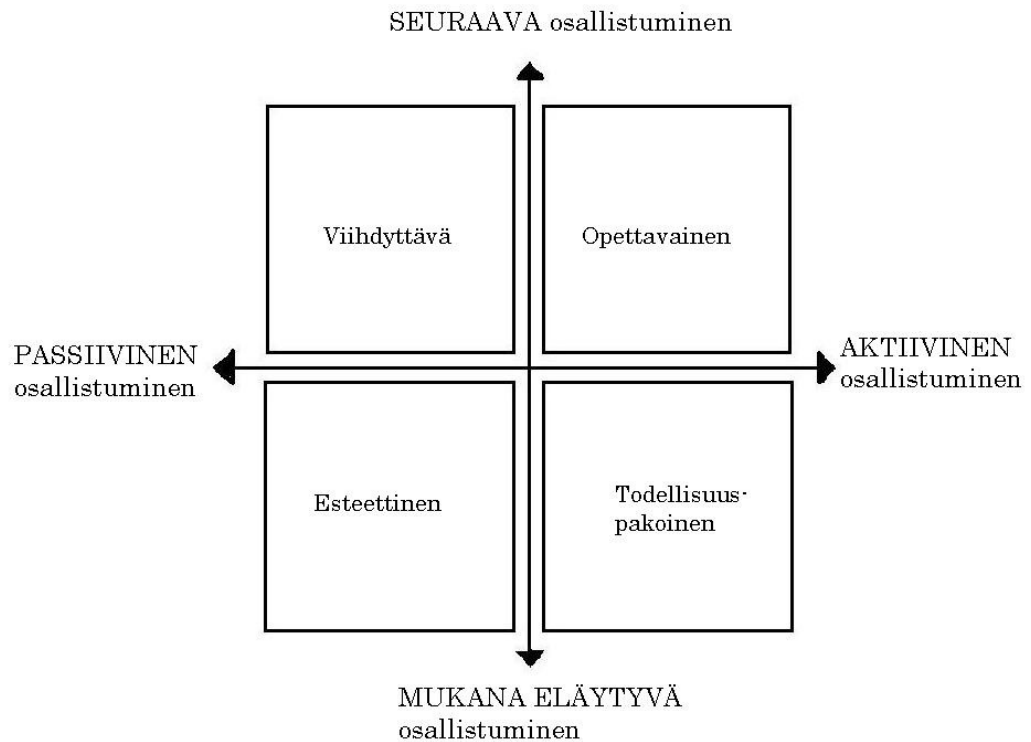
Elämyksellisyyden ei ole pakko olla räjähtävää. Usein riittäisi pelkkä hyvä mieli paljon paremmin. Tavallisten, arkipäiväisten tuotteiden myynnissä hyödynnetään nykyään juuri tätä markkinointitapaa, jolloin elämyksellisyys-sana ymmärretään usein väärin. Elämyksissä ei siis ole aina kyse benji-hypyistä vaan tavallisesta arjesta. (Ala-Ilomäki 2009, 46.) Vai onko toisaalta niin, että elämyksellisyys-sanaa käytetään väärin? Minkälaisia palveluita tai tuotteita on syytä ylipäättään markkinoida elämyksellisinä? Pohdin tutkimuksessani, onko kaiken oltava elämyksellistä.

2.5 Näkemyksiä tapahtumien elämyksellisyydestä

Yleisötapahtumissa kartoitetaan usein kävijöiden mielipiteitä heidän yleisestä tyytyväisyydestään ja syistä tapahtumaan tuloon (Morgan 2009, 83). Olennaista on kuitenkin kysyä jatkokysymys: ”Miksi?” Vieras voi valita asteikoista sopivan vastauksen siihen, kuinka tyytyväinen hän oli järjestelyihin tai miten hän viihtyi, mutta vastaukset eivät syvennä asiaa sen enempää. Kun kysytään miksi ja haetaan vastauksia hieman pelkkää tyytyväisyyttä syvemmmältä, uppoudutaan elämyksellisyyteen. Yleisötapahtumien elämyksellisiä elementtejä voi tarkastella yhtä lailla, kuten tuotteiden tai palveluiden. Elämyskolmio-malli on myös tapahtumiin erinomainen väline, sillä elämyksellisyyden fyysisiä elementtejä on erotettavissa myös tapahtumista, samoin kuin kävijöiden kokemusten tasoja. Tutkimukseni perustuu juuri elementtien olemassaoloon ja toimivuuteen ja niistä muodostuvaan kokonaisuuteen.

Pine ja Gilmore (1999, 30) esittelevät elämykseen liittyvän mallin, joka soveltuu hyvin myös tapahtuman elämyksellisyyteen. Oheinen malli (Kuvio 2) on osaltaan toiminut pohjana viime vuosien elämystarkastelulle kokonaisuudessaan. Se esittelee neljä elämystyyppiä sen mukaan, kuinka aktiivisesti henkilö osallistuu elämyksen muodostumiseen sekä kuinka tiiviisti asiakas on yhteydessä tapahtumaan ja ympäristöön. (Pine & Gilmore 1999, 29-31.) Esitän mallin työssäni tässä yhteydessä, sillä se on hyvä keino kuvaamaan asiakkaan kokemusta myös (elämykselli-

sissä) yleisötapahtumissa.



Kuvio 2. "Neljän E:n malli" (mukaiillen Pine ja Gilmore 1999, 30)

Vaaka-akseli kuvaa kokijan oman aktiivisuuden tasoa. Toisessa ääripäässä ollaan passiivisia tarkkailijoita, kun taas aktiivisessa roolissa vaikutetaan itse tapahtumien kulkuun tai ollaan jopa itse tuottamassa elämystä. Pystyakseli havainnollistaa asiakkaan yhteyden ympäristöön, joka yhdistää hänet tuotteeseen. Yhtäältä on kyse ulkoisten asioiden "itseensä imemisestä" ja toisaalta toisessa ääripäässä asioiden uppoutumisesta. (Pine & Gilmore 1999,30-31; Komppula & Boxberg 2002, 28-29.)

Nelikenttä hahmottelee kokemisen erilaiset tasot. Ne ovat viihteellisyys (*entertainment*), opettavaisuus (*education*), esteettisyys (*esthetic*) sekä todellisuuspakaisuus (*escapist*), eli "neljä E:tä". Todellinen ja aito elämys sisältää aineksia kaikista tasoista, mutta yleensä toiminta on luokiteltavissa selvästi yhteen näistä. (Pine & Gilmore 1999, 31-35.)

Messut ja markkinointitilaisuudet edustavat tilaisuuksia, jotka kuuluvat opettavaisen elämyksellisyyden piiriin. Ihminen oppii keskustellessaan uusien ja vanhojen tuttavuuksien kanssa ja samalla imee itseensä uutta ja kokee elämyksiä. Viihteelliset elämykset ovat yleisiä, ja niitä voi kokea esimerkiksi konserteissa tai muissa kulttuuritapahtumissa. Tällöin kokijan rooli on passiivinen, mutta samalla hän on vastaanottavainen. (Berridge 2007, 137; Pine & Gilmore 1999, 32.)

Esteettisessä kokemuksessa ympäristön aistiminen on olennaista ilman, että toimintaan itse osallistutaan. Luonnollisissa ja komeissa ympäristöissä pidettävät urheilukilpailut, kuten laskettelukisat Alppien jylhissä maisemissa, ovat tällaisia elämyksiä. Todellisuuspakoiset kokemukset saavat uppoutumaan toimintaan aktiivisesti, esimerkiksi paint ball -sotimisen merkeissä. (Pine & Gilmore 1999, 33-36; Berridge 2007, 142-143.)

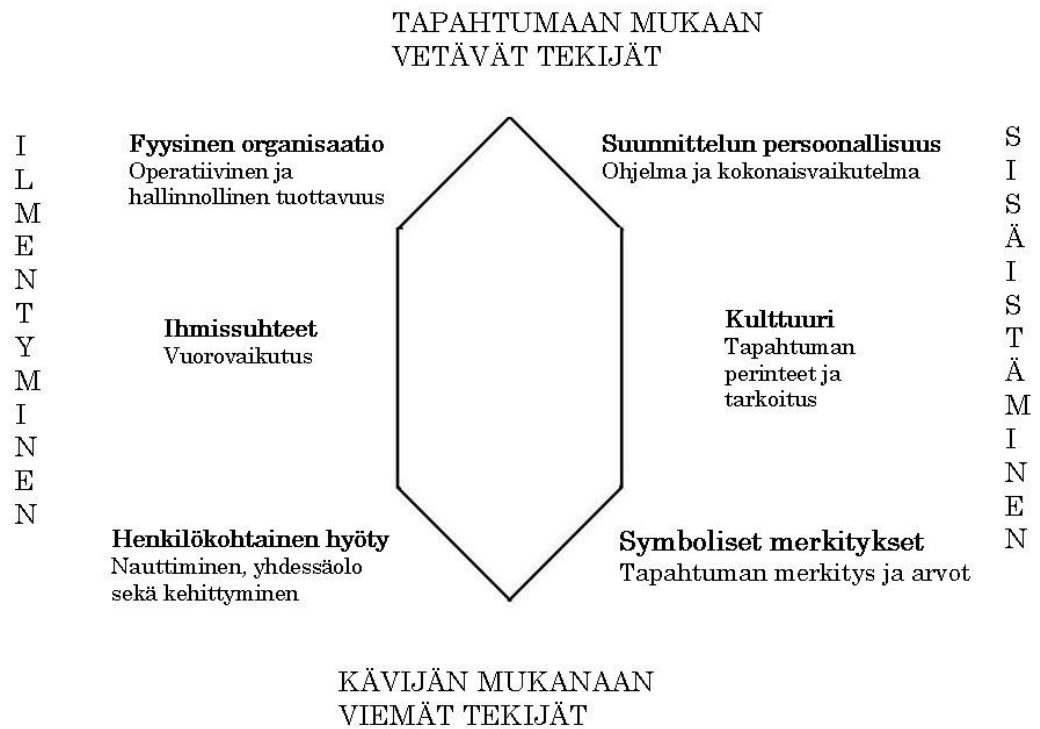
Tapahtuman luonteesta riippumatta asiakas on aina vuorovaikutuksessa myös järjestäjien kanssa. Lisäksi muiden asiakkaiden käytös ja toiminta vaikuttavat siihen, tuntuuko tapahtuma onnistuneelta. Yleensä asiakkaan oma kokemus ratkaisee, tullaanko myös seuraavan vuoden tapahtumaan. Myös tapahtuma on palvelutuote, monista tekijöistä koostuva kokonaisuus. Sitä voidaan kehittää ja hallita, kuten muitakin tuotteita. Tapahtuman elämyksellisyyden lisääminen on tietyt tavoitteet tiedostavaa tuotekehitystä, jossa suunnittelun ja johtamisen merkitys korostuu. Vuorovaikutteisuuden toimivuuteen on syytä panostaa, sillä se on äärimmäisen tärkeää. Avoin mieli ja hyvä palvelu ovat yksinkertaisia keinoja tähän. (Iiskola-Kesonen 2004, 16, 20.)

Vuorovaikutuksen merkitys ei rajoitu pelkästään tyytyväisyyteen. Se on myös yksi elämyskolmion esittelemistä elämyksellisyyden fyysisistä elementeistä. Kaiken ollessa kunnossa, eli kun asiakas viihtyy ja kokee hyötyä vuorovaikutteisuudesta, ollaan matkalla kohti elämyksellisempää tapahtumaa. Tyytyväisyys johtaa elämyksiin.

Elämyksellisyys tapahtumissa perustuu niihin olettamuksiin ja odotuksiin, joita vieras itselleen etukäteen asettaa. Ennakko-odotukset ja se kokemus, jonka vieras

tapahtumassa kokee, yhdessä johtavat elämyksellisyyteen tai vastaavasti siihen, ettei se toteudu. (Getz 2007, 386.) On mielenkiintoista pohtia, mikä on ennakkoodotusten ja itse tapahtuman (hyvien) järjestelyiden suhde asiakkaan tiellä kohti elämyksiä.

Oheinen malli (Kuvio 3) esittelee vaihtoehdoisen näkemyksen tapahtuman elämyksellisyydestä. Se yhdistää sekä tapahtuman järjestäjätahon että asiakkaan näkökulmat festivaalitapahtumassa. Malli pohjautuu bränditutkija Kopflerin (1998) ideaan brändi-identiteetistä. (Morgan 2008, 81,85.)



Kuvio 3. Tapahtuman elämyksellisyys (mukaiillen Morganin (2008) *event experience prism*)

Mallin mukaan fyysinen organisaatio ja tapahtuman puitteet ovat hyvin tärkeässä asemassa. Esimerkiksi tapahtumapaikan sijainti ja kulkuyhteydet ovat tekijöitä, joiden on tuettava elämyksellisyyttä. Tapahtumasuunnittelun persoonallisuus ja sen mukanaan tuoma asiakkaille jäävä valinnan vapaus sekä hyvät puitteet luovat mahdollisuuden prosessin jatkumiseen. Tällöin tapahtuma on tunnelmallinen ja

kävijät ovat sosiaalisessa kanssakäynnissä keskenään ja ”siirtävät kulttuuria” eli keskustelevat tapahtumasta keskenään ja ovat vuorovaikutuksessa. Tämän tuloksena osallistuja kokee omien päämääriensä toteutuvan; hän nauttii ja jopa kehittyy tapahtumassa, joka luo myöhempiä symbolisia merkityksiä hänen mieleensä. (Morgan 2008, 81-85.)

Getz on tutkinut myös Cheynen kanssa (2002) tapahtuman elämyksellisyyttä. He jakavat tapahtumasta erityisen tekevät kolmeen ryhmään: ainutlaatuisuuteen, tunnelmaan sekä laatuun. Näistä tekijöistä on suoraan havaittavissa samoja tekijöitä Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmion kanssa. Ensimmäinen tekijä, ainutlaatuisuus, voi ilmetä tapahtumissa uusien ja mielenkiintoisten asioiden, erilaisten aktiviteettien tai tavallisuudesta poikkeavien palveluiden kautta. Tunnelma on toinen tapahtumasta erikoisen ja elämyksellisemmän tekevä osatekijä. Kolmannen seikan muodostavat laatutekijät. (Getz & Cheyne 2002, 148.)

Getzin ja Cheynen esittelemä ainutlaatuisuus pitää siis sisällään samoja elementtejä, jotka on elämyskolmiossa eroteltu yksilöllisyyden ja kontrastin alle. Myös tunnelmasta ja laatutekijöistä voi havaita yhtäläisyyksiä elämyskolmioon, joka luottaa tarinaan ja aitouteen oikeaa tunnelmaa haettaessa. Toisaalta kaikki elämyskolmion elementit palvelusta, tuotteesta tai tapahtumasta löytyessään johtavat laadukkaaseen lopputulokseen.

2.6 Elämyksestä muutokseen

Varsinaisen kokemisen ja elämyksen muodostumisen jälkeen elämyskolmio-mallin mukaan seuraa vielä viides, henkinen taso. Oleellista tasolla on kokijan elämässä tapahtuva muutos. Se voi ilmetä fyysisessä olotilassa, mielialassa tai elämäntilanteissa. Muutos tarkoittaa kehitystä eli eteenpäin menoa, esimerkiksi uuden kuntoiluharrastuksen tuomaa hyvää oloa tai erilaisen ajattelutavan mahdollistamaa onnea. (Tarssanen & Kylänen 2005, 13-14.)

Pinen ja Gilmoren (1999, 171) mukaan elämystaloutta seuraa muutotalous. Tähän vaiheeseen ollaan vähitellen siirtymässä, joten elämykset eivät suinkaan ole lopullinen määränpää tuotteissa tai palveluissa. Myyjistä ja palveluntarjoajista tulee oppaita, jotka vievät asiakkaan muutoksen läpi. Ammattilaisten tulee olla jatkuvasti kehittämässä toimintaansa ja pysyä muutoksessa mukana. Vain tällöin voidaan tarjota asiakkaalle parasta. (Pine & Gilmore 1999, 170-172; Lassila 2002, 17.)

On huomionarvoista, etteivät Pine ja Gilmore olleet ensimmäisiä, jotka pohtivat elämyksen merkitystä ihmisessä tapahtuvissa muutoksissa. Elämyspedagogiikan teorioiden ja käytäntöjen avulla on tavoiteltu muutosta jo useamman vuosikymmenen ajan, yleensä ryhmissä tapahtuvan kokemuksellisen oppimisen keinoin. Seikkailu- ja elämyspedagogi Kiiski (1998, 110) on todennut muutoksesta jo ennen amerikkalaistutkijoiden näkemystä, että keskustelemalla ja käymällä koettua elämystä läpi ihminen tulee osaksi sosiaalista oppimisprosessia ja muutosta.

Muutos johtaa parhaimmillaan parempaan terveyteen, hyvinvointiin, oppimiseen ja onnellisuuteen. Räätelöimällä elämystä tavoitteellisemmaksi saa aikaan muutoksia yksilössä. (Pine & Gilmore 1999, 165.) Nähtäväksi jää, voiko tämä muutotalouteen siirtyminen todella ulottua ajan myötä kaikkiin palveluihin, tuotteisiin ja jopa tapahtumiin. Jo nyt niiden näkeminen yksistään elämystalouden kautta voi olla ongelmallista tai tuntua perusteettomalta.

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

3.1 Lähtökohdat ja tapahtumatyyppejä

Suomen kielen sana tapahtuma ei tarkoita pelkästään yhtä asiaa. Sillä tarkoitetaan yleensä jotain tapahtunutta asiaa. Esimerkiksi syntymästä puhutaan iloisena perhetapahtumana. Nykysuomen sanakirjan (2002) mukaan tapahtuma on ”havaittavana riippumattomien tekijöiden aiheuttama tapahtuma tai tapahtunut, oman, kestoltaan rajallisen, yleensä lyhyehkön kokonaisuuden muodostama, prosessi tai toiminta”. Tässä työssä sanalla tapahtuma tarkoitetaan erikseen järjestettyä, vierailulle tai yleisölle tarkoitettua tapahtumaa tai tilaisuutta.

