



**MUUTTUVA MATKAILU**  
- tietoa matkailusta ja matkailuelinkeinosta

**1/2008**

**Teoriasta käytäntöön**  
- uusimman matkailututkimuksen satoa

**M  
U  
U  
T  
T  
U  
V  
A  
  
M  
A  
T  
K  
A  
I  
L  
U**

# **MUUTTUVA MATKAILU**

**– tietoa matkailusta ja matkailuelinkeinosta**

**1/2008**

**Teoriasta käytäntöön –  
uusimman matkailututkimuksen satoa**



# SISÄLLYSLUETTELO

Petri Raivo GRADUT JA VÄITÖSKIRJAT VIIMEAIKAISEN MATKAILUTUTKIMUKSEN KUVASTIMENA .....	5
Jenni Mikkonen SAVONLINNA KULTTUURIMATKAKOHOEENA .....	6
Mia Vepsäläinen PAIKKAKUVAUSTEN SAMANKALTAISTUMINEN – ESIMERKKEINÄ SAVONLINNA JA VARKAUS .....	17
Riikka Puhakka MUUTTUVAT KANSALLISPUISTOT – TAVOITTEENA LUONNONSUOJELUN JA MATKAILUN YHTEENSOVITTAMINEN .....	26
Satu Miettinen KÄYTTÄJÄTIETO PALVELUSUUNNITTELUN KESKIÖSSÄ .....	34
Katja Pasanen, Jenni Mikkonen, Heidi Taskinen ITÄSUOMALAISTEN TAPAHTUMIEN VAIKUTUKSET – TAPAHTUMIEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTITYÖKALUN KEHITTÄMINEN .....	38



## GRADUT JA VÄITÖSKIRJAT VIIMEAIKAISEN MATKAILUTUTKIMUKSEN KUVASTIMENA

**M**uuttuva *Matkailu* on aikoinaan perustettu informaatiöväläksi tutkimuksen ja matkailuelinkeinon välille. Eräs vuosittainen tiedottamisen muoto on ollut matkailututkimuksellisiin opinnäytetöihin perustuvat artikkelit. Matkailun verkostoyliopiston kuudessatoista jäsenyliopistossa valmistuu vuosittain kymmeniä pro gradu -töitä ja useita väitöskirjoja.

Opinnäytetöiden teemat, kysymyksenasettelut ja metodologiset ratkaisut vaihtelevat tekijöiden oman tieteenalan traditioiden ja käytänteiden mukaisesti. Matkailututkimukselle on luonteenomaista vahva poikkitieteellisyys. Ei ole olemassa yhtä ja oikeaa matkailututkimuksen alaa, vaikka jotkut tieteenalat, kuten maantiede, kauppatieteet, sosiologia, historia ja antropologia, ovat perinteisesti profiloituneet myös matkailututkimuksen alalla. Matkailututkimuksen kentässä toteutuvat sekä monitieteisyyden että tieteidenvälisyyden näkökulmat niin tutkimusongelman, käsitteiden kuin menetelmienkin osalta. Monitieteisyys tarkoittaa matkailuilmiöihin liittyvien tutkimusongelmien analysoimista samanaikaisesti usean eri tieteenalan näkökulmasta, ja tieteidenvälisyys taas viittaa matkailututkimuksessa tyypillisesti hyödynnettyihin usean eri tieteenalan käsitteisiin, menetelmiin ja näkökulmiin.

Tässä *Muuttuvan Matkailun* numerossa matkailututkimuksellisen pro gradu -tutkielman tuloksista ja havainnoista kertoo Jenni Mikkosen artikkeli *Savonlinna kulttuurimatkailukohteena*. Matkailutematikkaan viittaavia tuoreita väitöskirjatöitä edustavat Mia Vepsäläisen *Paikkakuvausten samankaltaistuminen – esimerkkinä Savonlinna ja Varkaus*, Riikka Puhakan *Muuttuvat kansallispuistot – tavoitteena luonnonsuojelun ja matkailun yhteensovittaminen* ja Satu Mietisen *Käyttäjätieto palvelusuunnittelun keskiössä* -artikkelit. Katja Pasasen, Jenni Mikkosen ja Heidi Taskisen artikkeli *Itäsuomalaisten tapahtumien vaikutukset – tapahtumien vaikutusten arviointityökalun kehittäminen* esittelee tapahtumamatkailututkimuksen tuloksia ja sovellusmahdollisuuksia.

Petri Raivo  
professori  
petri.raivo@joensuu.fi  
Joensuun yliopisto, Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos

## SAVONLINNA KULTTUURIMATKAKOHTENA

Savonlinna tunnetaan perinteisenä kulttuurimatkakohdeena, ja sillä on kansainvälisestikin arvostettu maine korkeatasoisena kulttuurikaupunkina oopperajuhlien ansiosta. Kulttuurimatkailun perinteen voi katsoa alkaneen jo 1800-luvun lopulla, jolloin kylpylätoiminta kaupungissa alkoi, höyrylaivaliikenne vilkastui ja Olavinlinna avasi ovensa ensimmäisille matkailijoille. Perinne vahvistui entisestään, kun vuonna 1912 Savonlinnan Oopperajuhlat käynnistyivät oopperalaulajatar Aino Actén toimesta. Oopperajuhlat aloittivat uuden perinteen, joka vahvisti alueen elinvoimaisuutta ja alkoi luoda kaupungille uutta imagoa. Vieläkin matkailijoiden mielikuvat Savonlinnasta liittyvät hyvin pitkälti oopperajuhliin, Olavinlinnaan ja sitä ympäröivään vesistöön.

Pro gradu -tutkielmassani käsittelin Savonlinnaa kulttuurimatkakohdeena (Rautio 2007). Aihe oli hyvin ajankohtainen 2000-luvun alussa, jolloin kaupungista haluttiin tehdä yhä vetovoimaisempi kulttuurimatkakohde ja kulttuurikaupunki, mutta samanaikaisesti monet kulttuurikohteet joutuivat taloudellisten vaikeuksien vuoksi lakkautusuhan alle, jopa kokonaan suljetuiksi. Kesällä 2006 selvitinkin kyselytutkimuksella sekä kotimaisten että ulkomaisten matkailijoiden mielikuvia ja omia kokemuksia Savonlinnasta kulttuurimatkakohdeena. Kyselylomakkeena käytin ATLAS (The Association for Tourism and Leisure Education) -järjestön laatimaa lomaketta, jolla tutkitaan kulttuurimatkailijoita eri puolilla maailmaa. ATLAS-tutkimuksilla selvitetään muun muassa kulttuurimatkailijoiden profiileja, motiiveja, aktiviteetteja ja mielikuvia, ja omassa tutkimuksessani selvitin lisäksi sitä, mikä tekee Savonlinnasta matkailijoiden omien kokemusten perusteella hyvän kulttuurimatkakohteen ja mitä parannettavaa tai kehitettävää he kokivat. Tässä artikkelissa käsittelen muutamia teemoja kulttuurimatkailun tutkimuksesta yleensä sekä lyhyesti tutkimustuloksia, erityisesti matkailijoiden omia kokemuksia Savonlinnasta.

### Kulttuurimatkailu

Kulttuurimatkailun käsite on syytä määritellä yksilöllisesti kunkin tutkimuskontekstin yhteydessä, sillä yleisesti hyväksyttyä määritelmää ei ole pystytty esittämään. *Kulttuurimatkailu*-termin määrittelyä vaikeuttaa erityisesti *kulttuuri*-termin monimerkityksisyys. Ongelmana on se, että kulttuurin voidaan ymmärtää tarkoittavan ainoastaan korkeakulttuuria, tai sen voidaan käsittää sisältävän suuren osan siitä, mitä on olemassa ihmisen toimintaympäristössä tai mitä ihminen on luonut arkipäivään kuuluen. Kuitenkin kulttuurimatkailusta puhuttaessa käytetään usein niin sanottua perinteistä kulttuurimatkailun määritelmää, johon sisältyy vierailut perinnekohteisiin, kuten museoihin, kirkkoihin, linnoihin ja muihin historiallisiin kohteisiin, sekä korkeakulttuurisiin kohteisiin, kuten taidegallerioihin ja esittävän taiteen näytöksiin. (Esim. Lohmann 1999: 62–63; Hughes 2000: 51–52.) Nykyään myös populaarimpia taiteen muotoja, jotka perinteisesti ovat kuuluneet

vihteen alalle, voidaan sisällyttää kulttuurimatkailu-käsitteen alle. Sellaisia ovat esimerkiksi rock- ja popkonsertit. (Hughes 2000: 5, 54.)

Kulttuurimatkailun määrittelyn vaikeus oli yksi merkittävimmistä syistä ATLAS-järjestön maailmanlaajuisen kulttuurimatkailua käsittelevän tutkimusprojektin syntyyn (ATLAS Cultural Tourism Research Project 2008). Järjestö toteuttaa säännöllisesti kävijäkyselyitä eri puolilla maailmaa tarkoituksenaan saavuttaa yleisempi ja laajempi käsitys kulttuurimatkailusta ilmiönä. ATLAS käyttääkin kulttuurimatkailusta kahta määritelmää, teknistä ja käsitteellistä, joita myös monet tutkijat käyttävät. Teknisen määritelmän mukaan kulttuurimatkailu on *”matkustamista normaalien arkielämän rutiinien ulkopuolisella ajalla, jonka kohteena ovat kulttuuriset tapahtumat ja paikat, esimerkiksi historialliset nähtävyydet, näytelmät ja tapahtumat”*. Käsitteellinen määritelmä taas keskittyy enemmänkin kulttuurimatkailun luonteeseen ja matkailijoiden motivaatioihin. Sen mukaan kulttuurimatkailu on *”matkustamista normaalien arkielämän rutiinien ulkopuolisella ajalla matkakohteen kulttuurisen vetovoiman vuoksi. Henkilöiden pyrkimyksenä on hankkia sellaisia uusia tietoja ja kokemuksia, jotka palvelevat heidän kulttuurisia tarpeitaan”*. Teknisen määritelmän on katsottu olevan hyödyllinen kulttuurimatkailun mittaamiseen, kun taas jälkimmäinen määrittelee kulttuurimatkailun aktiviteettina. (Richards 1996: 23–24; ks. myös Hughes 2000: 52, 57; Honkanen 2004: 90.)

Savonlinnasta kulttuurimatkakohteena puhuttaessa on erityisen vaikeaa vetää rajaa esimerkiksi kulttuurimatkailun ja luontomatkailemisen välille, sillä kulttuuri ja luonto ovat niin vahvasti toisiinsa sidoksissa, ja yhdessä ne tekevät Savonlinnasta muista erottuvan kulttuurikohteen. Savonlinnan historialla ja kulttuuriympäristöllä on merkittävä ja näkyvä rooli kaupungin kulttuurimatkailussa. Samoin korkeakulttuuriset perinteet ovat jo kauan olleet merkittävä osa kaupungin matkailua. Tutkimukseni yhteydessä kulttuurimatkailun voikin ymmärtää hyvin pitkälti sen perinteisen määritelmän mukaan, kuitenkin nykyistä paikalliskulttuuria, kuten perinteitä, tapoja ja ihmisiä, unohtamatta, sillä matkailijoiden mielikuvia selvitetään muun muassa näiden asioiden avulla.