Yleisötapahtuman järjestämisessä on aluksi olennaisinta pohtia, miksi jotain tulisi järjestää. Minkä vuoksi jokin asia on riittävän tärkeä ja kiinnostava? Toiseksi merkitsee, kenelle järjestetään. Kohderyhmän on oltava olemassa, jotta kiinnostusta voidaan saavuttaa. Kolmas peruskysymys kuuluu, mitä järjestetään. Mikä siis on se sisältö, jota tapahtumassa on? Onko kyseessä asia-, viihde- vai yhdistelmä-tapahtuma? Vallo ja Häyrinen (2008, 93–94) kertovat näiden kolmen peruskysymyksen olevan lähtökohtina onnistuneelle tapahtumalle. Yhdessä ne muodostavat sen idean, jolle tapahtuma perustuu.

Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen (2002, 35) esittelevät seitsemän asiaa, joista järjestämisen tulisi lähteä liikkeelle. Tavoite, tuote, tapa toimia, ajankohta, paikka, asiakas ja imago ovat heidän mukaansa ne elementit, jotka onnistuneessa tapahtumassa tulee olla. Tämän lisäksi näiden elementtien tulee olla keskenään tasapainossa. Tämän näkemyksen mukaan tapahtuman idea on jo selvästi pitemmälle viety kuin edellä esitetyn.

Samankaltaisten peruskysymysten äärellä tapahtuman järjestämisessä ollaan myös Iiskola-Kesosen (2004, 9) mukaan. Hän lisää olennaiseksi alusta asti mietittäväksi näkökulmaksi sen, onko tarkoituksena tehdä uudelleen toistuva tapahtuma. Van der Wagenin (2001, 112-116) mukaan kaikki lähtee liikkeelle tapahtuman tarkoi-

tuksen havaitsemisesta. Sitä seuraa vaihe, jossa tavoitteet määritetään tarkoin, minkä jälkeen päämäärä on selvä ja tapahtuman suunnittelu ja järjestelyprosessi voi alkaa helposti ja johdonmukaisesti. Suunnittelun on oltava joustavaa, sillä alan dynaamisuuden myötä muutoksia tulee varmasti.

Karkea tapa jakaa tapahtumat tyypeittäin on luokitella ne asia-, viihde- ja yhdistelmä tapahtumiin (Vallo & Häyrinen 2008, 57). Luokittelua voidaan tehdä myös esimerkiksi kokoluokan, teeman tai kohderyhmän mukaan (Kääriä & Määttä 2009, 16). Kauhanen ym. (2002, 18) esittelevät jaottelun, johon kuuluvat kotiseutujuhlat, musiikkijuhlat, vuodenaikaan liittyvät tapahtumat, markkinat, uskonnolliset juhlat, teatteritapahtumat, yhteiskunnallisesti sävyttyneet tapahtumat, kuvataidetaapahtumat sekä muut tapahtumat. Van der Wagenin (2001, 7-10) näkemyksen mukaan tyypejä ovat urheilu-, promootio-, kokous-, perhe-, varainkeruu-, festivaalitapahtumat sekä yhtenä kokonaisuutena viihde-, taide- ja kulttuuritapahtumat. Jokainen yleisötapahtumia luokitteleva teos esittelee edellisestä poikkeavan tavan, joten nämä näkemykset ovat vain yksi monien joukossa.

3.2 Järjestelyprosessin vaiheet

Myös toimintatapoja yleisötapahtuman järjestämiseksi on useita, ehkä jopa yhtä paljon kuin projektinjakin. Seuraavassa esittelen tärkeimpiä ja loogisimpia prosessin vaiheita, jotka on läpikäytävä onnistunutta tapahtumaa suunniteltaessa. Pääpaino on prosessin johdonmukaisuudessa, eikä tarkoituksella tässä yhteydessä syvenny tapahtuman järjestämisen taloudellisiin seikkoihin.

3.2.1 Järjestelyiden hahmottelu

Kuten minkä tahansa projektin, voi tapahtumanjärjestämisen aloittaa SWOT-analyysin laatimisella. Malli listaa järjestelyiden omat vahvuudet ja heikkoudet, sekä ne mahdollisuudet ja uhat, joita ulkopuolelta tulee. Tässä vaiheessa järjestäminen

ei ole lainkaan varmaa, joten SWOT-analyysi voi parhaassa tapauksessa ilmaista, onko prosessin jatkaminen ylipäättään mahdollista. (Kauhanen ym. 2008, 27; Van der Wagen 2001, 38-39.)

Esisuunnitteluvaiheessa lähdetään hakemaan tapahtumalle myös tulevia yhteistyökumppaneita ja rahoittajia. Jotta voidaan saavuttaa riittävää yleisömenestystä, on syytä myös kartoittaa samalle ajankohdalle asettuvat muut tapahtumat, jotka kilpailevat samoista kävijöistä. (Kauhanen ym. 2008, 27-28.) Ennen kaikkea samankaltaisten tai -sisältöisten tapahtumien ajankohta Suomessa on hyvä tietää tarkkaan, jottei esimerkiksi samana kesäviikonloppuna järjestetä kahta jazz-tapahtumaa. Tässä vaiheessa tapahtumajärjestämistä ajankohtaan tosin voidaan vielä vaikuttaa.

3.2.2 Suunnitteluvaihe

Kun tapahtuman tarve on todettu ja sen järjestelyprosessi käynnistetty toden teolla, on projektin vastuullisen henkilön alettava koota organisaatiota, joka vastaa suunnittelusta ja toteutuksesta. On syytä löytää jokaiseen tehtävään ammattitaitoinen, oman asiansa taitava toimija, jotta asiat lähtevät heti alusta lähtien etenemään oikeaan suuntaan. Kokeneen työntekijän antama panos tässä vaiheessa on erittäin suuri etu. Alusta alkaen yksittäisten projektissa mukana olevien henkilöiden on tärkeä hahmottaa idea, jolle toiminta ja tuleva tapahtuma perustuvat, sekä tavoitteet, joita tapahtumalle on asetettu. (Kauhanen ym. 2002, 31; Vallo & Häyrynen 2008, 147–148.)

Suunnitteluvaiheessa on syytä laatia muistio, joka yksinkertaisimmillaan kertoo käytännöllisesti katsoen kaiken oleellisen tapahtumasta. Se vastaa jo aiemmin esiteltyihin peruskysymyksiin: miksi, kenelle ja mitä? Näiden kohtien lisäksi tämä eräänlaiset tapahtuman reunaehdot asettava muistio määrittelee ja suunnittelee järjestelyprosessin kulkua ja itse tapahtuman sisältöä. Se on siis väline onnistuneisiin järjestelyihin, sillä muistiota matkan varrella tutkimalla tavoitteet ja keinot niiden saavuttamiseksi on helppo kerrata. Myös järjestelyiden kustannukset on

syytä sisällyttää mukaan, koska sitä on seurattava koko prosessin ajan. (Vallo & Häyrynen 2008, 149-150; Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Tapahtumajärjestämisen syynä voivat olla imagolliset, kilpailulliset tai taloudelliset syyt. Toisaalta taas pyritään aktivoimaan tiettyä asiakasryhmää tai tietyn alueen asukkaita. Myös alueen kehittäminen ja elävöittäminen voivat olla tapahtuman taustalla. Olipa tapahtuman järjestämisessä kysymys kuinka hienosta ideasta tahansa, ovat perimmäiset syyt järjestelyille usein taloudellisessa menestymisessä. Tämän vuoksi asiaan on suunnitteluvaiheessa kiinnitettävä erityistä huomiota. Tapahtumalle asetetaan monissa tapauksissa kahdenlaisia taloudellisia tavoitteita: välittömiä ja välillisiä. Välittömät tavoitteet toteutuvat, jos järjestäjät hyötyvät suoraan tapahtumasta. Tällöin se oheistapahtumineen tuottaa sen verran, että kustannukset saadaan katettua. Esimerkkinä tällaisesta mainittakoon myyjäiset tai urheilutapahtumat oheismyynteineen. Välillistä taloudellista hyötyä tavoittelevat tapahtumat eivät itsessään yleensä tuota mitään. Niissä onkin kyse pitemmän aikavälin sijoituksesta, joka tähtää tapahtuman seuraavaan suurempaan menestykseen. Esimerkiksi yritysten järjestämät asiakastapahtumat ovat usein vain tapaa- mispaikka osapuolille, mutta niitä seuraavasta yhteistyöstä voi hyötyä huomattavasti. Välillinen hyöty voidaan mitata vasta huomattavasti itse tapahtuman jälkeen. (Kauhanen ym. 2002, 45-46; Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

3.2.3 Itse tapahtuman toteutus

Itse tapahtuma on yleensä kestoaltaan vain pieni osa tapahtumanjärjestämisestä. Valmistelut ovat saattaneet kestää kuukausia, jopa vuosia. Silti aika, jonka kävijät viettävät tapahtumassa, voi olla vain päivä tai pari. Väitetään, että itse tapahtuman alettua ei siis voi sen kulkuun suuremmin enää vaikuttaa. Tapahtuman käynnistyttyä jokaisen sitä toteuttamassa olevan on tiedettävä tarkkaan oma roolinsa ja toimittava sen mukaisesti. Toimijoiden välinen yhteistyö, hyvä ilmapiiri ja tarvittaessa valmius muutoksiin merkitsevät paljon onnistumisen kannalta. (Vallo & Häyrynen 2008, 153; Kauhanen ym. 2002, 29; Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

Suunnitelmien mukaan toiminta vie jo hyvin pitkälle, kunhan toimijoilla on myös olemassa tietty muutosvalmius ja heidän yhteistyönsä toimii. Vastaavien henkilöiden, kuten projektipäällikön, ei ole syytä ankkuroitua mihinkään tiettyyn toimeen, jotta he voivat olla ongelmatilanteissa alaistensa käytössä ja lisäämässä tapahtuman sujuvuutta. (Vallo & Häyrynen 2008, 153; Kauhanen ym. 2002, 29; Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Pitääkö siis fraasi: ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” paikkaansa? Voisi jopa väittää, että ei, sillä hyvin suunniteltuna tapahtuma on reilusti yli puolessa välissä, ehkä jopa 90 prosenttisesti ohi. Tällöin itse tapahtuma voi olla myös järjestäjille juhla, ja sujuvuudesta huolehtimisen ohessa voi myös nauttia.

Vallo ja Häyrynen (2008, 153) näkevät toteutusvaiheen sisältävän 1) rakentamisen, 2) itse tapahtuman sekä 3) purkuvaiheen. Vieraat eivät siis ole tapahtumassa läsnä koko sen toteutuksen ajan. Rakennusvaihe vie näistä kolmesta selkeästi eniten aikaa. Sen loppuun on hyvä sisällyttää jonkinasteiset kenraaliharjoitukset, joissa tapahtuman päävaiheita käydään läpi, tekniikkaa testataan ja esimerkiksi esityksiä harjoitellaan. Kuten on todettu, itse tapahtuma on usein vain kuin ohimenevä hetki, jota seuraa nopeampoinen purku. (Vallo & Häyrynen 2008, 153-154.)

Kenraaliharjoitukset yhdistetään monesti esittävää taidetta sisältäviin tapahtumiin, kuten teatteri- ja musiikkiesityksiin. Toki kaikissa tapahtumatyypeissä tarvitaan harjoitusta, kuten esimerkiksi urheilukisojen järjestämisessä. Niillä tosin edellisten vuosien kokemukset auttavat paljon suunnittelussa ja toteutuksessa. Suuren luokan kisoilla, kuten esimerkiksi Vancouverin olympialaisilla vuonna 2010, kenraaliharjoituksina toimivat aiemmalla kaudella järjestetyt eri lajien maailmancup-osakilpailut, jotka antoivat järjestäjille kokemusta organisaation, puitteiden ja monen muun asian toimivuudesta.

3.2.4 Jälkivaihe

Tapahtuman järjestelyorganisaation työ ei suinkaan pääty purkuvaiheeseen. Jälki-markkinointivaihe sisältää 1) kiitosten tai pienten muistojen lähettämisen erityisvieraille, muille osallistujille tai järjestäjille, 2) palautteen keräämisen omalta or-

ganisaatiolta ja vierailta, 3) yhteenvedon tapahtumasta sekä 4) mahdolliset yhteydenotot tapahtumassa luotuihin kontakteihin. (Vallo & Häyrinen 2008, 168-169.)

Palaute tapahtumasta on hyvä kerätä sekä oman organisaation jäseniltä että yleisöltä. Tämän tulisi tapahtua melko pian tapahtuman jälkeen, viimeistään viikon sisällä, jolloin ajatukset ovat vielä tuoreina ihmisten mielessä. Palaute voidaan kerätä myös ennen vieraiden paikalta poistumista. Tärkeää onkin suunnitella myös palaute- ja arviointitavat jo hyvissä ajoin ennen itse tapahtumaa, eikä syventyä niihin vasta sen jälkeen. Kun organisaation jäsenten ja kävijöiden mielipiteet on saatu koottua, voidaan niitä verrata niihin tavoitteisiin, joita ennen järjestelyiden aloittamista asetettiin. Samalla alkaa hahmottua kuva siitä, oliko tapahtuma onnistunut. (Vallo & Häyrinen 2008, 171, 173-174; Van der Wagen 2001, 239.)

Mikäli kyseessä on kerran järjestettävä tapahtuma, voidaan sen järjestelyproessin katsoa loppuvan silloin, kun palautteen arkistointi on valmis ja kiitokset sekä muut yhteydenotot eri tahoille on tehty. Jos taas järjestäjien tavoitteena on myös toistuva tapahtuma, ovat jatkotoimet erittäin tärkeitä. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.) Palautetta ja raportteja verrattaessa ennakko-odotuksiin ja suunnitelmiin löytyvät kehityskohdat sekä asiat, jotka ovat onnistuneet. Tapahtumaprojektin johdon tehtävänä on pitää asianmukainen yhteenvetotilaisuus projektista ja laatia myös kirjallinen muistio tärkeimmistä asioista. Sen tulee sisältää myös tiedot tapahtuman taloudesta eli suunnitellusta ja toteutuneesta budjetista. Taloudellisten tulosten arviointi on merkittävä osa tapahtuman kokonaisarviointia. Muistio voi toimia lähtökohtana seuraavan vuoden vastaavalle tapahtumalle. On olennaista, että järjestäjät oppivat toiminnastaan palautteen kautta, mikäli edes harkitsevat tapahtuman uudelleenjärjestämistä. (Vallo & Häyrinen 2008, 173-174.)

3.3 Kylmän tapahtuman erityispiirteitä

Samoin kuin muualla maailmassa, myös Suomessa, suuria tapahtumia järjestetään enimmäkseen kesällä siitä yksinkertaisesta syystä, että olosuhteet ovat silloin paremmat. Kesäkauden ulkopuolella ja erityisesti talvella järjestettävissä tapahtu-

missa on siis periaatteessa jo lähtökohtaisesti jotain tavallisuudesta poikkeavaa. Käsitellessäni ”kylmiä tapahtumia” tarkoitan talvikauden tapahtumia, joissa lumi ja jää ovat usein rakennusmateriaaleina tai muutoin tuomassa leimaansa järjestelyihin. Näihin tapahtumiin myös Ice Event –hanke keskittyy.

Suomessa valtaosa, jopa yli 80 % tapahtumista, järjestetään kesäaikaan. Silti syyskuun ja toukokuun välisenä aikana, eli perinteisen tapahtumanjärjestämisen sesongin ulkopuolella järjestettävillä tapahtumilla on runsaasti potentiaalia. Tapahtumat voivat saavuttaa huomattavankin suurta näkyvyyttä, kuten esimerkiksi Levillä järjestettävä Alppihihdon Maailman cup on osoittanut. (Kääriä & Määttä 2009, 17, 20.)

”Talvisin tapahtumissa urheillaan, kuntoillaan ja tarjoillaan monipuolisia kulttuurielämyksiä”, kiteyttää Iiskola-Kesonen (2004, 3). Hänen linjauksensa kattaa sangen paljon siitä, mitä kylmät tapahtumat tarjoavat. Tähän määritelmään mahtuvat hyvin myös tämän opinnäytetyön esimerkkitapahtumat. Yleinen käsitys kylmistä tapahtumista on myös, että järjestelyt ovat tavallista hankalampia ja kalliimpia.

On hyvin tavallista, että tapahtuma tekee sijaintipaikkansa tunnetuksi. Näin on erityisesti kylmien tapahtumien kohdalla, sillä paikat saattavat olla kaukaisia ja suurelle yleisölle muutoin tuntemattomia. Onnistuneessa tapauksessa se lisää paikan vetovoimaa ja luo tai vahvistaa positiivista imagoa. Alueelle syntyy työpaikkoja, infrastruktuuria ja kulttuuria. (Lillberg 2001, 148.) Näin on ainakin osin käynyt esimerkiksi Lahdessa Salpausselän kisojen ansiosta.

Kenties paras puoli lumeen ja jäähän perustuvissa tapahtumissa on se, että ne ovat hetkellisiä. Parhaassa tapauksessa ne toistuvat seuraavana vuonna uudistuneina, toisessa muodossa. (Lillberg 2001, 150.) Jää- ja lumirakentamiseen perustuvilla, vuosittain toistuvilla tapahtumilla lieneekin etulyöntiasema kesätapahtumiin, sillä niiden puitteet uudistuvat vuodesta toiseen automaattisesti. Tämä yhdistettynä organisaation tehokkaaseen toimintaan ja hyviin järjestelyihin antaa kylmille tapahtumille suuret menestymismahdollisuudet.

Hyvä esimerkki suuresta kylmästä tapahtumasta on yksi tämän opinnäytetyön esimerkkitapahtuma, Salpausselän kisat. Kyseessä on yleisötapahtuma, jonka ydinajatus perustuu hiihto- ja mäkihyppykilpailuihin. Niiden järjestämiseksi lumiolosuhteiden on oltava riittävät. Viime vuosina tapahtumassa on käytetty lumi- ja jäärakentamista taideteosten sekä asiakkaita palvelevien puitteiden rakentamiseen. Vuonna 2009 Ice Eventin ja lahtelaisten opiskelijoiden yhteistyön tuloksena tapahtumassa palveli jääbaari.

4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA TAPAHTUMAESIMERKIT

4.1 Tutkimuksessa käytettävät menetelmät

Käytän kahta eri menetelmää tutkimusaineiston keräämiseksi. Oleellisin keino hankkia tietoa on haastatella asiakkaita tapahtumassa. Tutkittaessa tapahtuman elämyksellisyyttä on kyse juuri kokijan – eli asiakkaan – näkökulmasta, eikä niinkään siitä, mitä tai miten järjestäjät ovat asioita toteuttaneet. Toiseksi keinoksi valitsin oman havainnoinnin. Tämän valinnan perustelen sillä, että elämyksellisyyden teoriaan tutustuttuani näkemykseni ja käsitykseni siitä yleisötapahtumien yhteydessä oli tasolla, jolla voin perehtyneesti, mutta objektiivisesti tutkia asiaa ja tehdä havaintoja. Lisäksi saatan käyttää haastattelujen välisen ajan tehokkaasti havainnoiden.

4.1.1 Haastattelu

Haastattelun suurin etu ja vahvuus tutkimusmenetelmänä on siinä saavutettava suora kontakti ihmiseen, joka on syytä nähdä merkitystä luovana osapuolena. Haastattelu on perusteltu menetelmä silloin, kun tutkijan on vaikea etukäteen ennustaa, minkälaisia vastauksia hän tulee saamaan ja kuinka paljon ne poikkeavat toisistaan. Tutkijalla on mahdollisuus tarkentaa kysymyksiään, kirjata vastaajan perusteluja sekä esittää jatkokysymyksiä, mitkä kaikki edesauttavat tutkimuksen onnistumista. Tällöin tulokset voidaan liittää laajempaan kontekstiin, ja niistä on aidosti hyötyä. Haastattelussa keskustelu on parhaimmillaan vapaamuotoista, jolloin haastattelijä vain ohjaa keskustelua tiettyihin puheenaiheisiin. Haastattelu eroaa normaalista keskustelusta aina siten, että se on lähtenyt haastattelijan aloitteesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 199-200; Ruusuvuori & Tittula 2005, 22.)

Haastattelun haittapuolena on yleensä sen runsaasti aikaa vievä luonne. Myös haastattelijan rooliin asettautuminen voi olla työlästä ja vaikeaa. Vastaajat eivät

välttämättä ole halukkaita osallistumaan, ja he voivat kokea vastaamisen pelottavaksi tai ahdistavaksi. Toisinaan haastattelutilanne saa ihmiset vastaamaan esimerkiksi omaa normaalia itseään viisaammalla, kunnollisemmalla tai kokeneemmalla tavalla. Toisaalta joistain asioista vaietaan, eikä niistä välttämättä voi saada todenmukaisia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2007 201-202.)

Olipa kyseessä sitten tavallinen (lehti)artikkelihaastattelu tai tutkimushaastattelu, on kyseessä aina kahden tai useamman ihmisen välinen vuorovaikutustilanne. Tämä pätee kaikkiin haastattelutyyppeihin. Erilaisia haastattelumenetelmiä ovat tarkkaan määritelty strukturoitu haastattelu, tiettyjä aihepiirejä vapaammin ja syvemmin kartoittava teemahaastattelu sekä eniten vapaata keskustelua muistuttava avoin haastattelumenetelmä. (Hirsjärvi ym. 2007, 203-204; Ruusuvuori & Tittula 2005, 22.)

Tieteellisessä tutkimuksessa on mahdollista käyttää myös niin kutsuttua puolistrukturoitua haastattelua. Tällöin suuri osa kysymyksistä on valmiiksi laadittuja, mutta mukaan voi haastattelun kuluessa tulla myös uusia asioita ja kysymysjärjestystä voi haastattelun kuluessa muuttaa. Tutkimukseen voi nousta mukaan asioita, joita haastattelua laadittaessa ei ole osattu ajatella. Työmäärä vastauksia purettaessa kasvaa, mutta menetelmä antaa joustoa sekä haastattelijalle että haastateltavalle. Lisäksi puolistrukturoidussa haastattelussa osa haastattelun näkökulmista voidaan määrittää etukäteen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47; Tilastokeskus 2010a.) Olen valinnut puolistrukturoidun haastattelun osaksi tutkimustani juuri sen käytännöllisyyden vuoksi. Perustelen valintaani lisää luvussa 4.3.

Kuten kaikki tutkimusmenetelmät, haastattelu vaatii perusteellisen suunnittelun ja valmistelun, olipa kyseessä mikä tahansa sen alaluokista. Mitä suurempi rooli haastattelijalla on, sitä tarkemmin suunnittelu on tehtävä. On hyvä osata varautua tietyyntyyppisten jatkokysymysten esittämiseen. Haastattelun litterointivaiheessa on syytä huomioida, onko haastattelija ollut aktiivinen. Tällöin myös haastattelijan puhe on kirjattava ylös erityisen tarkasti. (Hirsjärvi ym. 2007, 203-204; Ruusuvuori & Tittula 2005, 22.)

4.1.2 Havainnointi

Hirsjärvi ym. (2007, 207) kertovat, että havainnointimenetelmän avulla saadaan tietää, mitä todella tapahtuu. Tämä on tärkein syy, miksi olen valinnut menetelmän mukaan myös tähän opinnäytetyöhön ja sen tutkimukseen. Kyselyt ja haastattelut antavat vain kuvan siitä, mitä vastaajat kokevat ympärillä tapahtuvan, joskaan niiden laatiminen ja toteuttaminen eivät ole yhtä työläitä, kuin havainnointi on. (Hirsjärvi 2007, 207-208.)

Parhaimmillaan havainnoinnin vahvuus on se, että se tapahtuu luonnollisessa ympäristössä, jolloin tutkijalle välittyy mahdollisimman aito kuva siitä, mitä todellisuudessa tapahtuu. Menetelmä tukee (myös tässä opinnäytteessä) hyvin kvalitatiivista tutkimusta. Se on omiaan myös tutkimaan vuorovaikutteisuutta sekä nopeasti vaihtelevia tilanteita. (Hirsjärvi ym. 2007, 208.) Koska yksi elämyksellisyyden elementeistä on juuri vuorovaikutteisuus ja yleisötapahtumat täyttäneet vaihtelevan tilaisuuden kriteerit, pidän havainnointia hyvänä tapahtuman elämyksellisyyden tutkimusmenetelmänä.

Menetelmän heikkoudeksi voidaan lukea se, että havainnoijalla saattaa olla vaikutusta tutkimiinsa tapahtumiin ja ihmisiin. Myös havaintojen siirtäminen ajatuksen tasolta paperille eli ylöskirjaaminen on usein itse työn aikana vaikeaa tai mahdotonta, joten tutkijan on jätettävä se myöhempään ajankohtaan ja yritettävä muistaa asiat, kuten ne olivat. Onnistunut havainnointi vaatii myös erittäin tarkan suunnittelun, mikä on perin aikaa vievää. (Hirsjärvi ym. 2007, 208.) Koska teen havainnointia suurissa tapahtumissa, ei läsnäoloni vaikuta tapahtumien kulkuun, joten menetelmän käyttö on tältä osin ongelmaton.

Havainnointitapoja on useita ja menetelmä voi loppujen lopuksi olla jotain kahden vaihtoehdon väliltä. Systemaattinen havainnointi on hyvin tarkkaa ja suunniteltua, kun taas osallistuva havainnointi perustuu enemmänkin luonnollisesti toiminnassa mukana olemiselle. Ensimmäinen tutkija on täysin ulkopuolinen, kun taas jälkimmäisessä hän on toimintaan osallistuva. Tutkijan on kaikissa tapauksissa ky-

ettävä pitämään erillään havainnot sekä omat tulkintansa niistä. Johtopäätösten aika on myöhemmin. (Hirsjärvi ym. 2007, 209-212.)

Osallistuva havainnointi on monesti kenttätutkimusta, jossa tutkija pyrkii sen nimien mukaisesti osallistumaan toimintaan. Haasteena voi olla luonnollisuuden saavuttamisen ja tiedonkeruun yhdistämisen aiheuttama ristiriita, minkä vuoksi toiminnan suunnittelu on entistäkin tärkeämpää. Osallistuva havainnointi on käytössä kvalitatiivisen tutkimuksen välineenä. (Hirsjärvi ym. 2007, 211-212.)

4.2 Tapahtumaesimerkit

Tämän opinnäytetyön tapahtumaesimerkiksi on valittu Salpausselän kisat vuonna 2010. Ne pitävät sisällään sekä pohjoismaisten hiihtolajien maailmancup-kilpailuja että monenlaisia oheistapahtumia kisa-alueella. Lisäksi käytän toisena esimerkkinä kisaviikolla järjestettäviä oheistapahtumia. Tutkimuksen toimeksiantaja ei siis ole Salpausselän kisat vaan Ice Event –hanke, joka tosin on yhteistyössä kisaorganisaation kanssa.

4.2.1 Kisaviikon oheistapahtumat

Lahdessa järjestetään keskiviikkona 3.3.2010 juuri ennen Salpausselän kisoja markkinoiden yhteydessä kisojen promootiotapahtuma. Sen tarkoituksena on esitellä yleisölle tulevaa ja nostattaa henkeä viikonloppua kohti. Osa päivän tapahtumia on torilta alkava ja sinne päättyvä ns. Amazing ski race Lahti –seikkailutapahtuma, jonka takana ovat yhteistyössä Ice Event -hanke, Lahti 2015 -hakukomitea, joka hakee hiihdon MM-kisoja kaupunkiin sekä Salpausselän kisat. (Määttä 2010.) Otan osaa itse Amazing ski raceen osallistuvana havainnoijana. Kuvaus tapahtuman kulusta ja tuloksista on työn seuraavassa pääluvussa.

4.2.2 Salpausselän kisat 5.-7.3.2010

Salpausselän kisat on Suomen suurin talviurheilutapahtuma ja kesäkauden ulkopuolella järjestettävä yleisötapahtuma. Ne on järjestetty jo vuodesta 1923. Vain kolmena vuonna tapahtuma on jouduttu perumaan lumenpuutteen tai sodan vuoksi. Kävijämäärät tapahtumassa ovat vuosien varrella kasvaneet. Esimerkiksi vuoden 2005 kävijämäärä 73 500 sijoittuisi vertailussa suomalaisiin kesätapahtumiin selvästi kymmenen parhaan joukkoon. Suuremman kävijämäärän kesätapahtumia Suomessa on noin 4-5, ja Salpausselän kisat ovat samassa kokoluokassa muun muassa Savonlinnan Oopperajuhlien kanssa. (Salpausselän kisat 2010; Tilastokeskus 2010b.)

Vuosien saatossa tapahtuman luonne on muuttunut paljon. Kuusi kertaa Lahti on isännöinyt pohjoismaisten hiihtolajien MM-kilpailuja, jolloin myös tapahtuman kävijämäärät ovat olleet suuremmat. Tämä selittyy sillä, että kisojen kesto on ollut pitempi ja vetovoimaisuus suurempi. Viimeksi Salpausselän maisemissa jaettiin MM-mitaleja vuonna 2001.

Vuonna 2010 järjestetään järjestyksessään jo 85. Salpausselän kisat. Heti olympialaisia seuraava kisaviikonloppu pitää sisällään maastohiihdon, mäkihypyn ja yhdistetyn maailmancup-osakilpailuja sekä oheiskonsertteja, joissa esiintyvät muun muassa suosikkiyhtyeet Jean S, Lauri Tähkä & Elonkerjuu ja Yö. (Salpausselän kisat 2010.) Salpausselän kisat eivät ole enää pelkästään pohjoismaisten hiihtolajien maailmancup-viikonloppu. Jo vuosia oheistapahtumilla on ollut sijansa kisoissa, ja niiden tuoma elämyksellinen lisäarvo on kasvanut.

4.3 Tapahtumissa kerättävä tutkimusaineisto

Olen päättänyt valitsemaan tutkimusaineistokseni edellä mainituissa tapahtumissa tehtävän havainnoinnin sekä Salpausselän kisoissa tehtävät asiakashaastattelut. Kuten aiemmin on todettu, havainnointi ja haastattelut ovat hyviä ja kattavia tieteellisiä tiedonkeruumenetelmiä ja näkemykseni mukaan sopivia myös näihin tapahtumiin. Aineistoksi ovat olleet ehdolla myös uuden sosiaalisen median kana-

vat, lähinnä Salpausselän kisojen Internet-faniryhmien keskustelut. Tästä tutkintalinjasta on luovuttu sen pienen otosmäärän ja luotettavuusongelman vuoksi.

Haastattelujen kohderyhmä koostuu talviurheilutapahtumasta oheistoimintoihin kiinnostuneista suomalaisista eri-ikäisistä miehistä ja naisista. Se ei ole tarkkaan esimerkiksi iän mukaan rajattu. Haastattelut tehdään yleisölle avoimella kisa-alueella koko tapahtumaviikonlopun aikana. VIP-alueella haastatteluja ei tehdä. Juttutuokion vastaajan kanssa arvioin kestävän reilut viisi minuuttia. Toki haastattelutavan innokkuudesta riippuen voidaan asioita käydä läpi hieman pitempäänkin. Rajaus vain suomalaisiin kansainvälisestä tapahtumasta huolimatta perustuu siihen, että tutkimuksen toteuttaminen ja eräiden käsitteiden kääntäminen englanniksi tai muulla kielellä on ongelmallista. On syytä muistaa, että haastatteluni perustuu elämuskolmion esittelemiin elämyksen fyysisiin elementteihin, enkä keskity kysymään kokemuksen tasoista mitään. Ne pyrin ottamaan huomioon johtopäätösvaiheessa. Haastatteluissa käytetty runko on tämän opinnäytetyön liitteenä.

Luvussa 4.1.2 esittämieni seikkojen vuoksi mielestäni on perusteltua käyttää juuri osallistuvaa havainnointia tässä tutkimuksessa. Osallistun toimintaan olemalla yksi kisavieraista ja tekemällä havaintoja koko tapahtumaviikonlopun ajan. Pyrkimykseni on kerätä tutkimustulokseni ensisijaisesti haastatteluin, mutta Salpausselän kisojen kaltaisessa usean päivän tapahtumassa aikaa jää varmasti myös havainnoinnille, ja haluan käyttää tuonkin ajan tehokkaasti sekä tutkimukselleni hyödyllisesti. Havaintoja tehdään kisavieraista, heidän käyttäytymisestään ja kuulluista puheista. Mitään ryhmää ei rajata ulos havainnoinnin piiristä iän tai minkään muunkaan syyn vuoksi. VIP-asiakkaiden havainnointi rajoittuu heidän liikkumiseensa muiden kisavieraiden joukossa. Myös ulkomaalaisten vieraiden sekä kisatyöntekijöiden ja vapaaehtoisten toiminta huomioidaan. Kisajärjestelyjen ja ohjelman sujuvuus on tarkkailun alla unohtamatta havaintoja siitä, onko elämyksellisyyden elementtejä suoraan erotettavissa tapahtumasta.

5 TUTKIMUKSEN KULKU

5.1 Yleissilmäys tapahtumiin

Keskiviikkona 3.3.2010 Lahden torin lavan ohjelmistossa oli tulevan viikonlopun tunnelman nostatusta ja tapahtumien esittelyä. Tapahtuma oli Lahden kuukausittaisten markkinapäivänä, mikä osaltaan houkutteli enemmän uteliaita katselemaan, mistä on kysymys. Juontajana päivän aikana toimi hiihtovaikuttaja Jari Piirainen, joka toimi myös viikonloppuna hiihtoselostajana kisayleisölle.

Amazing ski race Lahti starttasi torilavalta aamupäivällä. Mukana oli kaikkiaan kuusi kilpailijaa, mikä oli ennako-odotuksia vähemmän. Torikansalle suoritettun esittelyn jälkeen kilpailijat pääsivät vielä Radio Voiman suoraan haastatteluun ennen varsinaisen kilpailun alkua. Päivän aikana kokeiltiin ja miteltiin taitoja seuraavissa lajeissa; keilailu, vesijumppa, askartelu, mäkihyppy simulaattorissa, curling sekä "ampumakenkäily", joka oli ampumahiihdon muunnelma niin, että hiihto oli korvattu lumikenkäilyllä ja ammunta tarkkuutta vaativalla friesbien heitolla.

Salpausselän kisat keräsivät vuonna 2010 yhteensä 76 500 katsojaa. Tämä ylitti järjestäjien asettamat tavoitteet! Perjantaina kisa-alueella vieraili 7 500, lauantaina päivällä 19 000, illalla 35 000 ja sunnuntaina 15 0000 ihmistä (Salppurin kisat saavuttivat kävijätavoitteensa 2010). Sää suosi tapahtumaa vaihtelevasti. Perjantaina sekä sunnuntaina taivas oli lähes pilvetön, ja kilpailuista saatiin nauttia pikkupakkasessa. Lauantaina ilma oli kylmempi, ja taivas oli pilvessä. Tämän lisäksi oikukas tuuli kiusasi ennen kaikkea suurmäestä hyppäämistä. Yhdistetyn kilpailun mäkiosuus ja lauantai-illan joukkuemäen toinen kierros jouduttiin perumaan epätasaisten tuuliolosuhteiden vuoksi.