Savonlinnalla on pitkä perinne kulttuurimatkakohteena, ja se on matkakohteena mielenkiintoinen sekoitus kulttuuria ja luontoa. Savonlinnan seudulla on vahva kulttuurihistoriallinen imago, mutta se erottuu merkittävästi niin sanotuista perinteisistä eurooppalaisista kulttuuri-/kaupunkikohteista. Vaikka kulttuuri on kaupunkikuvassa vahvasti läsnä, on Savonlinna myös tärkeä luontomatkailemisen kohde. Euroopasta katsottuna Savonlinna esittäytyy ainutlaatuisena luonnonkauneutensa ja kansainvälisen festivaalinsa ansiosta. Puhdas kaupunkiluonto ja historiallinen sijainti idän ja lännen rajamailla antavat seudulle omalaatuisen erikoisaseman. Sen erikoisuutta korostaa siis se, että kaupunki on pieni ja periferinen metsien ja vesien ympäröimä kaupunkiseutu, mutta kuitenkin korkeatasoisten oopperajuhlien ansiosta näkyvä osa keskeistä eurooppalaista kulttuuria. (Wilkman & Vahela-Kohonen 2005: 6.) Savonlinna on kääntänyt pienuutensa yhdeksi voimavaraksi, jolla se erottuu muista kulttuurikaupungeista. Savonlinnassa luonnon ja kulttuurin perinnöt rinnastetaan läheisesti toisiinsa ja kulttuuriympäristö (esimerkiksi kansallispuistot) kuuluu ainakin osittain kulttuurimatkailun piiriin yhtenä osana Savonlinnan seudun ominaiskulttuuria.



## ATLAS ja kulttuurimatkailun tutkimus

Kulttuurimatkailun sanotaan olevan yksi nopeimmin kasvavista matkailun kaloista (ks. esim. Hughes 2000: 5), ja sen merkityksen kasvu on luonut tarpeen kulttuurimatkailijoiden toiminnan, motivaatioiden ja ominaispiirteiden tutkimukselle. ATLAS Cultural Tourism Research Project on viimeisen viidentoista vuoden aikana tutkinut kulttuurimatkailua lähinnä kävijäkyselyillä kulttuurikohteissa eri puolilla maailmaa, ja muun muassa kulttuurimatkailun määrittelyn vaikeus ja yleisen informaation puute ovat olleet syinä tämän projektin syntyyn (Richards 1996: 23, 32). Tutkimuksen kohteena ovat kulttuurikohteissa tai -tapahtumissa vierailevat ihmiset, ja kaikkialla käytetään samaa standardoitua kyselylomaketta, jotta eri maiden välisiä tuloksia voitaisiin helposti vertailla. Tutkimusten tarkoituksena on ollut saavuttaa yleisempi ja laajempi käsitys kulttuurimatkailusta ilmiönä ja kulttuurimatkailijoista erityisesti selvittämällä heidän motivaatioitaan, sosiodemografisia piirteitään, kulutustottumuksiaan, matkalla harrastamiaan aktiviteetteja sekä vaikutelmiaan ja käsityksiään kulttuurimatkohteista. (ATLAS Cultural Tourism Research Project 2008.)

Viime vuosien aikana toteutettujen tutkimusten perusteella voidaan osoittaa muutamia yleisiä havaintoja kulttuurimatkailijoista. Esimerkiksi vuosina 2002 ja 2004 tehdyt tutkimukset osoittivat muun muassa sen, että toisin kuin perinteisesti on ajateltu, nuoret henkilöt ovat yksi suurimmista kulttuurimatkailun kohderyhmistä. Tutkimusten mukaan lähes puolet eri kulttuurikohteissa vierailleista oli alle 30-vuotiaita. Täten he muodostavat yhden tärkeimmistä tulevaisuuden kohderyhmistä muun muassa sen takia, että heidän nuorena saamansa kulttuurikokemukset voivat vaikuttaa myös heidän myöhempään matkailukäyttäytymiseensä. (Richards & Queiros 2005.)

Toinen tärkeä havainto oli se, että kaikki kulttuurikohteissa vierailevat eivät ole turisteja, vaan myös paikallisilla asukkailla on merkittävä rooli tapahtumien ja attraktioiden vierailijoina. Yleensäkin on hyvin vaikeaa vetää rajaa kulttuurimatkailijan, muun matkailijan tai paikallisen asukkaan välille, sillä he kaikki käyttävät kulttuuripalveluja, vierailevat kulttuurikohteissa (Dicks 2003: 47–48). Kulttuurikohteissa vierailevat ovat myös useimmiten korkeasti koulutettuja. Yli puolella haastatelluista oli jonkinlainen korkeampi koulutus. Täten heillä oletetaan olevan myös hyvät tulot ja enemmän rahaa matkustamiseen sekä kuluttamiseen matkohteessa. Vierailijan profiili ei juuri vaihdellut eri maanosissa, vaan havainnot olivat kaikkialla samansuuntaisia. Mielikuva rikkaista kulttuurimatkailijoista voi siis jossain määrin pitää paikkaansa. Kulttuurimatalla vietetään kuitenkin lyhyempi aika itse kohteessa kuin vaikkapa rantalomalla, ja täten kokonaiskulutus alueella jää yleensä pienemmäksi. (Richards & Queiros 2005.)

Kyselyssä selvitettiin myös matkailijoiden motivaatioita ja siinä havaittiin, kuinka vaikeaa on määritellä joku kulttuurimatkailijaksi, kun he eivät sitä välttämättä itsekin tee. ATLAS-tutkimuksissa kulttuurimatkailijaksi on yksiselitteisesti luokiteltu se matkailija, joka itse kuvailee lomansa kulttuurimatkaksi (Richards & Queiros 2005: 14). Vuonna 2004 noin kolmasosa haastatelluista määritteli matkansa kulttuurimatkaksi. Heidän osuutensa on kuitenkin kasvanut aiemmista vuosista. Vaikka matkailijat siis vierailevat lomansa aikana kulttuurikohteissa, he eivät välttämättä

pidä itseään kulttuurimatkailijoina. Kulttuurisen motivaation taso vaihteli matkailijasta toiseen, ja usein he etsivät matkaltaan sekoitusta kulttuurista, viihteestä ja rentoutumisesta, eivät siis pelkästään perinteisiä korkeakulttuurituotteita. Kulttuurimatkailijoiden osuus kaikista kulttuurikohteissa vierailevista on kuitenkin tutkimusten mukaan edelleen suhteellisen pieni. (Richards & Queiros 2005.)

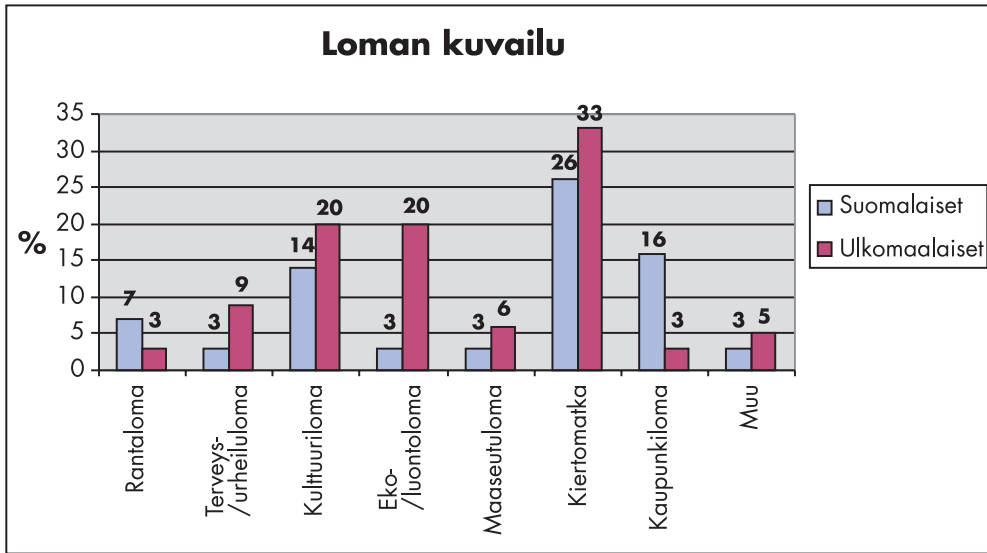
## Tutkimusaineisto ja menetelmät

Savonlinnassa tutkimusaineisto kerättiin heinä-elokuussa 2006. Kyselylomakkeita oli jaossa Olavinlinnassa ja maakuntamuseossa suomen-, englannin- ja saksankielisinä. ATLAS-tutkimusten kohteena ovat kulttuurikohteissa tai -tapahtumissa vierailevat henkilöt, joten tämän vuoksi valitsin aineistonkeruupaikaksi kaupungin kaksi suosituinta kulttuurikohdetta. Kahden kuukauden aikana sain 122 vastausta, ja niistä noin puolet oli ulkomaalaisten ja puolet kotimaisten vierailijoiden täyttämää. Lomakkeen analysoin käyttämällä SPSS-tilasto-ohjelmaa. Lomakkeen loppuun lisäämäni avoimet kysymykset, joilla selvitettiin vastaajien omia kokemuksia Savonlinnasta kulttuurimatkakohteena, analysoin laadullisin menetelmin luokittelemalla vastaukset aineistosta johdettuihin kategorioihin. Seuraavaksi käsittelen lyhyesti muutamia tutkimustuloksia.

## Kulttuurimatkailija ja matkailijan motivaatio

Vastanneiden määrä jakautui lähes tasan ulkomaalaisten ja suomalaisten kesken. Kävijöiden ikärakenne painottui nuorempiin ikäryhmiin. Suurin osa (37 prosenttia) oli iältään 20–29-vuotiaita, ja yli 40-vuotiaita vastaajista oli ainoastaan viidesosa. Tämä havainto tukee muistakin ATLAS-tutkimuksista saatua tulosta, että nykyään yhä suurempi osa kulttuurikohteissa vierailevista on nuoria ihmisiä. Toisaalta nuoret ovat yleensä innokkaampia vastaamaan kyselyihin, eli tämäkin voi selittää nuorten ikäluokkien suuren määrän. Vastaajia luonnehti myös korkea koulutustaso. Yli puolella vastaajista oli joko alempi tai ylempi korkeakoulututkinto.

Matkailijoiden motivaatioita selvitettiin lomakkeessa kahdella kysymyksellä. Ensinnä kysyttiin, mikä on heidän matkansa päätarkoitus. Suurin osa (67 prosenttia) kyselyyn vastanneista oli Savonlinnassa lomalla, toiseksi yleisin syy oli sukulaisten tai tuttavien luona vierailu. Niitä, jotka ilmoittivat matkansa päätarkoitukseksi loman, pyydettiin seuraavaksi kuvailemaan lomaansa (kuva 1). Suurin osa kuvaili sitä kiertomatkaksi, eli Savonlinna on vain yksi matkakohde muiden joukossa. Kiertomatkan jälkeen toiseksi yleisin syy oli kulttuurimatka, joksi lomaansa kuvaili lähes joka viides eli hieman pienempi osuus kuin ATLAS-tutkimuksissa keskimäärin. Vuoden 2004 tutkimuksen mukaan kulttuurikohteissa tai -tapahtumissa vierailevista ulkomaalaisista hieman yli 40 prosenttia ja kotimaisista matkailijoista hieman alle 30 prosenttia piti lomaansa kulttuurilomana (Richards & Queirós 2005: 10–11). ATLAS:n määritelmän mukaisia kulttuurimatkailijoita tämän aineiston mukaan olisi siis noin viidesosa.