After ski -konsertit nimekkäine esiintyjineen perjantai- ja lauantai-iltoina houkuttelivat Lahti-halliin sadoittain katsojia. Kisa-alueella sijainnut Eurosportin olut- ja tapahtumateltilta oli koko viikonlopun ajan kovassa käytössä. Etenkin lauantaina urheilulajien välisillä tauoilla teltiltä ruuhkautui pahoin. Alueella palveli lukuisia

ruokakojuja, joista sai ruokaa muikuista kisamakkaroihin ja munkeista metrilakuihin. Myös erilaiset oheistuotteiden myyntikojut sekä kampanjateltat näkyivät tapahtumassa vahvasti.

5.2 Haastattelujen eteneminen

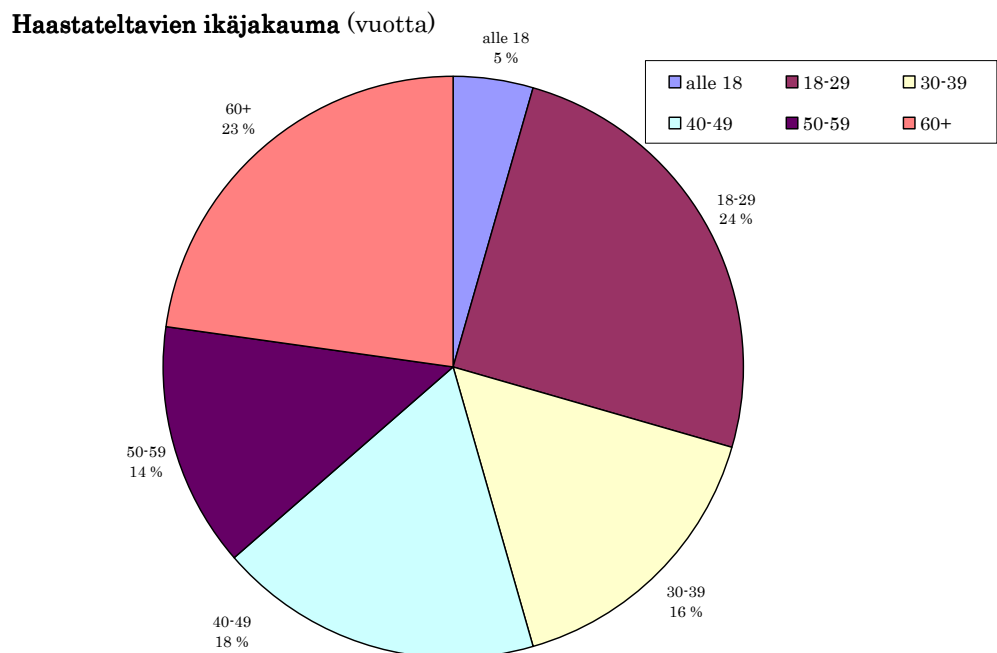
Aloitin ensimmäisen haastattelun kisaviikonlopun perjantai-iltapäivänä samoihin aikoihin kun kisatapahtumat alkoivat ja lopetin viimeisen kilpailun lopussa. Tuohon väliin mahtui 42 haastattelua. Kaikkiaan haastattelin perjantaina 9, lauantaina 25 ja sunnuntaina 10 kisavierasta. Juttutuokiot haastateltavien kanssa kestivät vajaan viidestä minuutista lähes varttiin, mutta valtaosa oli lähellä kahdeksan minuutin keskiarvoa.

Ihmiset olivat kauttaaltaan hyvin mukavia ja suostuivat haastatteluun arviolta kolmessa neljästä tapauksesta. Kuten haastatteluiden tuloksistakin ilmenee, Salpausselän kisoihin tullaan lähes yksinomaan perheen tai ystävien seurassa. Lähestyin ihmisiä yleensä vain heidän oleskellessaan yksin kisa-alueella, mikä johtui usein seuralaisen odottelusta. Ihmisiä riitti keskustelemaan heidän luokseen menemällä, joten "lennosta pysäyttämisen" ottaminen aloitustaktiikaksi ei ollut tarpeellista. Haastattelin vieraita pääasiassa hiihtostadionin kupeessa yleisellä kisa-alueella, mutta myös mäkimontussa, hiihtokatsomossa, tapahtumateltassa sekä alueen porttien tuntumassa. After ski -tapahtumissa en voinut tehdä yhtään haastattelua kovan melun vuoksi.

Olin asettanut alun perin tavoitteelliseksi haastatteluiden lukumääräksi 40–50. Sunnuntai-iltapäivällä alkoi vaikuttaa siltä, ettei lisävastauksista 40. haastattelun jälkeen enää saisi juurikaan uusia näkökulmia, joten arvioin saturaatiopisteen saavutetuksi. Tapahtuman loppuhetkillä katsoin 44 haastattelun yhdessä tekemieni havaintojen kanssa riittävän aineistoksi.

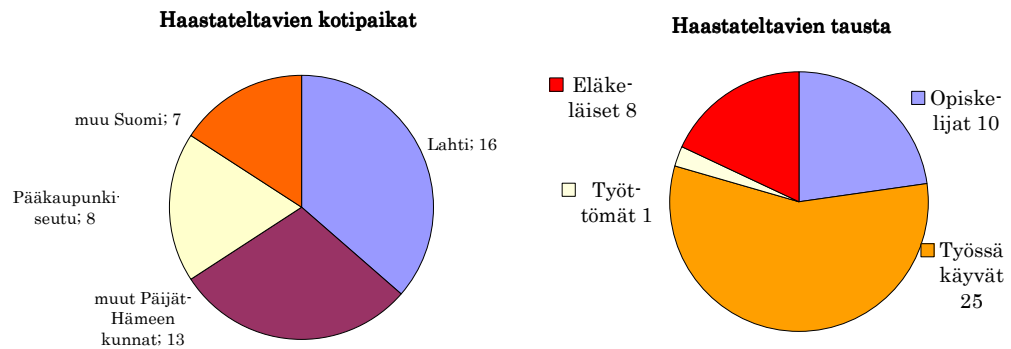
5.2.1 Haastateltavat

Haastattelin kisaviikonlopun aikana siis 44 henkilöä. Heistä 23 (eli 52,7 %) oli miehiä ja 21 (47,7 %) naisia. Sukupuolijakauman tasaisuus saavutettiin kuin puoliksi vahingossa. Tämä on hyvä, sillä tulokset kuvastavat näin oivasti kaikkia tapahtumakävijöitä. Taustatiedoissa kysyttiin myös haastateltavien ikiä, jotka jakautuivat seuraavasti: Alle 18-vuotiaita oli 2, 18-29-vuotiaita 11, 30-39-vuotiaita 7, 40-49-vuotiaita 8, 50-59-vuotiaita 6 ja yli 60-vuotiaita 10 henkilöä. Myös ikäjakauman tasaisuus oli sattumaa. Alle 18-vuotiaita olisin toivonut muutaman enemmän, mutta toisaalta aikuisten vastausten luotettavuus on suurempi. Kaksi tutkimuksessa haastattelemaani alaikäistä oli miltei täysi-ikäisiä. Haastateltavien ikäjakauma on esitelty oheisessa kuviossa 4.



Kuvio 4. Tutkimushaastatteluun osallistuneiden henkilöiden ikäjakauma.

Kuten oheisesta kuvioista 5 ilmenee, reilu kolmannes, 16 (36,4%) haastateltavista oli lahtelaisia. Muista Päijät-Hämeen kunnista oli 13 (29,5%) ja pääkaupunkiseudulta 8 (18,2%) vastaajaa. Loput 7 (15,9%) olivat muualta Suomesta. Tutkimukseen osallistuneista opiskelijoita oli 10 (22,7%), työelämässä 25 (56,8%) ja eläkkeellä 8 (18,2%). Yksi henkilö (2,8%) oli työtön (ks. Kuvio 6).



Kuviot 5 ja 6. Tutkimushaastatteluun osallistuneiden vastaajien kotipaikat ja työelämätaustat.

5.2.2 Haastattelurunko

Haastattelurungon laatiminen alkoi jo pari kuukautta ennen tutkimuksen esimerkitapahtumaa. Testasin sitä koehaastatteluiden merkeissä useaan otteeseen. Viimeiset testit tein aivan Salpausselän kisojen alla. Myös toimeksiantaja Ice Event oli vahvasti vaikuttamassa kysymysasetteluihin ja teemoihin. Tutkimuksen haastattelurunko on tämän opinnäytetyön liitteenä. Analysoin sen toimivuutta tarkemmin luvussa 7.3.

Haastattelurunko oli rakentunut selkeästi kuuden elämyskolmion elämyksellisen elementin varaan. Haastateltaville kysymykset tuntuivat ilmeisesti vain satunnaisilta jotenkin tapahtumiin liittyviltä asioilta, eikä toisaalta ollut tarkoituskaan esitellä heille elämyksellisyyden elementtejä sen tarkemmin. Vastaukset yksittäisiin kysymyksiin kertoisivat sinällään riittävästi. Haastattelurunkoon ei täten tullut kysymyksiä esimerkiksi elämyksen kokemisen tasoista, vaan nimenomaan elämyksen fyysisistä elementeistä sekä muutama yleinen kysymys tapahtumista.

Alun perin tarkoitukseni oli tehdä hieman syväluotaavampia haastatteluja, joissa lähes kaikki kysymykset edellyttäisivät avoimia vastauksia. Tästä kuitenkin luovuttiin, koska väittämät, joita haastateltava kommentoisi valitsemalla sopivan vaihtoehdon, toisivat haastatteluun jouhevuutta ja helpottaisivat kokemattomam-

man kisavieraan vastaamista. Moni haastateltava pelkäsi juttutuokion alussa, ettei voisi tarjota kunnollisia vastauksia, mutta huomasi kysymysten ja väittämien edessä vastaamisen helpoksi juuri skaalaväittämien ansiosta. Lisäkommentointi oli mahdollista jokaisen väittämän osalta, vaikkei paperilomakkeessa sille välttämättä tilaa ollutkaan. Useimmat haastateltavista yltyivät pitkiinkin sanallisiin perusteluihin numeraalisten skaalavastauksen ohella.

Haastattelun skaalaväittämät toivat tutkimukseen paljon uutta informaatiota ja veivät sitä myös hieman kvantitatiivisen tutkimuksen suuntaan. Haastateltavien arvioitua väittämiä asteikolla 1-5 mahdollistui erilaisten keskiarvojen laskeminen. Laskin jokaisen skaalaväittämän vastausten keskiarvot paitsi a) kaikkien vastaajien osalta, myös erittelemällä b) miehet ja naiset, c) ensikertaa Salpausselän kisoissa vierailleet, hieman kokeneemmat kävijät (2.-10. kerta) ja konkarikävijät (yli 10. kerta) sekä d) satunnaiset tapahtumakävijät, keskivertokävijät ja säännöllisesti käyvät. Lisäksi tarkastelin vastauksia e) sen mukaan, oliko vastaaja kisoissa normaalikävijänä, vapaa-/VIP-lipulla tai osan aikaa myös vapaaehtoistöissä. Taltioin kaikki haastattelut nauhurille, mikä helpotti olennaisesti litterointia.

5.3 Havainnoinnin eteneminen

Koko tutkimuksen aineiston kerääminen alkoi kisaviikon keskiviikkoamuna toritapahtumassa. Sitä ehdin seurata hetken ennen kuin Amazing ski race lähti liikkeelle lavalta. Kiersin yhdessä muiden kilpailijoiden kanssa Lahden keskustaa suorituspaikalta toiselle osallistuvana havainnoijana. Tämä tilaisuus mahdollisti oivallisesti järjestäjien ja muiden osallistujien vuorovaikutuksen sekä muiden oleellisiksi näkemieni tekijöiden tarkkailun, mutta myös nautinnollisen oman osallistumisen mielenkiintoiseen tapahtumaan, joka kesti kokonaisuudessaan noin neljä tuntia. Lopuksi kisaajat palkittiin vielä torin lavalla, mihin myös toritapahtuma huipentui.

Havainnointi Salpausselän kisoissa alkoi välittömästi lähestyessäni urheilukeskusta. Ruuan ja oheistuotteiden myyjät olivat levittäytyneet jopa satojen metrien

päästä alueen porteista, joiden läpi näytti ensisilmäyksellä kulkeneen perjantai-iltapäivällä sangen vähän ihmisiä. Ennen ensimmäisen lajin alkua alueella oli hyvin rauhallista, minkä vuoksi potentiaalisia haastateltaviakaan ei liiemmin ollut ja havainnointityöni pääsi nopeasti liikkeelle. Se jatkui aina yömyöhään asti ollessani Lahti-hallin oheiskonsertissa.

Lauantain ja sunnuntain osalta havainnointi keskittyi lähinnä vain pieniin lepohetkiin sekä haastattelujen välisiin aikoihin. Toisaalta nekin olivat entistä antoisampia. Massiivisten väkijoukkojen sekä tapahtumapuitteiden toimivuuden yhteen sopimisen seuraaminen tarjosi paljon huomioitavaa. Osallistuin myös Eurosport-areenan tapahtumiin mahdollisuuksien mukaan sekä lauantain illan konserttiin.

6 TUTKIMUSTULOKSET TEEMOITTAIN

Koska tutkimuksen päätavoitteena oli tutkia tapahtuman elämyksellisyyttä juuri elämuskolmion esittelemien kuuden elämyksellisyyden elementin kautta, erittelin myös kysymykset kuuteen kategoriaan niiden mukaan. Lisäksi haastattelussa kysyttiin muutamaa yleistä tapahtumiin liittyvää asiaa. Toimintatapani johdosta esittelen myös tutkimustulokset kohta kohdalta teemoittain niin, että myös havainnoinnin tulokset ovat samassa yhteydessä. Ajatuksia niistä esitän lähinnä johtopäätösvaiheessa. Taustoitan jokaisen teeman kohdalla ennen tuloksien esittämistä hieman väittämiä ja kysymyksiä.

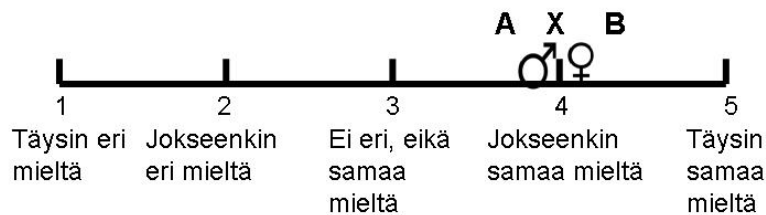
Haastatteluissa käytetty numeraalisten vastausten asteikko on seuraava: 5=täysin samaa mieltä, 4= jokseenkin samaa mieltä, 3= ei samaa, eikä eri mieltä, 2= jokseenkin eri mieltä ja 1= täysin eri mieltä. Skaalakysymysten tulosten analysointi aiemmin mainituissa viidessä vaihtoehdoisessa "kategoriassa" toi esiin joitakin mielenkiintoisia eroavaisuuksia esimerkiksi tapahtumakävijöiden välillä, joilla oli eripituinen kokemus vierailuista. Tällainen tulosten vertailu oli mahdollista haastattelun ensimmäisen väittämän sekä taustatietojen keruun ansiosta. Osan väittämistä vastaukset olivat niin homogeenisia, etten ole nostanut mitään esille. Sukupuolierot on kuitenkin esitetty jokaista väittämää havainnollistavassa kuviossa vertailun vuoksi omilla symboleilla. Haastattelut tuottivat väittämien kommentoinnin yhteydessä vain muutamia ”en osaa sanoa” - vastauksia. Niitä ei ole huomioitu vastauskeskiarvoissa eikä siten myöskään niitä havainnollistavissa kuvioissa. Esitetty väittäjä on jokaisen kuvion alla selvennyksenä kuvatekstin tapaan.

6.1 Yksilöllisyys

Elämyksellisyyden yksilöllisyselementtiä tutkivat väittämäni esittivät, että Salpausselän kisoissa on jotain erityistä muihin tapahtumiin verrattuna ja että

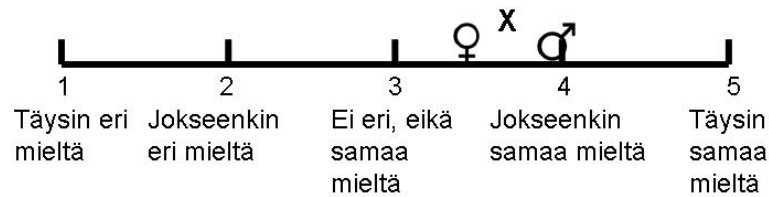
tapahtumasuunnittelussa on huomioitu erityisesti yleisön viihtyvyys. Yksilöllisyys rakentuu monesti juuri ainutlaatuisuudesta muihin tapahtumiin nähden. Yleisön viihtyvyyden huomioiminen viittaa palvelun, tuotteen tai tässä tapauksessa yleisötapahtuman räätälöintiin, jolla pystytään tekemään siitä asiakaslähtöisempi ja parempi.

Väittämien avulla saadut tulokset osoittavat, että haastateltavat pitivät kisatapahtumaa yksilöllisenä ja ainutlaatuisena tapahtumana. Vastausten keskiarvo (osoitetaan kaikkia väittämiä kuvaavissa kuvioissa kirjaimella X) oli 4, eli yleisesti oltiin jokseenkin samaa mieltä. Toisaalta tulosta ei voi pitää kovin korkeana, sillä sangen moni totesi myöhemmin tapahtuman olevan sama vuodesta toiseen. Mielenkiintoista on huomata, että yli 10 kertaa tapahtumassa vierailleet konkarikävijät (kuviossa B) kommentoivat väittämää keskimäärin 4,4-arvoisesti, kun taas ensikertalaiset (A) näkivät erityisyyden muihin tapahtumaan nähden vain 3,7 -arvoisena.



Kuvio 7. Salpausselän kisoissa on jotain erityistä muihin tapahtumiin verrattuna.

Väittämään yleisön ensisijaisesta huomioinnista tapahtumassa yhdyttiin hieman kitsaammin kaikkien vastaajien keskiarvon (X oheisessa kuviossa 8) ollessa 3,7. Moni haastateltava jäi pohtimaan, mistä Salpausselällä on etupäässä kyse. Eräs vastaaja totesikin osuvasti: "Vaikka kyseessä on urheilukisat, olisi muistettava, että kyseessä on yleisötapahtuma." Tällä hän esitti toiveen yleisöystävällisemmistä kisoista. Vaikka monet haastateltavat kertoivat nimenomaan onnistuneiden urheilukisojen olevan etusijalla Salpausselän kisoissa, ei asia heitä silti häirinnyt. Nämä henkilöt olivat tapahtumassa pelkästään seuraamassa urheilua, eivätkä nauttimassa monipuolisesta yleisötapahtumasta. Mainittavia eroja eritaustaisten kisavieraiden suhtautumisessa tähän väittämään ei tullut esille.



Kuvio 8. Järjestelyissä on huomioitu ensisijaisesti yleisön viihtyvyys.

Haastattelun ensimmäinen avoin kysymys selvitti, miksi Salpausselän kisat on kiinnostava tapahtuma. Tällä halusin ihmisten omin sanoin kertovan syistä, joiden vuoksi he ovat tulleet paikalle. Monissa niistä on tulkittavissa yhteys yksilöllisyyteen. Muun muassa lähes joka kolmannessa vastauksessa esiintyneet kiinnostus huippu-urheilijoihin, erityisesti maailman parhaisiin mäkihyppäjiin, sekä ainutlaatuinen tunnelma kertovat tapahtuman olevan selkeästi yksilöllinen. Toisaalta moni kertoi, ettei paikalla ole mitään tavallisesta poikkeavaa, ja tulleensa perinteen vuoksi. Muita syitä, joiden ansiosta Salpausselän kisat nähtiin kiinnostavana tapahtumana, olivat muun muassa helppo saavutettavuus sekä kiinnostavat oheiskonsertit.

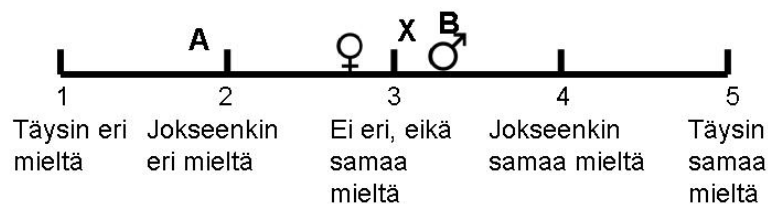
After ski -konsertit olivat perjantai- ja lauantai-iltoina kovassa suosiossa. Maamme eturivin iskelmäartistien keikat olivat selvästi monille ainutlaatuinen kokemus ja jopa viikon kohokohta. Keskiviikon Amazing ski race oli kiistatta hyvin ainutlaatuinen, sillä se järjestettiin Lahdessa ensimmäistä kertaa. Monet sen lajeista olivat toki tuttuja, mutta kokonaisuutena osallistuminen havainnoijana tapahtumaan oli hyvin ainutlaatuinen kokemus. Sitä korosti vielä pieni osallistujajoukko, joka loi tunteen, että on päässyt kokemaan jotain erityistä.

6.2 Aitous

Kaupallisuus voidaan nähdä eräällä lailla aidon toiminnan eli aitouden toiseksi ääripääksi, kun puhutaan tapahtuman luonteesta. Tähän asiaan pureutui teeman

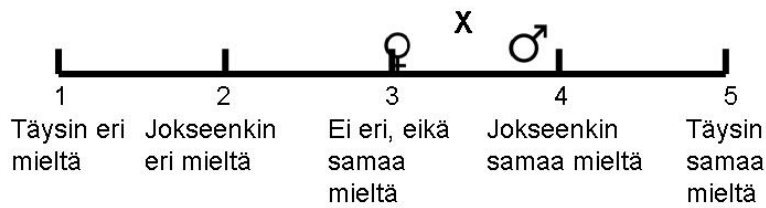
ensimmäinen väittämä. Toiseksi selvitetiin Salpausselän kisojen oheispalvelujen merkitystä ja sitä, kuinka ne tukevat pääasiaa. Tämän taustalla oli ajatus, jonka mukaan ydintuotteen on oltava itsessään riittävän elämyksellinen.

Kaupallisuus-väittämän tulos on hyvin mielenkiintoinen. Saatu vastausten keskiarvo on 3,1 eli haastateltavat mielsivät tapahtuman liikkuvan lähes täysin kaupallisuuden ja aitouden rajamailla. Hajontaa vastauksissa ilmeni paljon, mutta toisaalta täysin samaa tai täysin eri mieltä väittämän kanssa olivat ani harvat. Monen perustelut olivatkin sen suuntaiset, että tapahtuma nykymuodossaan on kaupallistunut, mutta kisat itsessään ovat edelleen aidot. Asiasta voi siis olla monta mieltä. Suurta yllätystä ei tarjoa se, että osan viikonlopusta myös vapaaehtoistyötä tehneet haastateltavat (kuviossa 9 merkitty A-kirjaimella) vastasivat keskimäärin 1,8- ja normaalilipuilla vierailleet kävijät (B) 3,3-arvoisesti. Tämäkään ero ei ole suuri, ja vapaaehtoisten olisi voinut olettaa päätyvän vieläkin lähemmäs täyttä erimielisyyttä väittämän kanssa.



Kuvio 9. Salpausselän kisat ovat pääasiassa kaupallinen tapahtuma.

Tulokset osoittavat, että kisavieraat olivat vain niukasti sitä mieltä, että oheistapahtumat kuuluvat Salpausselän kisoihin. Reagointi väittämään tuotti keskiarvotuloksen 3,4 (kuviossa 10 merkitty X:llä). Toisaalta moni sanoi, ettei "oheissälästä" ole mitään haittaa, kun keskittyy vain urheilun seuraamiseen. Ainoa mielenkiintoinen eroavaisuus eritaustaisten vastaajien välille syntyi sukupuolijakauman kautta. Naisten vastausten keskiarvoksi tuli 3,1 ja miesten 3,8. Sukupuolierot on kuvattu myös tämän väittämän osalta oheisessa kuviossa. Naisille oli siis jokseenkin sama mitä kisojen ohessa tapahtuu, kun taas miehet näkivät lisätapahtumien jokseenkin tukevan kokonaisuutta.



Kuvio 10. Kisojen oheistapahtumat tukevat itse tapahtumaa

Aitous-teeman avoin kysymys osoittautui jo varhaisessa vaiheessa haastattelurungon heikoimmaksi kohdaksi. Kysymys kuului: "Kuinka aidosti kisahenkilökunta on mukana tapahtumassa", millä tavoittelin ihmisten ajatuksia siitä, miten auliisti ja vilpittömästi tapahtuma on järjestetty. Moni haastateltava tyytyi antamaan vain numeraalisen vastauksen, mutta jatkokysymysten avulla tuli tuloksiakin. Monissa vastauksissa vilisi näkemys siitä, että "pakkohan" vapaaehtoisten ja muiden kisa-järjestäjien on olla aidosti mukana omassa toiminnassaan, kun kerran paikalla ovat. Juuri vapaaehtoistyö korostui haastattelujen perusteella lahtelaisille rakkaana asiana sekä ikään kuin aitouden symbolina! Kertoipa eräs haastateltava herrasmiehestä, joka oli taannoin ilmoittautunut talkoolaiseksi 60. kerran.

Havainnointi osoitti sen, mitä monet haastateltavatkin puhuivat; kisahenkilökunnan kerrassaan esimerkillisen avuliaisuuden ja ystävällisyyden. Niitä jo hetken tarkkailemalla saattoi todeta, ettei kyseessä voi olla teeskenneltyä tai pakon sanelemaa käytöstä. "Kyllähän täällä yritetään urheilua edistää, mutta pitäähän jotenkin raha tehdä", totesi eräs haastateltava, mikä kertoo tapahtumasta, jossa tunnelma on aito, vaikka kaupallisuus on esillä.

Oheistapahtumien osalta aitouden havainnoinnin raportointi on haasteellista. Haastattelujen tuloksetkin jo osoittivat, että on hyvin subjektiivista, tarvitaanko konsertteja ja lämmittelytapahtumia urheilukilpailujen yhteydessä. Oli asian laita kuinka hyvänsä, on todettava järjestäjien työmoraaalin olleen ehdottomasti samalla tasolla myös Eurosport-areenalla, iltakonserteissa ja erityisesti Amazing ski racessa. Viimeksi mainittu oli kilpailun vetäjän itsensä suureksi osaksi organisoima, mikä näkyi aitona innokkuutena hänen työssään.

6.3 Tarina

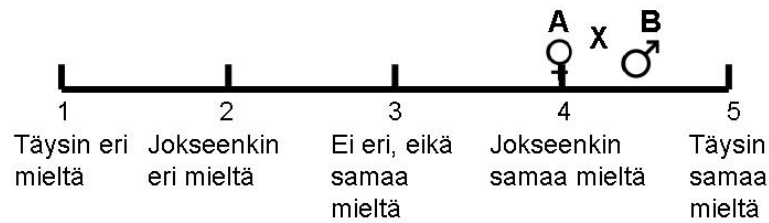
Elämyksellisyyden tarinan elementin selvittäminen oli yksinkertaista tarttumalla Salpausselän kisojen 85-vuotisiin perinteisiin. Oli miltei selvää, että tapahtumalla on jo jonkinlainen tarina. Väittämä pyrki selvittämään, miten se tämän vuoden tapahtumassa näkyy. Toisessa kohdassa kiinnostuksen kohteena oli ihmisten oma perinne kisoihin ja kisakokemuksen toistamisen merkitys.

Haastattelut osoittivat kisavieraiden mielestä Salpausselän perinteiden olevan jokseenkin näkyvillä tapahtumassa. Vastauskeskiarvo (X kuviossa 11) väittämään oli 4. Mitä kokeneemmilta tapahtumakävijöiltä kysyttiin, sitä vahvemmin perinteiden nähtiin olevan läsnä. Tämä on tietysti ymmärrettävää, mutta toisaalta myös ensikertalaiset kommentoivat väittämää lähes jokaisessa haastattelussa. He perustivat vastauksiaan tietoihinsa, käsityksiinsä ja muistoihinsa, joita heillä Salpausselän kisoista oli, vaikkeivät koskaan ennen paikalla olleet olleetkaan. Tämä kertonee itsessään tapahtuman vahvasta perinteestä sekä näkyvyydestä.



Kuvio 11. Salpausselän kisojen perinteet näkyvät tapahtumassa.

Omien aiempien kisakokemusten muistelun tärkeys arvostettiin korkealle keskiarvon (X oheisessa kuviossa 12) noustessa 4,2:een. Aiemmat positiiviset kokemukset tapahtumassa olivat monille osasy tuloon. Myös kisakokemusten määrä näyttää olevan suoraan suhteessa aiempien kertojen muistelun tärkeyteen, jotka kasvoivat jotakuinkin samassa suhteessa. Oheisessa kuviossa 2-10 kertaa Salpausselällä olleiden vastaajien vastaus on kuvattu A-kirjaimella ja konkarikävijöiden vastaukset B:llä. Huomionarvoisinta on myös se, että vapaaehtoistyötäkin tehneet tapahtumakävijät olivat kaikki täysin samaa mieltä väittämän kanssa.



Kuvio 12. Omien kisakokemusten muistelu on osa tapahtumassa vierailua.

Kysyin tarinan yhteydessä, tulisiko tapahtumalla olla vuosittainen teema. Ajatusta puolsi kolmannes (14) ja vastusti kaksi kolmannesta (30) haastateltavaa. Ylivoimaisesti yleisin perustelu teemaa vastaan oli se, että urheilukilpailut itsessään ovat täysin riittävä teema. Myös tapahtuman perinteikkyys esiintyi monilla haastateltavilla omana henkilökohtaisena vierailuteemana. Ajatuksen puoltajat eivät osanneet sen syvemmin sitä ideoida. Mainintoja tuli lähinnä hyväntekeväisyydestä ja ympäristönsuojeluun liittyvistä aiheista. Eräs haastateltava kaipailee lumikourua ja muita uusia kiinnostavia näytöslajeja kisoihin tapahtuman imagon nuorentamiseksi. Enimmäkseen turhaksi koetun teeman pohtimisen voisi sivuuttaa erään toisen kävijän tokaisun myötä: "Varsinaisen teeman on oltava Maailman cup ja urheilu. Siinä on elämystä jo tarpeeksi!"

Omat havaintoni tarinan elementistä olivat hyvin samansuuntaiset vieraiden kanssa. Vain kerran aiemmin paikalla olleena, mutta kisoja usein televisiosta seuranneena tiesin mitä odottaa. Salpausselän kisojen perinteet ovat niin vahvasti ihmisten mielissä sekä Lahdessa että koko urheilua seuraavassa Suomessa. Tämän seikan vaikutus koko tapahtumassa viihtymiselle lienee kiistaton.

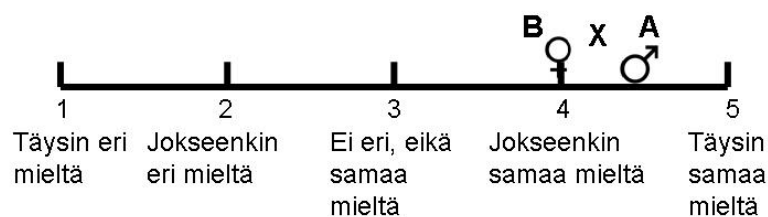
After ski -konserttien tarinaa on vaikeampi hahmottaa. Nimivalinnan voi nähdä osuvaksi, mutta muita linkkejä hiihtokilpailuihin ei juuri ollut. Toisaalta illan tunnelmia pohjustettiin kekseliäästi jo urheilukilpailujen lomassa, kun mäkimontussa kaiuttimista kuuli artistien haastatteluja, joissa he kertoivat tulevasta show'staan ja myös pohdiskelivat suhdettaan hiihtoon. Keskiwiikon seikkailun tarina pohjautuu Amazing race -televisiosarjaan. Tämä Suomessakin hyvin suosittu formaatti oli hiihtoteemaan yhdistettynä kekseliäs idea, mutta toisaalta antoi odottaa kilpailu-

henkisempää koitosta. Nyt tyydyttiin lähinnä leikkimieliseen rastien suorittamiseen.

6.4 Moniaistisuus

Moniaistinen kokeminen lisää viihtymistä ja vie kohti elämyksellisyyttä. Ensimmäinen aiheen väittämäni testasi tapahtuma-alueen juoma- ja ruokapalveluiden osuutta haastateltavien vierailussa. Oleellinen-sanan mukanaolo väittämässä oli merkittävää, ja takasi varman mielipiteen. Seuraava väittämä kysyi samaa, mutta janon ja nälän tyydyttämisen sijaan musiikkinautinnon sekä muiden viihteellisten lisäpalveluiden kautta.

Tulokset osoittavat juoma- ja ruokapalveluiden tärkeyden. Moni oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa, joka piti näitä palveluita tärkeinä, ja keskiarvoksi (X kuviossa 13) muodostui 4,2. Huomionarvoista on, että miesten vastauskeskiarvo oli 4,5 ja naisilla se jäi 4:än. Lieneekö olutteltassa istuminen herroille tärkeämpää? Yleisesti ottaen tapahtumissa satunnaisesti vierailevat (A) kokivat juoma- ja ruokapalvelut säännöllisiä tapahtumakävijöitä (B) selvästi tärkeämmiksi. Kisamakkara on tutkimustulosten mukaan Salpausselän suurinta herkkua.

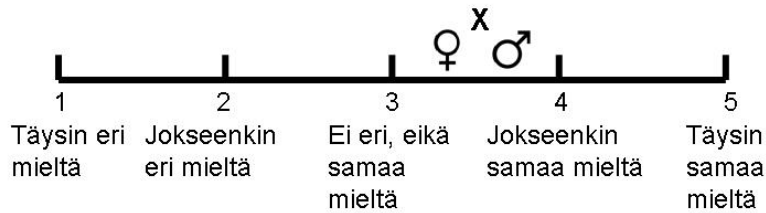


Kuvio 13. Alueen ruoka ja juomapalvelutarjonta on oleellinen osa tapahtumaa.

Haastateltavien mielenkiinto musiikki- ja muihin oheispalveluihin ei odotetusti ollut yhtä suuri. Keskiarvo (oheisen kuvion 14 X) kommentoissa väittämään oli vain 3,5. Vastauksissa oli suurta hajontaa, joten innokkaiden konsertin odottajien täysin samaa mieltä -vastaukset varmasti hieman nostivat keskiarvoa.

Haastateltavista huokui selvästi urheiluhenkisyys sen sijaan, että tapahtumalta odotettaisiin kaikkea mahdollista. Se näkyi myös moniaistisuuteen liittyvässä

avoimessa kysymyksessä, jossa selvitettiin viihteellisiä lisäpalveluita, joita vielä tarvitaan. Katsomoiden taakse kaivattiin paljon lisää näyttöjä ja televisioita, jotta kilpailujen seuraaminen ruokatauoilla olisi helpompaa.