Kuva 1. Loman kuvailu (=108)

Motivaatio on yksi tekijä, jonka perusteella matkailija usein luokitellaan kulttuurimatkailijaksi. ATLAS-tutkimuksissa kulttuurimatkailijan määritelmäksi riittää se, että matkailija itse kuvailee lomaansa kulttuurilomaksi. Tämä määritelmä on kuitenkin hieman ongelmallinen, sillä monesti matkaan yhdistetään myös muita kuin kulttuurisia elementtejä. Usein motivaation taso selvitetäänkin tarkemmin, mutta tähän ei omassa tutkimuksessani kuitenkaan ollut mahdollisuutta syventyä. Esimerkiksi McIntosh ja Goeldner (1986: 124–125) jakavat matkustussyyt neljään motivaatiotyyppiin, joista kulttuuriset motivaatiot tähtäävät elämysten etsimiseen taiteen ja vieraaseen kulttuuriin tutustumisen avulla. Käytännössä matkailijan motivaatio ei kuitenkaan aina ilmene kovin selväpiirteisenä. Kulttuurinen motivaatio voi olla matkan ainoa tarkoitus tai vain yksi motivaatiotekijä muiden joukossa. (Honkanen 2004: 90–91.) Usein kulttuuriselle motivaatiolle edellytetäänkin tietoista kiinnostusta matkakohteen kulttuurista. Esimerkiksi Bywater (1993: 42) on luokitellut kulttuurimatkailijat kiinnostuksen voimakkuuden perusteella kolmeen ryhmään:

1. *Kulttuurisesti motivoitunut matkailija (culturally motivated tourist)* valitsee matkakohteen sen tarjoaman kulttuurin vuoksi. Heidän osuutensa on vain viisi prosenttia kulttuurimatkailijoista.
2. *Kulttuurisesti innostunut matkailija (culturally inspired tourist)*, joka matkustaa ehkä kerran tai pari elämässään kulttuurisesti mielenkiintoisen paikan vuoksi, edustaa noin kolmasosaa kulttuurimatkailijoista.
3. *Kulttuurista kiinnostunut matkailija (culturally attracted tourist)* mieltyy tiettyihin kulttuurisiin attraktioihin paikoissa, jotka hän on valinnut muista syistä. Heidän osuutensa on noin kaksi kolmasosaa kulttuurimatkailijoista.

Myös ATLAS-järjestö hyödynsi tätä luokitusta tekemässään eurooppalaisten matkailijoiden survey-tutkimuksessa. Siinä ilmeni, että kulttuurimatkailijoista 13 prosenttia on kulttuurisesti motivoituneita, 30 prosenttia kulttuurisesti innostuneita ja suurin osa eli 57 prosenttia kulttuurista kiinnostuneita. Monelle kulttuuri on pikemminkin matkalla läsnä oleva elementti kuin erityinen vartta vasten haettava kokemus. Tähän havaintoon liittyy myös se, että kulttuuria ei tarvitse hakea museoista, vaan sitä löytyy myös kaduilta, mikä korostaa populaari- ja korkeakulttuurin välisen rajan kaatumista. (Richards 2000: 191–192.) Kulttuurin kasvava viehäytys voikin osaltaan johtua uudesta, jälkimodernista kulttuurin määritelmästä. Honkasen mukaan ongelmallista on se, että puhuttaessa kulttuurimatkailun kasvavasta suosiosta emme tiedä, kasvaako kulttuurimatkailijoiden määrä vai luokittelevatko tutkijat tai matkailijat itse sellaisen matkailun kulttuuri-matkailuksi, joka aiemmin olisi luokiteltu eri tavalla. (Honkanen 2004: 92.)

## Mielikuvat Savonlinnasta

Mielikuvallisista seikoista on tullut nykyisissä postmoderneissa, länsimaisissa yhteiskunnissa keskeinen menestystekijä organisaatioille ja henkilöille (Karvonen 1999: 17). Samalla tavalla alueet, maat ja maakunnat ovat nähneet mielikuvien merkityksen vetovoimaisuutensa lisäämiseksi (ks. esim. Kotler et al. 1993). Mielikuvatekijät ovat tärkeitä siksi, että ne ohjaavat ratkaisevasti ihmisten tekemiä päätöksiä ja valintoja. Nämä voivat olla ostopäätöksiä, rahoituspäätöksiä, päätöksiä mennä asumaan johonkin kuntaan tai matkailla jollakin paikkakunnalla. (Esim. Fombrun 1996: 5.) Mielikuvat ohjaavat erityisen paljon kohdevalintaprosessia: matkailijan kohdevalinnan tärkein vaihe on ennen matkaa tapahtuva mielikuvan muodostaminen. Omassa tutkimuksessani kaikki vastaajat olivat jo matkakohteessa, eli heidän mielikuviansa ovat vaikuttaneet myös omat kokemukset ja havainnot kohteesta.

Tutkimuksessani mielikuvia mitattiin kahdentoista väittämän monivalintakysymyksellä, jossa vastaajia pyydettiin ilmoittamaan asteikolla 1-5, missä määrin he liittävät tietyn mielikuvan Savonlinnaan. Kaiken kaikkiaan mielikuvat Savonlinnasta osoittautuivat erittäin positiivisiksi, eikä suomalaisten ja ulkomaisten matkailijoiden vastauksissa ollut paljoakaan eroja. Vastausten perusteella Savonlinnassa mielletään olevan paljon aitoja ja alkuperäisiä nähtävyyksiä, historiallista arkkitehtuuria, vieraanvaraisia paikallisia ihmisiä sekä museoita ja kulttuurinähtävyyksiä. Hieman yli puolet vastaajista oli myös sitä mieltä, että Savonlinna on kulttuurisesti erottuva alue, jossa on paljon festivaaleja ja tapahtumia, eloisaa ilmapiiriä ja tunnelmaa sekä kielellistä moninaisuutta. Sen sijaan Savonlinnassa ei mielletty olevan kovinkaan paljoa tapoja ja perinteitä tai paikallista ruokakulttuuria, eikä sitä mielletty kovin monikulttuuriseksi tai muodikkaaksi alueeksi.

## Savonlinnan hyvät puolet kulttuurimatkkakohteena

Kyselylomakkeen lopussa oli kaksi avointa kysymystä, joilla selvitettiin vastaajien omia kokemuksia Savonlinnasta kulttuurimatkkakohteena. Vastajia pyydettiin ensin mainitsemaan asioita, jotka tekevät Savonlinnasta hyvän kulttuurimatkkakohteen, ja toiseksi, mitä parannettavaa tai kehitettävää he omien kokemustensa perusteella Savonlinnasta löysivät.

Positiivisista asioista muodostui selkeästi kolme suurta kategoriaa (taulukko 1). Eniten mainintoja oli Olavinlinnaan liittyen. Olavinlinnaa pidettiin yhtenä merkittävimpana asiana, joka tekee Savonlinnasta hyvän kulttuurimatkkakohteen. Läheskään aina sen merkittävyyttä ei vastauksissa perusteltu, mutta esimerkiksi linnan historiallista arvoa, mahtavuutta ja sitä, että se on niin hyvin säilynyt, pidettiin tärkeinä asioina.

Toiseksi suurin luokka muodostui luontoon, vesistöön tai maisemiin liittyvistä asioista. Niistä mainittiin muun muassa Koloveden kansallispuisto, Punkaharju, Saimaa, saaret sekä useaan otteeseen kauniit maisemat ja järvialue. Vaikka matkailijoilta kysyttiin asioita nimenomaan kulttuurimatkkailuun liittyen, pitivät he luontoon liittyviä asioita yhtenä merkittävimpana tekijänä. Tässä tulee ilmi se tosiasia, että luonto ja vesistö ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä, ja luonto ja kulttuuri muodostavat yhdessä merkittävän kokonaisuuden. Sillä, oliko vastaaja suomalainen vai ulkomaalainen, ei tässä ollut merkitystä, vaan luontoon liittyviä asioita pidettiin tärkeinä kansallisuudesta riippumatta.

Kolmanneksi eniten mainintoja saivat oopperajuhlat. Hyvin todennäköisesti myös ne, jotka eivät oopperaesityksissä vierailleet, pitävät oopperajuhlia yhtenä tärkeimpänä tekijänä kaupungin kulttuurimatkkailulle, sillä niillä on vaikutusta kaupungin ilmapiiriin ja tapahtumiin muutenkin. Selkeä enemmistö oopperajuhlat maininneista oli suomalaisia.

Olavinlinnan, ympäristön ja oopperajuhlien jälkeen tärkeinä asioina pidettiin museoita ja taidenäyttelyitä sekä Savonlinnaa kokonaisuutena. Myös kaupunkikuva tai kaupunkiympäristö sai kehuja matkailijoilta, toisaalta siinä nähtiin myös eniten parannettavaa tai kehitettävää. Tähän liittyen mainittiin muun muassa *”kaunis kaupunkialue”*, *”Linnankadun alue ja kahvilat”*, *”iloinen kaupunki ja värikkyys”* ja *”satama-alue”*.

Historiaa ja perinteitä pidettiin myös tärkeinä tekijöinä kulttuurimatkkakohteen kannalta. Savonlinnaa kuvailtiin *”historialliseksi”*, ja myös *”ympäristön historia”* ja *”omat tavat”* mainittiin. *”Historiaa”* tai *”perinteitä”* ei ollut tarkennettu vastauksissa, eli ei voida tietää tarkasti, mitä asioita vastaajat niillä tarkoittivat. Näihin asioihin voivat lukeutua esimerkiksi tietoisuus alueen menneisyydestä (millainen historia alueella on) tai alueelle ominaiset tavat ja perinteet. Vaikka ne eivät ilmenisi vieraalle konkreettisinä, ne voivat vaikuttaa matkailijan kokemuksiin ainakin tietoisuuden tasolla.

Yksittäiset mainitut asiat, jotka eivät kuulu mihinkään edellä mainittuihin luokkiin, liittyvät kaupungin erityispiirteisiin ja yleiseen ilmapiiriin. Näistä mainittakoon esimerkiksi *”kansainvälinen ilmapiiri”*, *”monikulttuurisuus”*, *”monipuolisuus (kulttuurilomaan voi yhdistää muutakin)”*, *”pikkukaupunki, ei ketjuturismi-toimintaa”* ja *”ei liian kaupallinen”*.