Kuvio 14. Alueen musiikki- ja muut oheistapahtumat ovat oleellinen osa tapahtumaa.

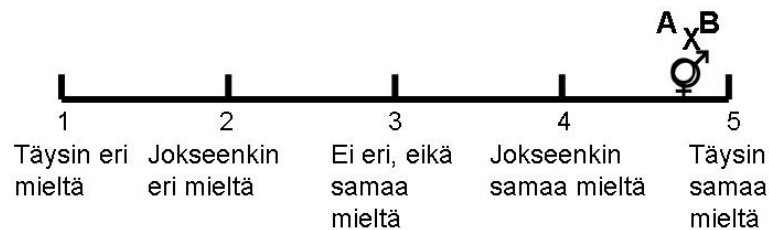
Kysymys "Millaisia viihteellisiä lisäpalveluita kaipaisit Salpausselälle" sai monet vastaajista luettelemaan paljon epäkohtia tapahtumasta, mutta nimenomaan moniaistisuuden näkökulmasta vastaukset keskittyivät lähinnä seuraavien asioiden lisäämiseen; lämpimät (alkoholittomat) oleskelutilat, sekä urheiluun liittyvä tiedottaminen.

"Huono sää voi tuoda huonon sivumaun, mutta ei voi pilata tapahtumaa. Toisaalta hyvä sää voi tehdä tapahtumasta ikimuistoisen", kertoi eräs nuori mies hymyssä suin kisojen perjantain auringonpaisteessa. Kaikkiaan 44 vastaajasta 30 vastasi myöntävästi kysyttäessä, olisiko tullut paikalle säällä kuin säällä. Loppujen 14:n lähtöpäätös oli ollut sään ratkaistavissa. Lähes joka ikinen kertoi säällä olevan suuri vaikutus viihtyvyyteen, ja varsinkin monille hyvää säätä tulokriteerinä pitäneelle se oli myös kaikki kaikessa paikan päällä. Löytyipä silti paljon urheiluhulluja sään uhmaajia, joista yksi tokaisi lauantai-illan jo pakastuessa: "Olisimme täällä, vaikka olisi pakkasta 50 astetta ja tuulisi kuin pohjoisnavalla."

Konserttien tarjoama mahdollisuus musiikkielämyksiin oli jo ennalta arvattavissa ja varmasti myös sekä järjestäjien että artistien tavoitteena. Havaintojeni perusteella yleisö oli jopa hurmiollisesti mukana illan tunnelmassa, saattoihan Lahtihallissa tyydyttää myös makuaistiaan janon sammuttavilla virvokkeilla. Amazing ski racen viimeinen rasti taasen tarjosi osallistujilleen makoisat leivoskahvit perinteikkäässä lahtelaisessa kartanossa ja ehtivät osallistujat vesijumpan yhteydessä porekylpyynkin, joten heidän aistejaan hellittiin monin tavoin.

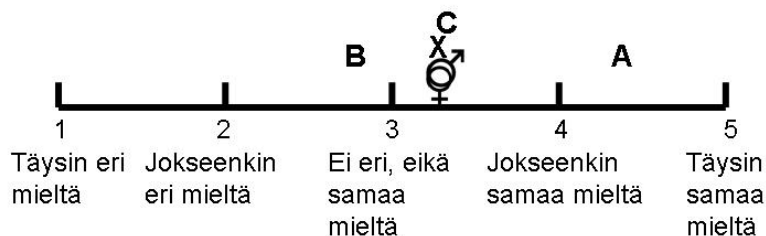
6.5 Kontrasti

Ennakolta ehkä kiistattomin väittämä tarjosi odotettuja tuloksia. Väittämän mukaan tapahtuma eroaa normaaliarjesta, ja keskiarvoksi sille tuli 4,8. Vain 7 haastateltavaa 44:stä ei ollut täysin samaa mieltä ja hekin olivat jokseenkin samaa mieltä. Vastaukset eritaustaisten vieraiden, esimerkiksi satunnaisten tapahtumakävijöiden (kuviossa 15 merkitty A:lla) ja säännöllisten tapahtumakävijöiden (B) välillä poikkesivat hämmästyttävän vähän toisistaan.



Kuvio 15. Tapahtuma tuo vaihtelua normaaliarkeen.

Toisen väittämän perusteena oli elämyskolmion selitys, jonka mukaan kontrastin elementin syntyyn vaaditaan jotain uutta ja jopa eksoottista. Kaikkien vastausten keskiarvo nousi vain vaivoin samaa mieltä olevaksi keskiarvolla 3,3 (kuviossa 16 merkitty X:llä). Yllättäen vähiten uusia kokemuksia, keskiarvolla 2,8, olivat kohdanneet nyt 2.-10. kertaa Salpausselällä olijat (B). Konkarikävijät (C) olivat kokeneet hieman uutuuden viehätystä, kun taas ensikertalaisten (A) korkea vastaus 4,4 oli odotettu korkea. Useat erittäin kokeneista Salpausselän-kävijöistä sentään totesivat, että urheilukilpailujen lopputulokset tarjoavat ennalta odottamattomia ja uusia kokemuksia.



Kuvio 16. Salpausselän kisat tarjoavat uusia ja ennalta odottamattomia kokemuksia.

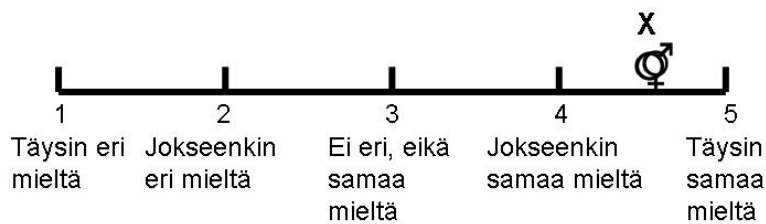
Kysymyksellä Lahden eroamisesta kisaviikonloppuna normaaliarjesta hain mieliteitä tapahtuman vaikutuksista ympäristöön ja mahdollisesti sen ulkopuolelle saakka ulottuvasta elämyksellisyydestä. Tulos oli kuitenkin yllättävä, sillä peräti seitsemän vastaajaa suorastaan tuomitsi, ettei kisoilla tunnu olevan minkäänlaista näkyvyyttä kaupungissa, kun on kävelty 200 metriä urheilukeskuksesta pois. Moni kaipasi nyttemmin kadonnutta takavuosien suurta näkyvyyttä keskikaupungin näyteikkunoissa. Valtaosa haastatelluista linjasi Lahden muuttuvan kovasti kansainvälisemmäksi kisaviikonloppun aikana, mutta toisaalta myönsi, ettei väriä keskikaupungilla juuri näy - ainakaan päiväsaikaan. Salpausselän kisojen vaikutus ravintoloiden, yökerhojen ja hotellien täyttymiseen on tulosten perusteella kiistatoman suuri.

Omien havaintojeni mukaan vaihtelu tavalliseen arkeen Lahdessa näkyi jo alkuviiikosta. Keskiviikon lava torilla herätti monen markkinoilla joka kuukausi vierailevan kaupunkilaisen katsomaan, mistä oli kysymys. Tulevaa viikonloppua ja MM-kisojen hakemista markkinoineella lavalla nähtiin päivän aikana muun muassa stand up -komiikkaa, arvontoja, kisailuja, musiikkiesityksiä sekä "ve-tonaulana" Janne Ahonen (Määttä 2010). Vieläkin enemmän tavallisuudesta poikkeavaa toimintaa oli tarjolla Amazing ski racen osallistujille, joiden kohdalla myös uusien ja ennalta arvaamattomien kokemusten kriteeri täyttyi täydellisesti muun muassa frisbie-kenkäilyn avulla. Tapahtuma alkoi suorastaan salaperäisissä ja odottavissa tunnelmissa, mikä vielä korosti uutuutta ja eksoottisuutta. Hittiar-tistin näkeminen Lahti-hallin lavalla lienee odotettu ja juhlallinen tilaisuus kenelle tahansa konserttivieraalle, joten kontrastia arkeen syntyi myös iltatapahtumissa.

6.6 Vuorovaikutteisuus

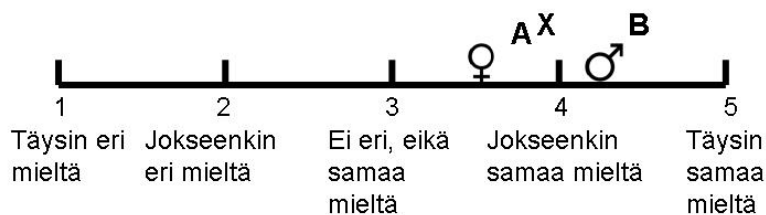
Ensimmäinen vuorovaikutteisuutta mittaava väittämä pohjautui muiden kokijoiden merkitykseen elämyksen syntymisessä. Jo ennakkoon oli tiedossa Salpausselän kisojen luonne tapahtumana, johon tullaan kaveriporukalla tai perheen kanssa. Toisella väittämällä haluttiin selvittää tapahtuman luonteen mahdollistamaa lisävuorovaikutusta, jota syntyy muiden kisavieraiden parissa.

Tulokset osoittavat, että lähes kaikki haastateltavat olivat jokseenkin tai täysin samaa mieltä perheen ja ystävien tärkeästä merkityksestä tapahtuman kokemisessa. Keskiarvo (kuviossa 17 merkitty X:llä) oli kaikilla vastaajilla 4,5. Se olisi ehkä ollut vieläkin korkeampi, jos haastateltaviksi ei olisi valikoitunut muutama yksin tapahtumaan tullut. He olivat käytännössä täysin yleistä mielipidettä vastaan, mutta tuntuivat silti viihtyvän.



Kuvio 17. Tapahtuman kokeminen perheen ja ystävien kanssa on tärkeää.

Kisoja ihmisten kohtaamispaikkana tutkineeseen väittämään tuli vastauksia laajemmalla skaalalla ja keskiarvoksi muodostui 3,9. Huomionarvoista on, että hyvin useat haastateltavat täsmensivät tapaavansa nimenomaan vanhoja tuttuja tapahtumassa uusien tuttavuuksien sijaan. Miesten vastauskeskiarvo tuli selkeästi naisia suuremmaksi (ks. kuvio 18). Myös käyntikerrat Salpausselällä näyttävät lisäävän mahdollisuutta tuttujen näkemiseen, sillä ensikertalaiset (A) kommentoivat väittämää 3,8:n ja konkarikävijät (B) jopa 4,5:n keskiarvolla. Monet kertoivat nähneensä tuttuja sattumalta ensi kertaa vuosikausiin.



Kuvio 18. Tapahtuma on myös paikka johon tulen tapaamaan uusia ja vanhoja tuttavuuksia.

Kuten myös aiemmin tässä opinnäytetyössä esitetään, vuorovaikutteisuus on kenties olennaisin elämyksellisyyden elementeistä. Oppaan tai muun palveluntarjoajan merkitys asiakkaan kokemukseen on usein sangen suuri. Tätä aspektia halu-

sin selvittää Salpausselän kisoissa kysymällä, miten kenttäkuuluttaja ja muut toimijat lisäävät viihtyvyyttä tapahtumassa.

Tulokset olivat hyvin yksiselitteisiä sen osalta, että kuuluttajista on suuri hyöty kilpailutapahtumien seuraamisen kannalta. Haastateltavat kiittelivät sitä, että heidän huomionsa osaltaan kiinnittyi asioihin, joihin se muuten ei kohdistuisi, ja niistä annetaan sopivasti lisätietoa. Myös aikataulujen kertaamista sekä monikielisyttä arvostettiin, mutta tärkeimmäksi asiaksi informatiivisuuden rinnalla nousi tunnelman luominen.

Kun esitin jatkokysymyksen yleisön huudattamisen merkityksestä viihtymiseen, olivat vastaukset lähes täysin sen kannalla, että kuuluttajat tekevät hyvää työtä. Heitä siis arvostettiin myös tunnelmanluojana. Salpausselällä kuuluttamossa oli myös erillinen tiskijukka, joka yhteistyössä selostavien kuuluttajien kanssa sai välillä yleisön todelliseen hurmukseen, esimerkiksi juuri ennen Janne Ahosen hyppyä. Musiikki osana viihteellistä kuulutustyyliä sai haastateltavilta lähes pelkästään positiivisia kommentteja.

Eräs haastateltava pohdiskeli perin mielenkiintoista kysymystä siitä, tuleeko urheilukilpailujen kuuluttajan olla lähempänä raportoivia selostajia vai yleisön lämmittelijää: "Täällä kuuluttajat eivät ole journalisteja, vaan yleinen viihtyvyys ja tunnelman luominen ovat etusijalla." Mielessäni heräsikin kysymys, ovatko myös Salpausselän kisat menossa kohti tapahtumaa, jolla halutaan miellyttää kaikkia. Eikö selostaja edes yhdessä maailman perinteisimmistä hiihtokilpailuissa voi keskittyä pelkästään pääasiaan, hiihtokilpailujen selostamiseen?

Pohdin asiaa kisojen aikana havainnoidessani tapahtumia. Välillä hiihtostadion muuttui ällistyttävän nopeasti urheilukatsomosta kuin karnevaaleiksi, kun kärkiihittäjät saapuivat sinne ja kuuluttajat musiikin säestyksellä alkoivat huudattaa yleisöä ja jättivät selostamisen toissijalle. Hiihtoselostuksessa tyyli korostui vielä mäkihypyn selostusta enemmän. Jo aiemminhan mainitsin toisen haastateltavan linjauksen siitä, että vaikka Salpausselällä on menossa urheilukisat, on se kuitenkin

kin yleisötapahtuma. Tämä tuntuu olevan ainakin kuuluttajien lähtökohtana, joten kisavieraiden viihtyvyys lienee tapahtumassa etusijalla.

Halusin selvittää haastatteluissa myös enemmän vastaajien mielteitä erilaisista vuorovaikutussuhteista tapahtumassa. Edellinen kysymys viittasi jo järjestäjien ja yleisön väliseen suhteeseen, minkä lisäksi tiedustelin asian laitaa yleisön ja urheilijoiden välillä. Hieman yllättäen haastateltavat eivät osanneet yleensä kommentoida suhdetta järjestäjien kanssa. Muutamit, jotka siihen ryhtyivät, mainitsivat jo aiemminkin korostuneen vapaaehtoisten erinomaisen panoksen, mutteivät enempää. Vastauksista välittyi kuitenkin Salpausselällä vallitseva hieno henki ja kisajärjestäjien sekä yleisön välinen molemminpuolinen luottamus siihen, että kaikki viihtyvät ja saavat apua tarvittaessa kysymys- tai hätätilanteissa.

Vastaukset yleisön ja urheilijoiden välisestä vuorovaikutteisuudesta olivat hieman yllättäen lähes yksimielisiä. Niiden mukaan urheilijat tekevät suorituksensa ja yleisö katsoo, mikä on ylipäättään ainoa tilanne, jolloin urheilijoita voi nähdä. Yleinen vastaus oli siis, ettei mitään vuorovaikutusta ole. Vain kaksi haastateltavaa 44:stä mainitsi kannustamisen, jota parhaassa tapauksessa seuraa urheilijan takaisin heiluttaminen tai kiittäminen. Yksi vastaajista oli seurannut mäkihyppääjä Adam Malyszin haastattelua Eurosport-teltan lavalla, mutta sielläkään yleisökysymyksille ei annettu sijaa. Sangen moni haastateltavista ei osannut vastata kysymykseen lainkaan. Liekö syynä sitten juuri vuorovaikutteisuuden lähes täysi puuttuminen.

Tuosta puutteesta sen sijaan after ski -konserteissa ei ollut tietoaakaan, sillä jokainen yleisöä viihdyttämään tulleista yhtyeistä myös piti sitä yhtenä esiintymisensä kulmakivistä. Kansaa laulatettiin, tanssitetiin ja huudatettiin, mikä kuvastaa erinomaisella tavalla vuorovaikutteista yleisötapahtumaa. Myös päiväsaikaan Eurosport-areenan trubaduurit ja persoonalliset juontajat pitivät yleisön kanssa kommunikointia osana esiintymistään.

Amazing ski racen vetäjä sekä kaikki rastinpitäjät nauttivat selkeästi työstään ja tapahtuman tuottamisesta kilpailijajoukolle. Päivän kuluessa ehdittiin myös tu-

tustua puolin ja toisin, minkä lisäksi ennalta toisilleen tuntemattomat kilpailijat tutustuivat toisiinsa. Vetäjän paikallistuntemus toi minulle itselleni ulkopaikkakuntalaisena lisäarvoa, kun kuulin tarinoita ja taustoja vierailupaikoista. Niitä täydensivät usein muiden osallistujien muistot ja mietteet puheenaiheista.

6.7 Muita tuloksia

Tutkimushaastatteluni selvitti kisavieraiden mielestä tärkeimpiä elementtejä onnistuneen talvitapahtuman järjestämisessä. Tällä hain nimenomaan mahdollisia suoria esiin tulevia yhtäläisyyksiä elämyksellisyyden elementteihin. Oletuksena oli, että onnistunut vierailu toimivassa tapahtumassa voisi olla elämys. Tulokset osoittautuivat käytännönläheisemmiksi, joskin niistä on erotettavissa myös elämyksellisyyden elementtejä. Peräti puolet vastaajista mainitsi sään yhdeksi tärkeimmistä osatekijöistä. Muuan kommentti säästä kuului: "Siihen ei voi vaikuttaa millään lailla, mutta varautua voi." Järjestelyiden toimivuus ylipäätään oli seuraavaksi suosituin vastaus, ja erityisesti ruoka- ja WC-palveluiden riittävyyden, mainitsi noin neljännes kisavieraista.

Myös tunnelmaa tapahtumassa arvostettiin, sillä sen mainitsi noin viidennes haastateltavista, joiden vastaukset muuten tässä kysymyksessä olivat melko hajanaiset. Urheilijoiden läsnäolon tapahtumassa näki yhdeksi tärkeimmistä osatekijöistä kuusi (13 %) vastaajaa. Useat heistä mainitsivat suomalaisten menestyksellä olevan erityisen suuri merkitys myös koko tapahtumakäynnin onnistumisen kannalta. Seuran mainitsi vain viisi (11 %) haastateltavaa, mitä voi pitää yllättävänä, kun ottaa huomioon aiemmin väittämien ja havainnoinnin avulla korostuneen vuorovaikutteisuuden vaikutuksen tapahtumakäynnissä. Lienevätkö seura ja yhdessä kokeminen niin itsestään selviä monelle haastateltavalle, ettei niitä mainittu?

Huomionarvoinen taustatietojen keruun kautta saatu tutkimustulos osoittaa, että kaikki haastateltavista asuivat verraten lähellä Lahtea. Kauimpaa tullut oli kotoisin Jyväskylästä, vain 170 kilometrin päästä Lahdesta. Keskimäärin haastateltavat

olivat taitaneet 44 kilometrin matkan tapahtumaan. Ainoastaan neljästä päijäthämäläisestä kunnasta ei ollut vastaajia. Pääkaupunkiseudun kunnat olivat tasaisesti, mutta melko niukasti edustettuna (vain 8 vastaajaa 44:stä). Lieneekö takavuosina liikennöineen kisajunan puuttuminen verottanut Helsingin alueen katsojia? Yhteyden puuttumisen otti esille useampi haastateltava. Havainnointi osoitti kisavieraitä tulleen Keski-Euroopasta asti, mutta suomalaisten haastateltavien saapuminen korkeintaan Lahden naapurimaakunnista kertoo, ettei tapahtuma ole välttämättä vetovoimainen koko Suomessa. Kuten aiemmin Morganin tutkimuksen yhteydessä viittasin, myös kulkuyhteyksien on tuettava tapahtuman elämyksellisyyttä.

7 YHTEENVETO

7.1 Johtopäätökset

7.1.1 Elämyksellisyyden läsnäolo tapahtumissa

Havainnoinnin ja haastattelujen avulla kerätyt tutkimustulokset osoittavat, että kaikki kuusi elämyksellisyyden elementtiä olivat esimerkkitapahtumissa läsnä jollain tasolla. Tulosten avulla voi myös vertailla teemojen tärkeyttä keskenään ja arvioida niiden olennaisuutta. Esitän alla johtopäätöksiä teemoittain edeten näkemykseni mukaan epäolennaisimmasta elementistä tärkeimpään.

Tutkimustulosteni pohjalta voi päätellä aitouden elementin olevan osa myös tapahtuman elämyksellisyyttä. Sen tärkeys etenkin Salpausselän kisoissa ei osoittautunut suureksi, sillä kaupallisuus ei juuri häirinnyt kisavieraita. Tapahtuma voi olla sekä kaupallinen että aito. Erään näkemyksen mukaan ydinpalvelun lomaan huonosti sopivat oheistapahtumat eivät myöskään välttämättä nakerra aitoutta. Jokainen tapahtumankokija muodostaa oman käsityksensä aitoudesta. Osalla kokonaisuuteen vaikuttavat myös oheispalvelut, kun taas toisille ydintapahtuma määrittää kokemuksen.

Esitän kontrastin elementin olevan esimerkkitapahtumien perusteella vasta viidenneksi merkittävin elämyksen elementti. Tulokset osoittivat tapahtumien kiistatta tuovan suurta vaihtelua arkielämään, mutta osoittivat myös, etteivät Salpausselän kisat tarjoa juurikaan odottamattomia kokemuksia. Tämä olisi elämyksellisyyden näkökulmasta otollisinta. Amazing ski racen suhteen asia oli toki eri tavalla. Kokonaisuutena ajatellen kontrasti ei ole yksi tärkeimmistä elementeistä, kuten elämyskolmion kehittäjät näkevät. Tapahtumat näkyivät kohtalaisesti ulospäin, mikä piristi Lahtea ympäristönä.

Pelkkä Salpausselän kisojen perinteikkyyks tekee monelle tapahtuman vieraalle kokemuksesta lähes automaattisesti elämyksellisen. Tarinan elementti voidaan nähdä lähes poikkeuksetta perinteiden kautta hyvin oleelliseksi. Toisaalta ensi kertaa toteutetut tapahtumat perustuvat muuhun kuin perinteeseen, jolloin merkitys on pieni. Positiiviset kokemukset tapahtumasta lisäävät toistuvan tapahtumavierailun ja käyntiperinteen synnyn todennäköisyyttä.

"Lahdessa ei ole mitään muuta tapahtumaa talvella, mikä tekee Salpausselän kisoista kiinnostavan", totesi eräs kisavieras kysymykseen tapahtuman yksilöllisyydestä. Voiko tapahtuma olla ainutlaatuinen "paremman puutteessa"? Toisaalta kyseinen henkilö vastasi muihin kysymyksiin perustellummin ja viihtyi tapahtumassa. Olivatpa yksilöllisyyden lähtökohdat minkälaisia tahansa, tarvitaan sitä elämyksellisyyteen. Joskus voi riittää, ettei mitään parempaa ole tarjolla. Tapahtuman ei tarvitse olla aivan erityisellä tavalla ainutlaatuinen, jotta se on kiinnostava. Tätä ei vaadita myöskään elämyksellisyyden syntyyn. Toki yksilöllisyyden lisääntyessä todennäköisyys elämyksen muodostumiseen kasvaa. Sitä tukee myös asiakaslähtöinen tapahtuman järjestäminen sekä toiveiden huomioon ottaminen.

Toiseksi tärkeimmäksi elämyksen osatekijäksi tapahtumissa katson moniaistisuuden. Tutkimuskohteinani olivat yleensä melko nopeiden palvelujen tai kertakäyttöisten tuotteiden sijaan jopa monipäiväiset tapahtumat, joissa pelkkä ydinpalvelun onnistuminen ei riitä. Tapahtuma on palvelutuote, joka koostuu monista tekijöistä. Pitkän kisapäivän aikana on vieraan nälkä ja jano saatava tyydytettyä, mieluiten laadukkaan palvelun siivittämänä hyvällä ruualla ja juomalla. Seikkailutapahtuma sen sijaan tuntuu sitä suuremmalta elämykseltä, mitä enemmän aisteja saadaan hyödynnettyä. Taustamusiikki tekee ydinpalvelun kokemisesta tapahtumassa entistä miellyttävämpää. Koska tutkimustulosten mukaan urheilukilpailujen ohessa konserttien järjestämistä pidettiin vain vähän tärkeänä, en näe niitä välttämättöminä osana kokonaisvaltaista tapahtumaelämystä, kuten jo aitoutta käsitellessäni viittasin.

Amazing ski racessa sekä Salpausselän urheilu- ja musiikkitapahtumissa vuorovaikutteinen kokeminen on kaikkien tutkimusmenetelmien ja -tulosten perusteella

erittäin tärkeää. Haastattelun tulokset osoittavat, että kisavieraiden miellyttävään kokemukseen vaaditaan lähes joka tapauksessa kommunikaatiota muiden ihmisten kanssa. Sen avulla saadaan tietoa, viihdytään ja jaetaan kokemus yhteisesti. Tutkimustulokset osoittavat myös tunnelman tärkeän vaikutuksen yleisötapahtumassa. Tunnelma on nähtävissä koko yleisön ja tapahtuman välisenä laajana vuorovaikutuksena, joka yleensä paranee, kun väkeä on paljon ja järjestelyt toimivat. Vuorovaikutteisuus on esimerkkitapahtumissa suorittamani tutkimukseen mukaan elämyksellisyyden merkittävin elementti, tärkein askel elämyksen syntymisen tiellä.

7.1.2 Tapahtumavieraan kokemisen tasot

Sekä havainnointini että tutkimushaastattelujeni pyrkimys oli tapahtuman elämyksellisyyden selvittäminen, vaikka käytännön tasolla keskityin paljon arkisempiin tekijöihin. Haastateltaville mainittiin ainoastaan tutkimuksen aihe, mutta muutoin elämyksestä en suoranaisesti heidän kanssaan keskustellut. Haastattelujen ja havainnoinnin tulokset antavat silti käsityksen, millä elämyskolmion esittelemillä kokemisen tasoilla tapahtumavieraat olivat.

Tapahtumissa oli mukana myös vieraita, jotka eivät olleet edes motivaation tasolla. Nämä seuran vuoksi paikalla olleet henkilöt eivät olleet kiinnostuneita tapahtumasta, joten sen kokeminen ei heidän osaltaan näyttänyt olevan matkalla kohti elämyksellisyyttä.

Suuressa yleisötapahtumassa on aina väkeä, joiden syy paikallaoloon ei ole tapahtuma kokonaisuutena. He eivät edes alitajuisesti etsi elämyksiä. Sen sijaan valtaosa esimerkkitapahtumiin osallistujista oli kiinnostuneita ympäristöstään, minkä osoitti heidän usein innokas ja aktiivinen osallistumisensa tapahtumien eri osa-alueisiin. Tämä joukko on siirtynyt motivaation tasolle oikeastaan jo ennen varsinaisten tapahtumien alkamista. Kuten tapahtuman järjestäminen, myös sen kokeminen voi alkaa ennen varsinaista tapahtumaa. Tällöin kokija käy läpi kiinnostumisen ja hänessä syntyy halu osallistumiseen.

Kaikki vieraat kokivat tapahtumien puitteet, ohjelman, tunnelman ja paljon muuta jollain tavalla. Näin on myös ei-motivoituneiden vieraiden kohdalla. Tapahtuman kokijat viettivät kokemisen fyysisellä tasolla käytännössä koko sen ajan, mitä paikalla olivat. Kisamakkaroina maisteltiin, kuulutuksia ja konsertteja kuunneltiin, kanssaihminen kanssa kilpailtiin, koettiin ja viihdyttiin.

Ihminen kokee yleisötapahtumassa valtavan määrän asioita käyttäen kaikkia aistejaan. Tämän vuoksi moniaistisuuden merkitys tapahtumassa on niin suuri. Kokemiseen liittyvät tietyn ihmisjoukon, järjestäjien, tarjoamat palvelut ja tuotteet, joita käyttäessään kokija on väistämättä vuorovaikutuksessa sekä niitä tarjoavien että käyttävien ihmisten kanssa.

Kaikki Salpausselän kisoissa haastatellut pystyivät ilmaisemaan näkemyksensä väittämiin ja vastaamaan kysymyksiin kertomalla ajatuksiaan, mikä osoittaa heidän olleen useammalla kokemuksen tasolla yhtäaikaista. Yhtäältä nautittiin tapahtumasta ja toisaalta pystyttiin jo refleктоimaan sitä. Sama pätee myös omaan havainnointikokemukseeni kaikista tapahtumista. Osallistuvana havainnoijana elin mukana, ja toisaalta loin ensikäsitykseni ympäröineistä asioista. Kuten on ennakoitu, elämyksen kokemisen vaiheet voivat olla käynnissä osin yhtäaikaista.

Tutkimuksen esimerkkitapahtumien kokijoiden tyytyväisyys tai tyytymättömyys järjestelyjä kohtaan kertoo jo siitä, että kokija on saavuttanut elämyskolmion esitelmän älyllisen tason. Mieli pidä mihin tahansa osatekijään vaatii tapahtumassa aistittuja ärsykeitä eli sen kokemista alitajuisesti ja tiedostavasti. Oppiminen viihteellisissä tapahtumissa jää usein vähemmälle. Kokija oppii mahdollisesti tuntemaan uusia ihmisiä, muistaa tapahtumia ja kehittyy jossain asiassa. Mutta tarvitaanko näitä askelia elämyksen saavuttamisessa, kun kyseessä on tapahtuma, johon on tultu viihtymään?

Tutkimustulosteni perusteella on mielenkiintoista arvioida, kenelle haastatelluista ja havainnoiduista tapahtumakävijöistä eletty kokemus oli elämys. Kaikkien elämyksellisyyden kuuden elementin voi väittää tulosten perusteella vaikuttaneen

taustalla. Tällöin voisi yksinkertaisesti olettaa jokaisen tapahtumissa olleen kokeneen elämyksiä. Tässä vaiheessa on kuitenkin syytä ottaa esille myös tämän opinäytetyön alkupuolella mainittu elämyksen subjektiivinen luonne. Jo vahvasti koettu motivaation taso ennen tapahtumaa, korkeat ennako-odotukset ja niiden täyttymisestä saatu tyydytys voivat johtaa "automaattisempaan elämykseen." Toisaalta taas jotkut tapahtuman kokijat eivät koe elämyksiä, vaikka edellytykset olisivat olemassa.

Tutkimukseni osoittaa, että sekä Amazing ski race Lahti että Salpausselän kisat oheiskonsertteineen ovat elämyksellisiä tapahtumia. Elämyksellisyys ei siis kuitenkaan takaa elämystä. Sen syntyminen ratkeaa jokaisen kokijan henkilökohtaisten odotusten, tekojen, ajattelun ja myös alitajuisen tunteen myötä. Havainnoituani ihmisten tyytyväisiä ilmeitä ja iloisia keskusteluja sekä haastateltuani heitä voin väittää valtaosan tapahtumien vieraista edenneen elämyskolmion neljännelle tasolle ja kokeneen elämyksiä.

Muutoksen saavuttaminen vapaa-ajan yleisötapahtumassa on harvinaista. Tutkimustulokseni eivät viittaa käytännössä lainkaan elämyksiä kokeneiden vieraiden siirtymiseen elämyskolmion esittämälle henkiselle tasolle, jossa oleellista on elämyksen mahdollistama muutos. Lapin elämysteollisuuden näkemystä tarkkaan tutkimalla saattaa huomata, että sen mukaan elämys "voi" johtaa muutokseen. Kun ottaa tämän huomioon, voi jo elämykseen pääsyä pitää onnistuneena prosessin päätepisteenä.

Väitän, että ensikertalaisille elämyksellisestä tapahtumasta nauttiminen ja sen tajuminen, että tapahtuma on uudelleen vierailemisen arvoinen, ovat lähimpänä muutosta. Tietyissä tapahtumassa käymisestä saattaa muodostua uusi perinne, ikään kuin elämänmittainen harrastus. Tämä toki on muutosta aiempaan, muttei vaikuta kokijaan juurikaan henkisellä tasolla. Näkemykseni mukaan tapahtumassa korkein kokemisen taso on elämyksen kokeminen!

7.2 Kohti elämyksellisempiä tapahtumia

Yleisötapahtumaa, jossa vieraileminen on kävijälle positiivinen kokemus tai jopa elämys, ei ole yksinkertaista järjestää. Jos järjestelyt perustuisivat esimerkiksi elämyksellisyyden kuuden elementin tavoitteluun, kärsisi itse pääasia jonkin verran. Eihän esimerkiksi Salpausselälläkään pelkkä elämyksiä tuottava tapahtuma ole pääasia, vaan kisat perustuvat urheilun seuraamiseen. Toki sen ympärille muodostunut yleisötapahtuma halutaan järjestää mahdollisimman hyvin, ja niin, että vierailu on positiivinen kokemus.

Suurissa tapahtumissa elämyksellisyyden tavoittelu on vaikeampaa, sillä osallistujat edustavat lähes kaikkia ikä- ja yhteiskuntaluokkia. Pienempään asiakassegmenttiin keskittyvä tapahtuma voi luoda esimerkiksi tarinansa kaikille kävijöille mielekkääksi. Salpausselän urheilukisojen ja Amazing ski racen vertaaminen todistaa selvästi pienemmällä tapahtumalla olevan onnistuessaan suuremmat mahdollisuudet koko kävijäjoukon elämyksien takaamiseen. Elämyksellisyys vaatii siis myös erikoistumista.

Esitin jo aiemmin vuorovaikutteisuuden, moniaistisuuden ja yksilöllisyyden olevan kolme tärkeintä osatekijää yleisötapahtuman elämyksellisyydessä. Yksinkertainen askel kohti todennäköisempiä onnistumisia kävijöiden elämyksen kokemiseen on tarjota sellaista ensiluokkaista palvelua sekä sellaisia laadukkaampia tuotteita, mitä muualta ei ole saatavissa. Tällöin tärkeimmät osatekijät on huomioitu ja monista osatekijöistä koostuva tapahtumakokonaisuus toimii sekä tukee elämyksellisyyttä.

7.3 Työn ja tutkimuksen arviointi

Lähestymistapani elämyksen muodostumisen syntyyn on perustunut vahvasti Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen kehittämään elämyskolmio-malliin. On syytä muistaa, ettei tämä näkemys ole suinkaan ainoa käsitys. Elämyksen kokeminen on subjektiivista, eikä millään selitysmallilla voida kuvata sitä täydellisesti.

Elämukseen vaikuttavat 1) ulkoiset tekijät, elämyksellisyyden elementit, ja 2) ihmisen omat (sisäiset) valmiudet edetä kokemisen tasoilla. Ehkä juuri asian moniselitteisyyden johdosta sen tutkiminen on niin kiehtovaa. Elämyskolmio päätyi teoriaosuuteni kulmakiveksi sekä tutkimukseni pohjaksi kuin automaattisesti, kun eri näkökulmiin tutustuttuani totesin mallin suorastaan nerokkaan, mutta yksinkertaisen luonteen. Tyytyväisyyteni tehtyyn valintaan säilyi koko opinnäytetyön teon ja tutkimusprosessin ajan.