Taulukko 1. Savonlinnan hyvät puolet kulttuurimatkatkohteena

	Vastausten lukumäärä	%
Olavinlinna	42	27,3
Luonto, vesistö, maisemat	24	14,9
Ooppera	20	13,0
Museot ja taidenäyttelyt	9	5,8
Kokonaisuus miellytti	9	5,8
Kaupunkikuva/-ympäristö	6	3,9
Historia ja perinteet	6	3,9
Muut tapahtumat	4	2,6
Turvallisuus, hiljaisuus	4	2,6
Ihmiset	4	2,6
Laivat, risteilyt	3	1,9
Ruoka	3	1,9
Tori	3	1,9
Liikenneyhteydet	3	1,9
Arkkitehtuuri, vanhat rakennukset	2	1,3
Kaupat, ostokset	2	1,3
Muut	13	8,4
<b>Yhteensä</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Vastauksista ilmenee, miten erilaisia seikkoja matkailijat arvostavat tai millaisia asioita he luokittelevat kuuluvan kulttuurimatkatkohteeseen. Vaikka luonnolla ja vesistöillä ei sinällään perinteisesti ole paikkaa kulttuurimatkailun kentässä, on niillä kuitenkin tärkeä rooli Savonlinnan kohdalla. Jos ajatellaan vaikka Olavinlinnaa tai oopperajuhlia, ei ympäröivän vesistön vaikutusta matkailijan kokemuksiin tai näiden attraktioiden luonteeseen voida unohtaa.

## Asiat, joissa Savonlinnalla olisi kehitettävää tai parannettavaa

Lopuksi vastaajia pyydettiin mainitsemaan asioita, joissa Savonlinnalla olisi kulttuurimatkatkohteena kehitettävää tai parannettavaa (taulukko 2). Eniten parannettavaa löydettiin kaupunkikuvasta. Vastaajien mielestä kaupunkikuva ei ollut viihtyisä, arkkitehtuuri ei ollut kaunista ja vanhoja rakennuksia toivottiin suojeltavan enemmän. Kansallisuudella ei ollut juurikaan merkitystä näkemuksiin, vaan lähes yhtä moni vastaaja oli ulkomaalainen kuin suomalainen. Yleisimmin vastauksissa näkyi se, että keskusta-alue koettiin rumaksi ja vanhoja rakennuksia toivottiin suojeltavan enemmän. Kaupunkiin toivottiin siis lisää viihtyisyyttä: *”Vanha kaupunki ja torin seutu viihtyisämmäksi”, ”katukuvan kaunistaminen, Olavinkatu ei ole kaunis, liikaa liikennettä”, ”Vanhaa puuarkkitehtuuria ja -rakentamista soisi säilytettävän sekä kunnostettavan enemmän. Historialliset maisemat ovat kaupungin viihtyvyydelle elintärkeitä (mm. Olavinlinnan naapurisaarten kaavoitussuunnitelmiin viitaten)”*, *”Historia-teemaa voisi hyödyntää enemmän esim. Linnankadulla, jossa vielä vanhoja puutaloja tallella”*.

Vastaajien mielikuvien perusteella Savonlinnaan mielletään paljon historiallista arkkitehtuuria, mutta kaupunkikuvaan ja rakennuksiin liittyen huomautettavaa löytyi kuitenkin melko paljon. Kaupunkikuvaan liittyvät huomautukset eivät kuitenkaan kaikki liity vanhaan arkkitehtuuriin, vaan myös kaupungin yleisilmeeseen. Tosiasiassa Savonlinnassa vanhaa rakennuskantaa on jäljellä enää hyvin vähän, ja se keskittyy Olavinlinnan läheisyyteen. Alueen historialla ja perinteillä on vahva rooli kaupunkiin liitettävissä mielikuvissa, mutta todellisuus paikan päällä voi kuitenkin olla erilainen, ja sen vuoksi vanhaa rakennuskantaa ja historian esilletuomista toivottiin enemmän.

Oopperan rinnalle toivottiin myös enemmän kansalle suunnattuja tapahtumia. Musiikkitapahtumien lisäksi kaivattiin erilaisia ilmaisia ulkoilma- ja talvitapahtumia sekä nuorille suunnattuja tapahtumia. Tapahtumien järjestämiseen toivottiin enemmän uskallusta. Luonnollisesti hyvin suuri osa Savonlinnan kesämatkailijoista ei vieraile oopperajuhlilla, ja tarjontaa olisi löydyttävä muillekin.

Kolmanneksi suurin luokka muodostui vastauksista, joiden mukaan parannettavaa ei löytynyt tai sitä ei osattu sanoa vierailun lyhyiden tai kokemusten puutteen vuoksi.

Taulukko 2. Savonlinnan kulttuurimatkailun kehittämiskohteet

	Vastausten lukumäärä	%
Kaupunkikuva	10	21,2
Enemmän tapahtumia	7	13,5
Ei mitään/ei osaa sanoa	6	11,5
Informaatio kohteesta	4	7,7
Muutakin kuin linna	4	5,8
Ruoka	3	5,8
Saavutettavuus/liikenne	3	5,8
Enemmän museoita	2	3,8
Majoitus	2	3,8
Muut	11	21,2
<b>Yhteensä</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

## Lopuksi

Kulttuurimatkailua pidetään yhtenä nopeimmin kasvavista matkailun kaloista, ja myös monissa Suomen kaupungeissa kulttuurimatkailun kehittämiseen on alettu panostaa yhä enemmän voimavaroja. Kulttuurin avulla paikkakunnat pyrkivät erottumaan toisistaan. Kulttuurimatkailu on yksi painopiste myös Savonlinnan matkailun kehittämisessä. Savonlinnan seudun ja kaupungin strategioissa ja visiossa kulttuurin ja kulttuurimatkailun merkitys on huomioitu. Esimerkiksi Savonlinnan seudun matkailustrategian visio 2015 -luonnoksessa Savonlinna mainitaan muun muassa "Suomen kesän pääkaupunkina" ja "kansainvälisenä kulttuurimatkailuseutuna". Lisäksi sen mukaan seutumarkkinointi käyttää hyväkseen kulttuurin ja matkailun mainetta ja mielikuvia. (Savonlinnan seudun matkailustrategia...2008.)

Kulttuurimatkailuun siis panostetaan jatkuvasti, alueelle halutaan houkutella yhä enemmän matkailijoita ja kehittää sitä kansainväliseksi kulttuurimatkailuseuduksi. Tämän vuoksi tietoa kulttuurimatkailijoista ja kulttuurimatkailusta yleensäkin tarvitaan myös tulevaisuudessa. Oma tutkimukseni antoi vain esimakua siitä, keitä (kulttuuri)matkailijat Savonlinnassa ovat, millaisena kulttuurikaupunkina he Savonlinnan kokevat ja millaisena kulttuurikaupunkina he sen mielellään näkisivät. Mielestäni vastaavalle ja entistä laajemmalle tutkimukselle olisi jatkossakin tarvetta, sillä ilman tutkimustietoa on matkailua hankala kehittää oikeaan suuntaan. Kulttuurimatkailun yhtenä haasteena on muun muassa se, että usein kulttuurimatkalla viivytään suhteellisen lyhyt aika. Kuinka matkailijoita siis saataisiin houkuteltua yhä enemmän Savonlinnaan ja millä heidät saataisiin viipymään alueella pidempään?

Tutkimuksesta ilmeni, että harvoin Savonlinnaan tullaan pelkästään kulttuurilomalle. Matkailijat toki vierailevat eri kulttuurikohteissa, mutta usein lomaan yhdistetään paljon muutakin. Vaikka tutkimuksessa keskityttiin nimenomaan kulttuurisiin seikkoihin, ilmeni siitä myös se, että Savonlinnan matkailussa kulttuuria ja luontoa ei voida erottaa toisistaan, vaan näitä molempia yhdistelmällä Savonlinnan ainutlaatuisuus, jolla se erottuu muista kulttuurikaupungeista, tulee entistä vahvempana ilmi. Myöskään oopperajuhlat yksin eivät ole riittävä attraktio, vaan sen rinnalle olisi löydettävä yhä enemmän tapahtumia ja aktiviteetteja.

Tutkimus nosti myös esiin mielenkiintoisia aiheita, jotka ovat ajankohtaisia edelleen. Kaupunkikeskustan viihtyisyydestä ja kaupunkikuvasta on ollut paljon julkista keskustelua myös paikallisten keskuudessa, ja tämänkin tutkimuksen perusteella eniten parannettavaa matkailijat löysivät juuri kaupunkikuvasta. Mielikuvien perusteella Savonlinna koetaan muun muassa kulttuurisesti erottuvaksi alueeksi, ja siellä mielletään olevan paljon nähtävyyksiä ja historiallista arkkitehtuuria. Kuitenkin yksittäisissä asioissa eniten parannusta toivottiin juuri kaupunkikuvan ja keskustan kehittämiseen. Matkailun näkökulmasta Olavinlinna ympäristöineen on ainutlaatuinen ja mieleenpainuva, mutta erityisesti kaupunkikeskusta koettiin rumaksi. Onko Olavinlinnalta kauppatorille ulottuva alue riittävä "matkailu-Savonlinnan" kannalta vai tulisiko panostaa enemmän myös muiden alueiden viihtyisyyteen ja matkailulliseen näkyvyyteen? Kulttuurimatkailun tutkimusta Savonlinnassa on siis vasta raotettu, ja työsarkaa riittää varmasti jatkossakin.

Jenni Mikkonen  
suunnittelija  
jenni.m.mikkonen@joensuu.fi  
Joensuun yliopisto, Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos



## Kirjallisuus

- ATLAS Cultural Tourism Research Project (2008). Viitattu 20.5.2008. <http://www.tram-research.com/atlas/>
- Bywater, M. (1993). The market for cultural tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst* 6, 30-46.
- Dicks, B. (2003). *Culture on display. The production of contemporary visitability*. 233 s. Open University Press, Buckingham.
- Fombrun, C. (1996). *Reputation. Realizing value from the corporate image*. 441 s. Harvard Business School Press, Boston.
- Honkanen, A. (2004). Menneisyyden tulevaisuus: Postmodernit matkailuteoriat ja vapaa-ajan matkailun muutokset eräissä Euroopan unionin jäsenvaltioissa vuosina 1985 ja 1997. 260 s. *Keskustelua ja raportteja* No 5. Matkailualan verkostoyliopisto, Savonlinna.
- Hughes, H. (2000). *Arts, entertainment and tourism*. 245 s. Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Karvonen, E. (1999). *Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa*. 334 s. Gaudeamus, Helsinki.
- Kotler, P., D. Haider & I. Rein (1993). *Marketing places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. 388 s. Free Press, New York.
- Lohmann, M. (1999). Kulturtouristen oder die touristische Nachfrage nach Kulturangeboten. *Teoksessa* Heinze, T. (toim.) *Kulturtourismus. Grundlagen, Trends und Fallstudien*. 407 s. Oldenbourg, München.
- McIntosh, R. & C. Goeldner (1986). *Tourism. Principles, practices, philosophies*. 564 s. Wiley, New York.
- Rautio, J. (2007). Savonlinna kulttuurimatkakohteena. Tarkastelussa matkailijoiden mielikuvat ja kokemukset kesäkaupungista. Julkaisematon pro gradu -tutkielma. 82 s. Jyväskylän yliopiston taiteiden ja kulttuurin tutkimuksen laitos.
- Richards, G. (1996). The scope and significance of cultural tourism. *Teoksessa* Richards, G. (toim.) *Cultural tourism in Europe*, 21-38. CABI, Wallingford.
- Richards, G. (2000). Cultural tourism: challenges for management and marketing. *Teoksessa* Gartner, W. & D. Lime (toim.) *Trends in outdoor recreation, leisure and tourism*, 187-196. CABI, Wallingford.
- Richards, G. & C. Queirós (2005). *ATLAS Cultural Tourism Research Project 2004. Survey Report*. 27 s. ATLAS, Arnhem.
- Savonlinnan seudun matkailustrategia vuosille 2006–2015 (2008). Viitattu 20.5.2008. <http://www.savonlinnaseutu.fi/Kiinteasivu.asp?KiinteasivuID=20061&NakymalD=1574>
- Wilkman, H. & R. Vahela-Kohonen (2005). *Savonlinna 2011. Selvitys Savonlinnan seudun edellytyksistä hakea Euroopan kulttuuripääkaupunkiehdokkuutta*. Itä-Savon kuntayhtymä, Savonlinna. Myös internet-osoitteessa <http://www.savonlinnaseutu.fi/Kiinteasivu.asp?KiinteasivuID=18772&NakymalD=1576>