Tutkimuksen pohjaksi luomani teoriaosuus on mielestäni onnistunut. Työni aiheen kertomat keskeiset käsitteet auttoivat alustavan sisällysluettelon luonnissa. Tämän jälkeen oli luontevaa jatkaa jo aiemmin opintojeni aikana aloittamaani tutustumista elämyskirjallisuuteen. Myös näkemykset tapahtuman järjestämisestä sekä artikkelit ja tutkimukset tapahtuman elämyksellisyydestä koin kiehtoviksi teoriaa kirjoittaessani. Käytin suuresta aineistosta vain oleellisimpia ja parhaita lähteitä, jotka tarjosivat myös kiitettävän mahdollisuuden tulkita ja vertailla eri näkemysten eroja ja yhtäläisyyksiä. Erilaiset toimintamallit tapahtuman järjestämisessä ja ennen kaikkea ajatusmallit elämyksen syntymisestä edustavat hyviä esimerkkejä tällaisista eroista.

Oman näkemykseni mukaan käyttämäni tutkimusmenetelmät olivat sopivimpia elämyksellisyyden tutkimiseen. Katsoin ne perustelluiksi jo ennen esimerkkitapahtumia, mutta myös analysoidessani saatuja tuloksia. Pelkät haastattelutulokset olisivat kertoneet vain vieraiden yksittäisistä näkemyksistä, eikä niitä olisi voinut yhdistää havainnoituun ympäristöön ja kokonaisuuteen. Toisaalta pelkästään havainnoimalla olisi ollut mahdotonta tarttua moniin tapahtumakävijöiden hyviin mielipiteisiin ja erityisesti tulkita heidän ”kulkuaan” kokemisen tasoilla. Pidän tutkimustani siis täysin validina. Aiemmin esittämäni johtopäätökset ovat tulosten tulkitsemisen myötä perusteltuja.

Tutkimukseni reliabiliteetti ei ole aivan yhtä korkealla tasolla validiteetin kanssa. Skaalakysymysten tulosten keskiarvot eivät olisi todennäköisesti muuttuneet, vaikka haastateltavia olisi ollut kaksinkertainen määrä. Sen sijaan avointen kysymysten näkemykset olisivat voineet olla täysin erilaiset, jolloin en olisi välttämättä

päätynyt pitämään vuorovaikutteisuutta tärkeimpänä elämyksellisyyden elementtinä. Uskon, että tutkimuksen toistaminen seuraavissa tapahtumissa silti tuottaisi lähes täysin samanlaisia tuloksia muun muassa siitä, että esimerkkitapahtumat tarjoavat hyvät lähtökohdat kokijan elämykselliseen vierailuun. Havainnoinnin pitkä kesto ja haastateltavien suurehko määrä tekevät tuloksista luotettavia.

Suunnittelin taktiikkaani havainnoijana vielä edellisenä iltana ennen tapahtumia. Myös haastattelurunko koki muutoksia vielä koko tapahtumaa edeltäneen viikon. Viimeisten koehaastatteluiden perusteella päätin muuttaa skaalakysymysten aseteikon seitsenportaisesta viisiportaiseen. Koin tämän tarpeelliseksi vastaamisen helpottamiseksi. Ratkaisu osoittautui myöhemmin ehdottomasti oikeaksi. Jokin väittämistä tuntui ehkä itsestäänselvyydeltä, kuten kontrasti-teeman ensimmäinen väite, mutta sitäkin oli silti testattava. Tulokset olisivat voineet olla toisenlaisia, joten olen tyytyväinen, etten omista olettamuksista huolimatta pitänyt mitään itsestään selvyytenä.

Aloitin tutkimuksen suunnittelun yli kuukautta ennen tapahtumia. Valmistautumisen loppuvaihe oli silti hyvin kiireinen, mikä onneksi vaikutti lopulta vain yhteen kysymykseen, jota pidin epäonnistuneena. Haastattelun tiukasti strukturoimaton luonne mahdollisti heikkouden paikkaamisen haastattelussa. Haastattelurungon tekeminen muotoon, jossa skaalaväittämät ja avoimet kysymykset vuorottelivat, oli onnistunut valinta. Väittämät kuljettivat juttutuokiomaisia haastatteluja luontevasti temasta seuraavaan ja nopeuttivat vastaamista. Käytin tulosten purkamiseen, raportoimiseen ja analysoimiseen yhteensä noin kaksi viikkoa. Tutkimusprosessin ajankäyttö kokonaisuutena oli onnistunut, ja olen siihen tyytyväinen.

7.4 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Salpausselän kisojen tai sen oheistapahtumien järjestelyiden lähtökohtana ei ole pidetty ensisijaisesti elämyksellisyyden tavoittelua. Elämykselliseen tapahtumanjärjestämiseen voisi kehittää toimintamalleja tai asiaan voisi paneutua järjestämällä aivan uuden tapahtuman, jossa suunnittelun ja toteutuksen kaikissa vai-

heissa esimerkiksi elämyskolmion kuusi elementtiä pidettäisiin toiminnan taustalla. Tätä kautta voisi tutkia myös hieman sivuamaani kysymystä siitä, millainen on ennako-odotusten ja tapahtuman järjestelyiden merkityksen suhde matkalla kohti asiakkaan elämyksellisempää kokemista. Myös aiemmin käsittelemäni yleisötapahtuman ja viihteellisyyden merkitys urheilukisoissa on aihe, jonka pohtimisen voisi viedä pitemmälle.

Minua itseäni eniten kiinnostava asia tämän tutkimuksen jatkoksi olisi syventyä elämyksen kokijan mielenliikkeisiin tarkemmin. Lähtökohtana tämänkaltaisen tapahtuman elämyksellisyyden tutkimiseen voisi edelleen olla elämyskolmio, mutta huomio voisi olla elämyksellisyyden elementtien sijaan kokemuksen tasoissa. Tässä tutkimuksessa käytetyillä menetelmillä jatkotutkimusta tuskin voisi toteuttaa. Pitempi teemahaastattelu, johon haastateltava olisi valmistautunut ainakin tutustumalla teoriaan kokemuksen tasoista, toimisi tutkimuksen pohjana.

Eräs elämyksellisyyteen syventymisen myötä askarruttamaan jääneistä tutkimuskohteista on se, tuleeko kaiken olla elämyksellistä. Monet alan julkaisut esittävät palveluiden ja tuotteiden menevän tähän suuntaan. Omasta mielestäni monista arkipäiväisistä asioista, kuten jo aiemminkin mainitusta hammastahnasta, voidaan tehdä kiinnostavampia, muttei niitä ole tarpeen markkinoida eikä nähdä elämyksinä. Tämä tutkimussuunta voisi pohtia myös elämyksellinen-sanon nykyistä liikakäyttöä, joka aiheuttaa sanan merkityksen "arvon laskua".

Elämyksen kokemista tarkemmin analysoivalla tutkimuksella voisi myös kyseenalaistaa elämyskolmion tasoja, eteenkin älyllisen tason. Sen mukaan matkalla kohti elämystä tapahtuu myös oppimista. Onko tämä kuitenkin välttämätöntä viihteellisissä tapahtumissa elämyksen kokemiseksi? Tämän tutkimuksen perusteella, ja tämänhetkisen näkemykseni mukaan, vastaus kysymykseen on kielteinen. Eteenkään tapahtumaelämyksen muodostumiseen ei vaadita monimerkityksellisiä oppimiskokemuksia. Elämyskolmio huipentuu muutokseen, ja myös Pinen ja Gilmoren näkemyksen mukaan kokemusten tulisi johtaa siihen. Muutoksen välttämättömyyden ja toteutumisen todennäköisyyden jatkotutkiminen on kiinnostavaa.

7.5 Lopuksi

Tämä opinnäytetyö kirjoitettiin kahdessa ja puolessa kuukaudessa. Opinnäytetyöprosessini sen sijaan kesti kaksi ja puoli vuotta. Oikean aiheen löydyttyä joulukuussa 2009 asiat alkoivat viimein loksahdella paikoilleen. Siitä lähtien olen ollut päivä päivältä motivoituneempi ja aihe on muuttunut kiehtovammaksi. Opinnäytetyöprosessi huipentui tutkimuksen tekoon, mistä nautin paljon. Ajankäyttöön, koko prosessi huomioiden, en voi missään nimessä olla tyytyväinen. Vaikeudet henkilökohtaisessa elämässä sekä edellisen aiheen kanssa koetut ongelmat yksinkertaisesti johtivat pitkittyneeseen opinnäytetyön valmistumiseen. Loppuvaiheen onnistuminen jättää kuitenkin opinnäytteen teosta hyvän jälkimaun.

Opinnäytetyön saaminen valmiiksi monien vaiheiden jälkeen on minulle äärimmäisen helpottava asia. Tämä työ ei olisi koskaan valmistunut ilman yliopettaja Tiina Seikkulaa, työn ohjaajaa Mikko Kääriää sekä ennen kaikkea perhettäni ja muita tukijoukkoja Espoossa. Heiltä kaikilta saatu apu, vinkit ja kannustus mahdollistivat onnistuneen lopputuloksen. Haluan kiittää heitä sydämeni pohjasta.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Aho, S. 2001. Matkailuelämys prosessina: Elämyksen synnyn ja kehityksen vaiheet. Teoksessa Aho, S., Honkanen, A. & Saarinen, J. (toim.) Matkailuelämykset tutkimuskohteina. Rovaniemi: Lapin Yliopisto.

Ala-Ilomäki, K. 2009. Markkinoijan uusi maailma. Talouselämä 4/2009. 44-46.

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

Berridge, G. 2007. Event Design and Experience. Iso-Britannia: Elsevier.

Getz, D. & Cheyne, J. 2002. Special event motives and behaviour. Teoksessa Ryan, C. (toim.) The tourist experience. Lontoo: Continuum.

Getz, D. 2007. Event studies: theory, research and policy for planned events. Iso-Britannia: Elsevier.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara S. 2007. Tutki ja kirjoita. 13., osiun uusittu painos. Helsinki: Tammi.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka?: Käsikirja tapahtumanjärjestäjälle. SLU julkaisusarja 10/14. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

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

Kiiski, E. 1998. Seikkailua elämysten maailmassa. Teoksessa Lehtonen, T. (toim.) Elämän seikkailu. Jyväskylä: Ateena kustannus.

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

Kääriä, M. & Määttä I. 2009. Ice Event – Tapahtumien ja tapahtumamatkailun uusia ulottuvuuksia tutkimassa. Teoksessa Jakosuo, K. & Jaakkola L. (toim.) Kasviretkestä Kokouspalveluihin :Artikkelikokoelma matkailualan kehittämishankkeista ja opinnäytetöistä. Lahti: Lahden Ammattikorkeakoulu.

Lassila, H. 2002. Miksi kannustematkaillaan: Kannustematkailun perusteita. Teoksessa Lassila, H. (toim.) Elämyksellä tuloksiin. Kuopio : Pohjois-Savon Ammattikorkeakoulu,

Lillberg, J. 2001. Kansainväliset lumi- ja jääfestivaalit elämysmatkailuna. Teoksessa Aho, S., Honkanen, A. & Saarinen, J. (toim.) Matkailuelämykset tutkimuskohteina. Rovaniemi: Lapin Yliopisto.

Lindroos, S., Nyman, G., Lindroos, K. 2005. Kirkas Brandi: Miten suomalainen tuote erottuu, lisää arvoaan ja perustelee hitnansa. Helsinki: WSOY.

Morgan, M. 2008. What makes a good Festival? Understanding the event experience. Event Management 12, 81-93.

Nykysuomen Sanakirja. 2002. 15., uudistettu painos. Helsinki: WSOY.

Pine II, B. & Gilmore, J. 1999 . The Experience Economy: Work is theatre & every business a stage. Boston: Harvard business school press.

Puustinen, A. & Rouhiainen, U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita.

- Ruusuvuori, J. & Tittula, L. 2005. Tutkimushaastattelu ja vuorovaikutus. Teoksessa Ruusuvuori, J. & Tittula, L. (toim.) Haastattelu: Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Vastapaino.
- Saarinen, J. 2002. ”Elämyksiä, elämyksiä, elämyksiä”: Lyhyt johdatus elämäsyntalouteen ja -tutkimukseen. Teoksessa Saarinen, J. (toim.) Elämys – Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Rovaniemi : Lapin Yliopistopaino.
- Tarssanen, S. & Kylänen M. 2005. Elämys – Mikä se on? Teoksessa Tarssanen, S. (toim.) Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin Yliopistopaino.
- Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2007. Entä jos elämyksiä tuotetaan?: Elämyskolmiomalli elämyksellisyyden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa. Teoksessa Karppinen, S.J.A. & Latomaa, T. (toim.) Seikkaillen elämyksiä: Seikkailukasvatuksen teoria ja sovelluksia. Tampere: Juvenes Print.
- Vallo, H., & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Van der Wagen, L. 2001. Event Management. Melbourne: Hospitality press.
- Vehrelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut, matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. 2., uudistettu painos. Helsinki: WSOY.
- Elektroniset lähteet
- Ice Event. 2010. Hankkeen kotisivut [Viitattu 15.1.2010]. Saatavissa: <http://www.lamk.fi/iceevent/>
- Tekes. 2010. Ice Event –projektikuvaus. [Viitattu 15.1.2010]. Saatavissa: <http://akseli.tekes.fi/opencms/opencms/OhjelmaPortaali/ohjelmat/Elamys/fi/system/projekti.html?id=9558728&nav=Projekti>

Salpausselän kisat. 2010. Tapahtuman historiikki. [Viitattu 11.2.2010].
Saatavissa: <http://lahtiskigames.com/historia/>

Salppurin kisat saavuttivat kävijätavoitteensa. 2010. Etelä-Suomen sanomien
verkkojulkaisu 7.3.2010. [Viitattu 19.3.2010]. Saatavissa:
<http://www.ess.fi/?article=273739>

Tilastokeskus. 2010a. Puolistrukturitu haastattelu -ohje [Viitattu 10.2.2010].
Saatavissa <http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/02/>

Tilastokeskus 2010b. Kulttuuritapahtumat täyttävät Suomen kesän. [Viitattu
19.2.2010] Saatavissa: [http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-07-
12_006.html?s=1](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-07-12_006.html?s=1)

Suulliset lähteet

Määttä, I. 2010. Markkinointiassistentti. Salpausselän kisat. Puhelinhaastattelu
25.3.2010.

LIITTEET

Liite 1, Tutkimuksessa käytetty haastattelulomake

Yleisötapahtuman elämyksellisyys

Timo Vehviläinen, LAMK

Salpausselän kisahaastattelut

Haast. Nro _____ Aika _____

Vierailen erilaisissa tapahtumissa säännöllisesti

1 2 3 4

5 EOS

Monettako kertaa

Salpausselän Kisoissa? _____

1 = Eri mieltä
2 = Jokseenkin eri mieltä
3 = Ei eri, eikä samaa mieltä
4 = Jokseenkin samaa mieltä
5 = Samaa mieltä

Y – Salpausselän kisoissa on jotain

erityistä muihin tapahtumiin verrattuna

1 2 3 4

5 EOS

Suunnittelussa on huomioitu ensisijaisesti yleisön viihtyvyys

1 2 3 4

5 EOS

Miksi Salpausselän kisat on kiinnostava tapahtuma?

A – Kisat ovat pääasiassa kaupallinen tapahtuma

1 2 3 4

5 EOS

Kisojen oheistapahtumat tukevat itse tapahtumaa

1 2 3 4

5 EOS

Kuinka aidosti kisahenkilökunta on mukana tapahtumassa?

T – Salpausselän kisojen perinteet (85. kerta) vaikuttavat tapahtumaan

1 2 3 4

5 EOS

Omien kisakokemusten muistelu on osa tämänvuotista tapahtumaa

1 2 3 4

5 EOS

Tulisiko kisoilla olla vuosittain selkää tapahtumassa näkyvä teema? Millainen?

M – Alueen juoma- ja ruokapalvelutarjonta on oleellinen osa tapahtumaa

1 2 3 4

5 EOS

Alueen musiikki- ja muut oheistapahtumat ovat oleellinen osa tapahtumaa

1 2 3 4

5 EOS

Millaisia viihteellisiä palveluja kaipaavat Salpausselällä ja vast. tapahtumissa?

Miten sää vaikuttaa viihtyvyyteen Salpausselän kisoissa?

K – Tapahtuma tuo vaihtelua jokapäiväiseen arkeen

1 2 3 4

5 EOS

Salpausselän kisat tarjoavat uusia ja ennalta odottamattomia kokemuksia

1 2 3 4 5 EOS

Miten Lahti eroaa tapahtumaviikonloppuna normaaliarjesta?

V- Tapahtuman kokeminen perheen ja ystävien kanssa on tärkeää

1 2 3 4 5 EOS

Tulen tapahtumaan tapaamaan uusia ja vanhoja tuttavuuksia

1 2 3 4 5 EOS

Miten kuuluttajat ja muut toimijat lisäävät viihtyvyyttä tapahtumassa?

Millainen on yleisön ja a) urheilijoiden b) kisajärjestäjien välinen vuorovaikutussuhde? _____

XTRA – Mitkä ovat tärkeimpiä osatekijöitä onnistuneessa tapahtumassa?

Muita ajatuksia? (Tarvittaessa liitteeseen)

Sukupuoli M N **Kotipaikka** _____ **Asiakastyyppi** _____

Ikä <18 18-29 30-39 40-49 50-59 60+

Toimi Opiskelija Työelämässä Eläkeläinen Muu _____

Liite 2, Kuvia Salpausselän kisoista.



Kuva 1. Mäkimonttu tulvillaan ihmisä nauttimassa yhdessä tapahtumasta ja seuraamassa sunnuntai-iltapäivän mäkipisää.



Kuva2. Kisavieraat pääsivät tyydyttämään makuaistiaan tapahtuman suosituimmalla herkulla, makkaralla, jo porttien ulkopuolella. Myynnissä oli myös metrilakua ja Suomen lippuja.