## PAIKKAKUVAUSTEN SAMANKALTAISTU- MINEN – ESIMERKKEINÄ SAVONLINNA JA VARKAUS

Artikkeli perustuu kesäkuussa 2007 tarkastettuun väitöstutkimukseen (Vepsäläinen 2007). Työssä on tarkasteltu Savonlinnan ja Varkauden kaupunkien esittämistä esitemateriaalissa ja kotiseutukirjoissa 1900-luvun alusta nykypäivään. Tavoitteena on ollut tarkastella kuvausten muotoutumista ja niissä tapahtuneita muutoksia. Samalla työssä on kehitetty menetelmää paikkojen kuvaamiseen ja mainostamiseen laadittujen painotuotteiden analysoimiseksi. Tutkimuksen keskeinen tulos on johtopäätös historiallisesti ja tänä päivänä varsin erilaisten kaupunkien kuvausten keskinäisestä samankaltaistumisesta.

### Paikkakuvausten eroja ja samankaltaisuuksia

Aaro A. Nuutisen kirjoittama matkakirja *Suvista Savo* vuodelta 1935 kertoo savolaisen toimittajan ja pohjalaisen pankinjohtajan kesäretkestä Savoan, jossa matkalaiset vierailevat muun muassa Varkauden kauppalassa ja Savonlinnan kaupungissa. Varkautta esitellään kirjassa luettelemalla sen lukuisia teollisuuslaitoksia, erilaisia palveluja ja kuvailemalla sen siistiä kaupunkimaista ympäristöä. Tätä kaikkea kovasti ihmettelevälle ja ihailevalle pankinjohtajalle toimittaja valistaakin: *Tämä onkin nyt sellaisissa käsissä, että kaikki pittää olla justiin eikä melekeen, Ahlströmin firmalla... eikä tämä lysti ole tässä vielä läheskään kaikki, vaan tämä räsämentti on kolmessa virtojen erottamassa osassa* (Nuutinen 1935).

Savonlinnasta kirjassa puolestaan esitellään Olavinlinnaa, jonka kerrotaan tervehtivän tulijoita *jykevin, harmain muurein ja tornein... järeäntuntuinen olemus uhoten karua elämän vakavuutta* (Nuutinen 1935). Kaupunkiin saapuessaan matkailijat ihmettelevät vilkasta matkustajasatamaa, tutustuvat kylpylaitokseen ja sitä ympäröiviin saariin puistoinen, ruokailevat Seurahuoneella ja asioivat Suomen matkailijayhdistyksen toimistossa. Ennen matkan jatkumista Punkaharjulle he kiipeävät Näлкälinnan torniin ihailemaan ympärillä avautuvaa järvimaisemaa.

Nyt noin 70 vuotta myöhemmin kaupunkeja on esitelty muun muassa seuraavasti. Vuoden 2005 *Savonlinna – Lomaseutu* -esitteen kansikuvassa kohoaa kaksi Olavinlinnan tornia kohti sinitaivasta. Toisen tornin huipulla on salossa Suomen leijonalippu. Sivun ylälaidan täyttää auringossa välkehtivä järven pinta. Esitteen ensimmäisellä sivulla kerrotaan, että *saarille rakennettu Savonlinnan kaupunki oli jo viime vuosisadalla suosittu kylpylä- ja matkailukaupunki. Tänäpä Savonlinna on tunnettu myös kansainvälisistä oopperajuhlistaan ja toristaan.* (Savonlinna – Lomaseutu 2005.)

Varkauden vuoden 2005 esitteen kannessa on puolestaan kuva koskesta, jonka yläpuolella avautuvalle pilvettömälle taivaalle on sijoitettu kuva Varkauden tehtaitten vanhimmista jäljellä olevista rakennuksista. Esitteen ensimmäisellä aukeamalla Varkauden luonnehditaan olevan *paitsi teollisuudesta tunnettu myös luonnonkaunis matkailukohde, joka tarjoaa loistavat puitteet niin kulttuuri-, luonto- kuin aktiviteettilomienkin viettoon... ja, jossa riittää mielenkiintoista nähtävää ja koettavaa niin luonnossa kuin kulttuurinjanoisille tai muuten vain elämyksiä etsiville* (Varkaus 2005).

Kun verrataan näitä samasta kaupungista eri aikoina julkaistuja kuvauksia toisiinsa sekä kaupunkien kuvauksia keskenään, voidaan todeta, että ne sisältävät toisaalta hämmästyttäviä samankaltaisuuksia ja toisaalta hyvin selkeitä eroja. Molempien paikkakuntien fyysisen ympäristön kuvauksissa sekä 70 vuotta sitten että tänä päivänä näkyy vesistöjen keskeinen rooli kaupunkikuvassa. Molempien osalta mainitaan myös paikkakunnan tärkein maamerkki ja symboli: Savonlinnassa Olavinlinna ja Varkaudessa tehtaat. Vuoden 1935 kuvauksissa korostuivat paikkakuntien keskinäiset erot: Savonlinna esitettiin leimallisesti suosittuna matkailukaupunkina ja Varkaus edistyksekkäänä teollisuuskauppalana. 2000-luvun esitteissä tämä ero ei enää ole läheskään niin selkeä, vaan myös Varkautta kuvataan pitkälti matkailukohteena. Muun muassa näihin huomioihin perustuen voidaankin kysyä, miten paikkakuntia on kuvattu eri aikoina ja miksi kuvaukset ovat muotoutuneet sellaiseksi kuin ovat.

Viime vuosikymmeninä paikkoja mainostavien kuvausten merkitys on korostunut. Yhä useammat paikkakunnat mainostavat itseään matkailijoille, asukkaille, yrittäjille ja osaavalle työvoimalle sekä pyrkivät erottumaan edukseen muista. (Meethan 1996: 180–195; Shaw & Williams 2004: 166–168.) Paikoista ei kuitenkaan voida antaa millaista kuvaa tahansa, vaan kuvaukset perustuvat aina tavalla tai toisella paikan fyysisiin, toiminnallisiin ja symbolisiin ominaisuuksiin sekä yhteiskunnassa vallitseviin arvostuksiin (Burgess 1990: 145; Jenkins 2003: 308; Stedman 2003: 671). Lisäksi paikkojen esittämisellä on oma historiansa, totutut tavat kuvata ja määritellä paikkaa (Driver 1999: 210–213). Kysymykset siitä, mitkä tekijät vaikuttavat paikkakuvausten muotoutumiseen ja millaisiksi paikat kuvauksissa määritellään, tekevätkin paikkakuvausten kriittisestä tarkastelusta myös alueellisesti ja yhteiskunnallisesti merkittävän tutkimusaiheen.

Esittelen seuraavaksi keskeisiä Savonlinnan ja Varkauden kuvaamisen tapoja ja niissä tapahtuneita muutoksia 1900-luvun alusta nykypäivään. Analysoitu aineisto koostuu esitemateriaalista, kotiseutukirjoista ja historiikeista. Aineisto ja sen analyysi on esitelty tarkemmin julkaisussa *Tarjolla Saimaan Venetsiat. Savonlinna ja Varkaus esimerkkeinä paikkakuvausten kutoutumisesta ylipaikkallisen ja paikallisen historiallisiksi kudelmiksi* (Vepsäläinen 2007).

## Savonlinna – kansallisesta maisemasta kansainväliseksi oopperakaupungiksi

Savonlinnan julkaisujen kuvaukset alueen luonnonmaisemista koostuivat 1900-luvun alussa käytännössä kolmesta aiheesta: Punkaharjua, järvi- maisemia ja Olavinlinnaa koskevista romanttissävyyisistä kuvauksista (esim. Savonlinna – Nyslott, Punkaharju 1916), joiden voi katsoa liittyneen 1800- ja 1900-lukujen taitteen kansalliseen heräämiseen ja sen yhteydessä tapahtuneeseen suomalaisen maiseman määrittelyyn (esim. Lukkarinen 2004; Häyrynen 2005). Maisemien ohella esiteltiin yleisesti myös alueen matkailutarjontaa. Merkittävin tutustumiskohde oli Olavinlinna, joka toimi paitsi nähtävyytenä myös muun muassa oopperadiiva Aino Ackté'n organisoimien oopperajuhlien järjestämispaikkana. Varsinaisen matkailukaupungin leiman Savonlinnalle antoi kuitenkin Olavin Kylpylä ja sen ympäristössä sijainneet huvilat. Näissä varhaisimmissa kuvauksissaan Savonlinnan alue näyttäytyikin kansallisesti merkittävänä maisemana ja erityisesti varakkaampien kansanluokkien kansainvälisenä matkailu- ja kylpyläkaupunkina (esim. Opas matkailijolle Savonlinnassa ja sen ympäristössä 1900.)

Matkailu säilyi myös jatkossa keskeisenä Savonlinnan kuvaamisen teemana. Toisen maailmansodan jälkeen kotimaanmatkailun yleistyttyä eri kansanluokkien keskuudessa (Hirn & Markkanen 1987: 333–334) kaupunki alkoi esittäytyä entistä enemmän kaiken kansan lomakohteena. Etenkin 1960- ja 1970-lukujen kaupungistumiskehityksen myötä Savonlinnan alue näyttäytyi nostalgisena kotiseutuna, jonne Etelä-Suomen kaupunkeihin muuttaneet halusivat palata kesälo-mallaan. (Esim. Savonlinna – Saarien ja salmien kaupunki 1950-luku.)

Vaikka Savonlinna siis esittäytyi jo varhain kansallisesti merkittävänä maisema- ja matkailukohteena, kehittyvään kaupunkiyhdyskuntaan viittaavat elementit alkoivat näkyä kuvauksissa varsinaisesti vasta kansallisen itsenäis-tymisen myötä ja vahvistuivat sotien jälkeen jälleenrakennuksen kaudella. Aiempia kansallisromanttisia kuvaustapoja ei kuitenkaan hylätty, vaan niihin yhdistettiin alueen modernisoitumisesta kertovia piirteitä. Esimerkkejä tästä ovat kuvat, joissa Olavinlinna muodosti taustan uudelle rautatiesillalle tai Kyrönsal-messa lipuvalle tukkilautalle (Saimaan alue 1928; Savonlinna ympäristöineen 1959). Kaupunki esitettiin samalla sekä modernina ja kehittyvänä että perinteisenä ja luonnonläheisenä.

Erityisesti 1960- ja 1970-lukujen kotiseutukirjat esittelivät kaupunkia myös matkailukauden ulkopuolella. Kirjat sisälsivät runsaasti kuvia paikallisista ihmisi-stä töittensä ja harrastustensa parissa sekä palveluiden käyttäjinä (Auvinen & Hartman 1964; Thiel 1972). Nämä kuvaukset voidaan liittää suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan rakentumisen ja vahvistumisen ihanteisiin (esim. Jokinen & Saaristo 2002: 88–89). Perustan niille antoi aina 1970-luvulle saakka Savon-linnan kehitys teollisuuspaikkakuntana ja ympäröivän talousalueen keskuksena (Vehviläinen 1978: 692–693).

Samalla kuvauksissa alkoi kuitenkin tapahtua muutoksia. Länsimaissa ja myös Suomessa vahvistunut ympäristöajattelu (esim. Hajer 1995: 24–25; Konttinen

1996: 275) toi myös Savonlinnan kuvauksiin maininnat ympäristön, erityisesti järviluonnon, puhtaudesta. 1980-luvulle tultaessa alueen luonnon muun muassa kerrottiin olevan *Euroopan kaunein ja puhtain sekä koskematon* (esim. Savonlinna – Bravo! 1988). Vastaavia kuvauksia näkee esitteissä myös nykyään. 2000-luvulla luontoarvot on kuitenkin yhä useammin yhdistetty luontomatka- ja palvelujen tarjoamiin elämyksiin ja maiseman esteettisyyteen (esim. Savonlinnan seutu 2002). Samalla on jälleen korostettu myös maisemien kansallisromanttista merkitystä. Esimerkiksi Punkaharjua on mainostettu Maamme-laulun sanoin: *ei vettä rantaa rakkaampaa* (Iloista lomaa Itä Suomessa 1995). Tänä päivänä kuvausten ei kuitenkaan enää voi katsoa liittyvän erityisesti kansallisen identiteetin ja kansallisvaltion vahvistamiseen, vaan niiden avulla pyritään luomaan ja viestittämään Savonlinnan seudun omaleimaisuutta suhteessa ympäröivään alueeseen ja muihin vastaaviin paikkoihin maailmassa.

Myös esitteiden matkailutarjonnassa on tapahtunut merkittäviä muutoksia. 1970-luvulla kuvauksiin heijastui muun muassa suomalaisten ulkomaanmatkailun yleistymisen myötä syntynyt kilpailuasetelma ulkomaisten lomakohteitten kanssa (Hirn & Markkanen 1987: 369). Tuolloin muun muassa mainostettiin, että *Venetsiassa ja Savonlinnassa kiertoajelu tehdään vetten päällä* (Savonlinna 1983). Viime vuosikymmeninä esitteiden matkailutarjonta on lisääntynyt ja monipuolistunut. Niissä on lueteltu alueen palveluita, harrastusmahdollisuuksia, kulttuuritarjontaa ja muita aktiviteetteja periaatteella jokaiselle jotakin. Esitteet tarjoavat mitä erilaisimpia ohjelmapalveluja, seikkailuja ja elämyksiä. Tarjolla on niin urbaania tunnelmaa kuin luonnonrauhaa. Lisäksi on tuotu esiin Savonlinnan historiaa matkailukaupunkina muun muassa viittauksin viime vuosisadan vaihteen kylpylä- ja huvilaelämään ja oopperadiiva Aino Ackén järjestämiin oopperajuhliin. (Esim. Savonlinna à la Carte 2003.)

Esitteiden kuvamateriaali on myös lisääntynyt, ja kuvat on usein aseteltu lomittain tai samalle sivulle koko sivun täyttäväksi kuvakollaasiksi. Kuvaukset luovat Savonlinnalle imagoa Saimaan sydämessä sijaitsevana luonnonkauniina kaupunkina, jonka historiallisessa Olavinlinnassa järjestetään kansainvälisesti tunnetut oopperajuhlat. Samalla kuvauksissa jäävät kuitenkin käytännössä kokonaan huomiotta Savonlinnan tarjoamat mahdollisuudet ympärivuotiseen asumiseen, arkeen ja työntekoon matkailusesongin ulkopuolella.

Kaiken kaikkiaan tämän päivän kuvauksissaan Savonlinna näyttäytyy varsin ”universaalina” matkakohteena. Esitteiden viittaukset paikalliseen historiaan ja omaleimaiset fyysisen ympäristön elementit (erityisesti Olavinlinna) kiinnittävät kuvaukset kyllä Savonlinnaan, mutta muilta osin esitteiden tarjoama paikkatuote voisi sijaita periaatteessa missä tahansa vastaavan järviympäristön omaavalla alueella.

## Varkaus – täydellisestä tehdasimperiumista lapsiperheiden lomakohteeksi

Viiime vuosisadan alussa Varkaus ei ollut vielä itsenäinen paikkakunta, vaan kuului kahden kunnan, Joroisten ja Leppävirran alaisuuteen. Luonteeltaan Varkauden teollisuusyhdyskunta kuitenkin poikkesi merkittävästi ympäröivästä maatalousalueesta. Tästä johtuen monet yhdyskunnalliset tehtävät ja käytännössä koko yhdyskunnan hallinta olivat paikkakunnalla vaikuttaneen teollisuusjohdon käsissä. (Soikkanen 1962; Schybergson 1988; Itkonen 1996: 300–301, 2004: 144.) Myös paikkakunnasta julkaistut kuvaukset olivat 1900-luvun ensimmäisten vuosikymmenten ajan pitkälti pääasiassa alueen metsäteollisuutta hallinneen Oy Ahlström Ab:n toimesta laadittuja ja keskittyivät yhtiön hallinnoimiin ja rakentamiin alueisiin. Näissä kuvauksissa syntyi tapa esittää Varkaus modernina ja urbaanina teollisuusyhdyskuntana, täydellisenä tehdasimperiumina sekä metsäteollisuusvetoisesti kehittyvän modernin Suomen ylpeydenaiheena. Kuvauksissa korostui rakennetun ympäristön suunnitelmallisuus ja siisteys sekä luonnon esittäminen etutena, jonka yhtiö voi tarjota johtajilleen, vierailleen ja työntekijöilleen. (Esim. Warkaus Bruk 1925; Muutamia tietoja Warkauden tehtaista 1938; A. Ahlström Osakeyhtiö 1949.)

Ahlströmin vahva yhdyskunnallinen rooli jatkui vielä varsin pitkään senkin jälkeen, kun Varkaus saavutti kunnallisen itsenäisyyden vuonna 1929. Ensimmäiset itsenäisen Varkauden kauppalan kunnallisen hallinnon 1950-luvulla julkaisemat kotiseutukirjat jatkoivat pitkälti jo Ahlströmin julkaisuissa syntyneitä tapoja esittää edistyksestä, kehittyvää ja vaurastuvaa teollisuusyhdyskuntaa (Koskinen 1953; Salmi et al. 1958). Samalla nämä julkaisut olivat kuitenkin osoitus siitä, että kauppalan hallinto oli ottamassa oman asemansa yhtiön rinnalla paikallisuuden määrittäjänä. Tätä muutosta havainnollisti erityisesti kunnallisten ylpeydenaiheiden ja symbolien, kuten vaakunan ja vesitornin, nostaminen julkaisujen kansikuviin tehtaitten sijalle (Salmi et al. 1958). Varkauden imagoa määriteltiin paitsi teollisuusyhdyskuntana myös itsenäisenä hallinnollisena yksikkönä – hyvinvoivana ja modernina teollisuuskauppalana.

Vähitellen Ahlström kuitenkin luopui lopuistakin yhdyskunnallisista tehtävistään. Samalla metsäyhtiöiden, Ahlströmin ja 1980-luvun lopulta lähtien Varkauden metsäteollisuutta hallinneen Enson, julkaisut ovat keskittyneet 1960-luvun jälkeen yhtiöiden sisäisiin asioihin (Esim. Warkaus PM 4 on Stream 1978; Varkauden hienopaperit ja ympäristö 1995). Niiden ainoat varkautelaista yhdyskuntaa koskevat kuvaukset ovat käsitelleet ympäristönsuojelun kysymyksiä. Myös Varkauden kaupungin julkaisuissa esiteltiin 1970- ja 1980-luvuilla uusia jätevedenpuhdistamoja ja korostettiin alueen vesistöjen puhdistamista tehtyjen toimenpiteiden ansiosta (esim. Jänis et al. 1978). Kuten Savonlinnassa myös Varkauden osalta nämä kuvaukset kertovat yhteiskunnassa vahvistuneista ympäristönsuojelun diskursseista. Varkaudessa tarve korostaa ympäristöteknologian tehokkuutta oli kuitenkin voimakkaampaa. Puhdistamoja esiteltiin vakuutena teollisuusyhdyskunnan ympäristön laadusta, ei osoituksena ongelmista (Vepsäläinen 2000: 42–43).

Samalla Varkautta on kuvattu myös laadukkaana asuinympäristönä, jolla on tarjottavanaan monipuolisia palveluita ja harrastusmahdollisuuksia, hyvät liikenneyhteydet sekä moderneja ja luonnonläheisiä asuinalueita. Varkautelaisen asuinympäristön laadun kysymysten ohella paikkakuntaa on kuvattu hyvänä sijoituspaikkana kaikenkokoiselle teollisuudelle. Sillä on kerrottu olevan tarjottavanaan osaavaa työvoimaa, koulutusta, investointitukia ja muita sijaintietuja yrityksille. (Esim. Jänis et al. 1973; Varkaus kutsuu 1982.) Näiden kuvausten taustalla ovat paitsi kaupungin perinteet teollisuuspaikkakuntana myös erityisesti 1980-luvulla metsäteollisuuden muutosten aiheuttama epävarmuus. Ahlströmin pitkä valtakausi paikkakunnalla murtui vuosikymmenen lopun yrityskauppojen myötä. Samalla metsäyhtiöiden vaikutusvalta horjui ja loi tarpeen monipuolistaa paikallista elinkeinoitoimintaa. Murrosten seurauksena perinteisen teollisuuden ja suurteollisen kulttuurin rinnalle Varkauden kuvaamiseen ja määrittelyyn ryhdyttiin hakemaan elementtejä, jotka esittivät sen jälkiteollisena, korkean teknologian kaupunkina (ks. myös Itkonen 2004: 395–397).

Varkautta on kuvattu 1960-luvulta lähtien myös yhä enemmän matkailun ja vapaa-ajan kohteena. Jo ensimmäisistä matkailumainoksista lähtien paikkakuntaa mainostettiin siltojen ja kanavien kaupunkina, jonka muun muassa kerrottiin olevan *vesien pirstoma Savon Venetsia* (Suomi lomamaa, kohteena Varkaus 1974). Erityisesti viimeisen parin vuosikymmenen aikana Varkauden kuvauksissa ovat näkyneet uudet matkailua varten rakennetut kohteet, kuten Mekaanisen Musiikin Museo ja kokous- ja kongressikeskus Warkaus-sali. Lisäksi on mainostettu etenkin lapsiperheille suunnattuja harrastusmahdollisuuksia ja kulttuuritarjontaa, kaupunkimaista tunnelmaa sekä järviluontoa ja sen tarjoamia elämyksiä. (Esim. Warkaus 1998.) Sen sijaan paikkakunnan teollinen historia ja nykyisyys jäivät näissä matkailuun ja vapaa-aikaan keskittyvissä kuvauksissa varsin viitteellisiksi.

Nämä viimeisten vuosikymmenten Varkauden kuvaukset heijastavat monien muiden länsimaisten teollisuuskaupunkien mainonnan tapaan tarvetta hämärtää kaupungin teollista imagoa ja sen sijaan korostaa tarjolla olevia elämän laatuun liittyviä etuja (ks. myös Barke & Harrop 1994: 93–99; Short & Yeong-Hyun 1998: 61). Kuvauksissa ovat korostuneet yhä useammin erityisesti kulutukseen ja vapaa-ajan viettoon liittyvät mahdollisuudet. Tämän seurauksena käytetyt markkinointiteemat ovat samankaltaistuneet muiden kaupunkien kanssa. Savonlinnan tapaan myös nämä Varkauden viimeaikaiset kuvaukset voidaan sijoittaa lähestulkoon minne tahansa vastaavaan järviympäristöön.

## Samankaltaistuvat paikkakuvaukset

Savonlinnan ja Varkauden kuvausten historiallinen tarkastelu osoittaa, miten nämä aiemmin keskenään hyvin erilaisina näyttäytyneet paikkakunnat ovat viime vuosikymmenten kuvauksissa alkaneet muistuttaa yhä enemmän toisiaan ja muita vastaavia länsimaisia kaupunkeja. Molempien paikkakuntien kuvaukset kytkeytyivät 1900-luvun alkupuoliskolla niiden erilaiseen rooliin osana suomalaista yhteiskuntaa ja kansallisen identiteetin määrittelyä sekä yhtenäiskulttuurisen modernin kansallisvaltion rakentamista. Savonlinna

edusti kansallista maisemaa, jonka matkailukäyttöön ilmeni myös kansainvälistä kiinnostusta. Varkauden roolina oli puolestaan toimia kansallisena teollisen edistyksen ja kansallisen modernisaation symbolina. 1960-luvulta lähtien kuvauksissa tapahtui kuitenkin muutoksia, joiden seurauksena ne ovat yhä useammin määrittäneet tutkimuspaikkakuntia pikemminkin *paikkana maailmassa* kuin *paikkana Suomessa*. Molempien paikkakuntien viime vuosikymmenten kuvauksiin ovat heijastuneet yleisemmät länsimaisissa ympäristöarvostuksissa tapahtuneet muutokset, kuten ympäristön laadun sekä vapaa-ajan- ja kulutuksen merkityksen korostuminen. Tämä on johtanut kuvausten perusteella paikkakunnista syntyvän kuvan samankaltaistumiseen.

Savonlinnan ja Varkauden esimerkkien kaltaista paikkakuvausten samankaltaistumista voidaan nähdä tapahtuneen myös muualla. Lähestulkoon kaikki paikkakunnat markkinoivat nykyisin itseään ensisijaisesti matkailun ja vapaa-ajan ympäristöinä. Erityisen selkeä muutos on ollut monilla teollisuuspaikkakunnilla, joissa entiset suurteolliseen kulttuuriin liittyvät imagot on pyritty korvaamaan uusilla jälkiteolliseen kulutukseen ja vapaa-aikaan orientoituneen paikan mielikuvilla (esim. Short 1996: 431–440; Williams 2002: 359). Kuitenkin myös Savonlinnan kaltaisilla pidemmän matkailuperinteen omaavilla paikkakunnilla on nähtävillä keskittymistä yhä enemmän paikallisuuden tuotteistamiseen matkailukulutuksen käyttöön (esim. Saarinen 2002). Molemmissa tapauksissa kuvaukset sekä samanaistavat paikkoja keskenään että erilaistavat niitä suhteessa paikkojen omaan alkuperäiseen luonteeseen. Tuloksena syntyy usein varsin yksipuolinen ja ainakin osittain paikallisuudesta irrallinen kuva alueesta. (Ks. esim. Hopkins 1998: 78–79; Saarinen 2001: 51–54, 76; Shaw & Williams 2004: 169.) Tämä voidaan nähdä paitsi ongelmana myös haasteena paikkojen esittämiseksi, jonka suhteen voidaan tulevaisuudessa miettiä tarkemmin sitä, millaisena tietty paikka halutaan esittää suhteessa muihin paikkoihin maailmassa ja mitkä tekijät erottavat sen muista. Tässä yhteydessä paikkojen kuvaamisen historiallisten kudemien tarkastelu voi toimia välineenä, jonka avulla voidaan tunnistaa paikkojen omaleimaisia ominaisuuksia ja mahdollisuuksia hyödyntää niitä paikkojen kuvaamisessa ja määrittelyssä.

Mia Vepsäläinen

tutkija

mia.vepsalainen@joensuu.fi

Joensuun yliopisto, Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos

## Kirjallisuus

- A. Ahlström Osakeyhtiö (1949). A. Ahlström Osakeyhtiö (esittelykirjanen).  
 Auvinen, J. & B-M. Hartman (1964). *Savonlinna*. 89 s. Savonlinnan kaupunki, Suomalaisen kirjallisuuden kirjapaino, Helsinki (kuvateos).  
 Barke, M. & K. Harrop (1994). Selling the industrial town. Identity, image and illusion. *Teoksessa* Gold, J. R. & S. V. Ward (toim.) *Place promotion. The use of publicity and marketing to sell towns and regions*, 93–114. Wiley, Chichester.



- Burgess, J. (1990). The production and consumption of environmental meanings in the mass media. A research agenda for 1990s. *Transactions of the Institute of British Geographers* 15, 139–161.
- Driver, F. (1999). Imaginative geographies. Teoksessa Cloke, P., P. Crang & M. Goodwin (toim.) *Introducing human geographies*, 209–216. Arnold, London.
- Hajer, M. A. (1995). *The politics of environmental discourse. Ecological modernization and the policy process*. 332 s. Clarendon Press, Oxford.
- Hirn, S. & E. Markkanen (1987). *Tuhansien järvien maa. Suomen matkailun historia*. 376 s. Matkailun edistämiskeskus ja Suomen matkailuliitto. Gummerus, Jyväskylä.
- Hopkins, J. (1998). Signs of the post-rural. Marketing myths of a symbolic countryside. *Geografiska Annaler* 80 B:2, 65–81.
- Häyrynen, M. (2005). Kuvitettu maa. Suomen kansallisen maisemakuvaston rakentuminen. *Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia* 834. 220 s.
- Iloista lomaa Itä-Suomessa (1995). Saimaan matkailu ry. (esite).
- Itkonen, H. (1996). *Kenttien kutsu. Tutkimus liikuntakulttuurin muutoksesta*. 447 s. Gaudeamus, Tampere.
- Itkonen, H. (2004). Varkautelaisten vuosisata. *Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia* 944. 480 s.
- Jenkins, O. H. (2003). Photography and travel brochures. The circle of representation. *Tourism Geographies* 5: 3, 305–328.
- Jokinen, K. & K. Saaristo (2002). *Suomalainen yhteiskunta*. 356 s. WSOY, Juva.
- Jänis, P. & P. Jänis (1973). *Varkaus – Puun, teräksen ja virtaavien vesien kaupunki*. Varkauden kaupunki (kuvateos).
- Jänis, P., R. Hujanen, J. Koivula & A. Loponen (1978). *Varkaus*. [N. 100 s. Varkauden kaupunki (kuvateos).
- Konttinen, E. (1996). Ympäristön muodostuminen yhteiskunnalliseksi kysymykseksi 1980-luvun taitteen murroksessa. *Sociologia* 33: 4, 270–284.
- Koskinen, M. (1953). *Varkauden kauppala 25-vuotias. Katsaus Varkauden kauppalan vaiheisiin ja toimintamuotoihin vv. 1929–1953*. 47 s. Varkauden kauppala-hallitus.
- Lukkarinen, V. (2004). Kansallisen maiseman vertauskuvallisuus ja ympäristön tila. Teoksessa Lukkarinen, V. & A. Waenerberg: *Suomi-kuvasta mielenmaisemaan. Kansallismaisemat 1800- ja 1900-luvun vaihteen maalaustaiteessa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 965, 20–91.
- Meethan, K. (1996) Place, image and power: Brighton as a resort. Teoksessa T. Selwyn (toim.) *The Tourist image. Myths and myth making in tourism*, 179–221. Wiley, Chichester.
- Muutamia tietoja Varkauden tehtaista (1938). A. Ahlström Osakeyhtiö. Varkaus (esite).
- Nuutinen, A. A. (1935). *Suvista Savo. Kesäretki Savon mailla ja vesillä*. 260 s. Werner Söderström Osakeyhtiö, Porvoo.
- Opas matkailijoille Savonlinnassa ja sen ympäristössä (1900). Suomen matkailijayhdistyksen Savonlinnan haaraosasto. Etelä-Savon kirjapaino, Savonlinna.
- Saarinen, J. (2001). The transformation of a tourist destination. Theory and case studies on the production of local geographies in tourism and Finnish Lapland. *Nordia Geographical Publications* 30:1, University of Oulu. 105 s.
- Saarinen, J. (2002). Erämaan muuttuvat merkitykset. Pohjoisen luonnon traditionaalinen käyttö, moderni suojele ja turistinen tulevaisuus. *Alue ja ympäristö* 31: 2, 25–36.
- Saimaan alue (1928). Savonlinna – Kuopio, Leppävirran reitti. Suomen matkailijayhdistys, Kuopion osasto (opaskirjanen).

- Salmi E. E., P. Jänis & O. Hyvärinen & H. Soikkanen (1958). *Varkaus varttuu ja vaurastuu*. 48 s. Suomalaisen Kirjallisuuden Kirjapaino, Helsinki.
- Savonlinna (1983). Savonlinna, Enonkoski, Kerimäki, Kesälahti, Punkaharju, Savonranta. Matkaile Pohjolassa. Mainosrengas/Keski-Uusimaa, Savonlinnan matkailupalvelu ry. (esite)
- Savonlinna à la Carte (2003). Ohjelma-, majoitus-, ravintola- ja kokouspalvelut Savonlinnan alueella. Savonlinnan matkailupalvelu ry. (esite).
- Savonlinna – Bravo! (1988). Savonlinna, Enonkoski, Kerimäki, Punkaharju, Sulkava, Kesälahti, Parikkala, Savonranta. Savonlinnan matkailupalvelu ry. (esite).
- Savonlinna – Lomaseutu (2005). Savonlinna, Punkaharju, Kerimäki, Kesälahti, Parikkala, Rantasalmi, Enonkoski, Sulkava, Savonranta. Savonlinnan alueen lomaopas. Iloista lomaa Itä-Suomessa. Savonlinnan matkailupalvelu (esite).
- Savonlinna – Nyslott, Punkaharju* (1916). Savonlinnan kirjakauppa (kuvateos).
- Savonlinna–Saarien ja salmien kaupunki (1950-luku). Savonlinnan seudun matkailijayhdistys (esite).
- Savonlinna ympäristöineen (1959). Savonlinna/Olavinlinna. Matkaopas. Savonlinnan seudun matkailijayhdistys r.y.
- Savonlinnan seutu (2002). Savonlinna, Punkaharju, Kerimäki, Kesälahti, Parikkala, Rantasalmi, Enonkoski, Sulkava, Savonranta. Kesä-talvi. Iloista lomaa Itä-Suomessa, Savonlinnan matkailupalvelu (esite).
- Schybergson, P. (1988). Tåtort kring ett företag. *Historisk Tidskrift för Finland* 73, 40–57.
- Shaw, G. & A. M. Williams (2004). *Tourism and tourism spaces*. 311 s. SAGE, London.
- Short, J. R. (1996). *The urban order. An introduction to cities, culture and power*. 506 s. Blackwell, Oxford.
- Short, J. R. & K. Yeong-Hyun (1998). Urban crises/urban representations. Selling the city in difficult times. *Teoksessa* Hall, T. & P. Hubbard (toim.) *The entrepreneurial city. Geographies of politics, regime and representation*, 55–75. Wiley, Chichester.
- Soikkanen, H. (1962). *Varkauden historia*. 802 s. Suomalaisen kirjallisuuden kirjapaino, Helsinki.
- Stedman, R.C. (2003). Is it really just a social construction? The contribution of the physical environment to sense of place. *Society and Natural Resources* 16, 671–685.
- Suomi lomamaa, kohteena Varkaus (1974). Varkauden kaupunki (esite).
- Thiel, O. (1972). *Savonlinna*. 96 s. Otava, Helsinki.
- Varkauden hienopaperit ja ympäristö (1995). Enso-Gutzeit Oy (esite).
- Varkaus (2005). Iloista lomaa Itä-Suomessa (esite).
- Varkaus (1998). The Lakeland Finland (esite).
- Varkaus Bruk (1925). A. Ahlström Osakeyhtiö (esite).
- Varkaus kutsuu (1982). Kalastus ja retkeily, Varkauden kaupunki (näyttelyesite).
- Varkaus PM 4 on Stream (1978). A. Ahlström Osakeyhtiö, Varkauden tehtaas (esite).
- Vehviläinen, O. (1978). *Savonlinnan kaupungin historia III*. 732 s. Savonlinnan kaupunki, Savonlinnan kirjapaino Osakeyhtiö.
- Vepsäläinen, M (2000). Environmental image of the industrial town. Image aspirations of town authorities and industrial companies in varkaus during the 20<sup>th</sup> century. *Nordisk Samhällsgeografisk Tidskrift* 30, 75–92.
- Vepsäläinen, M. (2007). Tarjolla Saimaan Venetsiat. Savonlinna ja Varkaus esimerkkeinä paikkakuvausten kutoutumisesta ylipaikallisen ja paikallisen historiallisiksi kudelmiksi. *Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja* 82. 208 s.
- Williams, D.R. (2002). Leisure, identities, globalization, and the politics of place. *Journal of Leisure Research* 34: 4, 351–367.

## MUUTTUVAT KANSALLISPUISTOT – TAVOITTEENA LUONNONSUOJELUN JA MATKAILUN YHTEENSOVITTAMINEN

Ensimmäisten kansallispuistojen perustamisesta lähtien puistoille on annettu kaksoistehtävä sekä luonnonsuojelun sekä virkistys- ja matkailukäytön kohteina. Luontomatkailun viimeaikaisen kasvun seurauksena puistojen kävijämäärät ovat lisääntyneet Suomessa. Taloudellisten ja poliittisten odotusten lisääntyessä on kiinnostavaa tarkastella, millainen merkitys matkailu- ja virkistyskäytölle annetaan kansallispuistoissa. Tämä artikkeli perustuu kulttuurimaantieteen alan väitöskirjaani, jossa tarkastelen luonnonsuojelun ja matkailun välisen vuorovaikutussuhteen määrittymistä Suomen kansallispuistoissa. Tutkimus osoittaa, että matkailukäytön asema puistoissa on vahvistunut 2000-luvun aikana. Tässä artikkelissa tarkastelen matkailun muuttunutta merkitystä kansallispuistoissa ja pohdin sen konkreettisia vaikutuksia eri näkökulmista.

### Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät

Suomen kansallispuistoista on tullut tärkeitä luontomatkailun vetovoimatekijöitä ja kohdealueita. Metsähallituksen tilastojen mukaan puistojen keskimääräinen käyntikertojen määrä noin kaksinkertaistui 1990-luvulla, ja tällä vuosikymmenellä kasvu on jatkunut tasaisempaan (ks. Puhakka 2007: 138–139). Vuonna 2007 Suomen 35 kansallispuistoon tehtiin yhteensä lähes 1,7 miljoonaa käyntiä (Käyntimäärät kansallispuistoittain... 2008). Alkutuotantoelinkeinojen merkityksen vähentyessä matkailusta on tullut tärkeä alueellisen kehittämisen väline syrjäseuduilla, erityisesti Pohjois-Suomessa (Saarinen 2003, 2007; Kauppila 2004). Luontomatkailun kasvun seurauksena suhtautuminen kansallispuistojen perustamiseen on muuttunut paikallistasolla. Aiemmin uusia suojelualueita vastustettiin voimakkaasti, mutta nykyisin alueelliset ja paikalliset toimijat, kuten kunnat, tukevat usein puistoesityksiä edistääkseen luontomatkailua (Rytteri & Puhakka tulossa). Luonnonsuojelun ja matkailun uskotaan usein toimivan sopusoinnussa keskenään, mutta niiden välille voi myös syntyä ristiriitoja (Budowski 1976; ks. Butler & Boyd 2000; Eagles & McCool 2002).

Tarkastelen väitöskirjatutkimuksessani (Puhakka 2007), miten kansallispuistojen keskeiset toimijat – puistoja hallinnoivat viranomaiset, matkailijat ja matkailuyrittäjät – jäsentävät matkailun merkityksen osana luonnonsuojelun perusteita ja kansallispuistojen käyttöä. Lisäksi analysoin, millaisiin käsityksiin luonnosta puistoille annetut merkitykset perustuvat. Kansallispuistojen nykyisten merkitysten lisäksi teen katsauksen luonnonsuojelun ja matkailun vuorovaikutuksesta käytyyn suomalaiseen keskusteluun 1800-luvun loppupuolelta lähtien. Tarkastelen työssä kansallispuistoja historiallisten ja yhteiskunnallisten käytäntöjen tuottamina tiloina, joiden luonto on kulttuurisesti määritelty suojelun arvoi-

seksi ja joita hoidetaan ja käytetään sovittujen periaatteiden mukaisesti (ks. Mels 1999). Luonnon suojeleminen on yhteiskunnallisesti määrittynyttä ja poliittista toimintaa, eikä matkailukäytön asema puistoissa ole siten ajallisesti ja paikallisesti muuttumaton tai kiistaton luonteeltaan.

Tutkimus perustuu laadullisiin menetelmiin. Puistoviranomaisia koskevan aineiston muodostavat kansallispuistojen suunnitteluasiakirjat: hoito- ja käyttösuunnitelmat, luontomatkailusuunnitelmat, *Luonnonsuojelualueiden hoidon periaatteet* -opas, *Alueiden yleisökäytön tavoitetilä 2010* -raportti sekä *Metsähallituksen luonnonsuojelualueiden virkistys- ja luontomatkailukäytön edellytysten parantaminen – kehittämissuunnitelma ympäristöministeriölle* -raportti. Kolin kansallispuiston suunnitelmat ovat Metsäntutkimuslaitoksen laatimia ja kaikki muut Metsähallituksen; suunnitelmat on laadittu vuosina 1984–2007. Lisäksi aineisto sisältää teemahaastatteluja: tein 33 haastattelua Kolin kansallispuistossa vieraileville matkailijoille kesällä 2004 ja seitsemän haastattelua puistossa toimiville matkailuyrittäjille vuosina 2001 ja 2005. Analysoin aineistot diskursiianalyttisin menetelmin (ks. tarkemmin Puhakka 2007: 59–83).

## Matkailun merkityksen kasvu kansallispuistoissa

Tutkimus osoittaa, että kansallispuistojen keskeiset toimijat jäsentävät eri tavoin matkailu- ja virkistyskäytön aseman puistoissa. Eri toimijaryhmiä ei ole kuitenkaan perusteltua tarkastella yhtenäisinä kokonaisuuksina, sillä sekä puistoja hallinnoivat viranomaiset, matkailijat että matkailuyrittäjät antavat varsin erilaisia merkityksiä kansallispuistoille ja niiden matkailukäytölle. Kuvasin siten vaihtelua jäsentämällä aineistojen analyysin perusteella neljä luonnonsuojelun ja matkailun vuorovaikutusta määrittävää diskurssia, jotka esiintyvät suomalaisessa kansallispuistokeskustelussa: 1) *kansallispuistot luonnonsuojelualueina*, 2) *kansallispuistot matkailualueina*, 3) *kansallispuistot kestävä luontomatkailun alueina* ja 4) *kansallispuistot paikallisväestön resursseina* (Puhakka 2007: 223–247). Eri toimijoita yhdistävien ja erottavien puhe- ja ajattelutapojen olemassaolo sekä niiden keskinäisen aseman muuttuminen osoittavat havainnollisesti kansallispuistojen historiallisen ja kulttuurisen rakentuneisuuden. Yhteiskunnassa käydään ikään kuin jatkuvaa kamppailua siitä, millaista luontoa suojellaan, mitä varten ja millaisin keinoin sekä mitä toimintoja sallitaan suojelualueilla. Erilaisissa puhetavoissa on kyse myös laajemmista luonnolle ja ihmisen luontosuhteelle annetuista merkityksistä. Koska matkailu aiheuttaa sekä ekologisia, sosio-kulttuurisia että taloudellisia hyötyjä ja haittoja, siitä on muodostunut runsaasti vastakkaisia mielipiteitä herättävä toiminto luonnonsuojelualueilla.

Tutkimus vahvistaa yhteiskunnallisen keskustelun perusteella muodostamaani ennakkokäsitystä siitä, että kansallispuistojen matkailullinen merkitys on vahvistunut viime vuosikymmeneltä lähtien luontomatkailun kasvun ja luonnonsuojelujäätelussa tapahtuneiden muutosten seurauksena. Uudenlaista puhetapaa heijastavat sekä asiakirja- että haastatteluaineistot. Tärkeimpänä tuloksenaan tutkimus osoittaa, että yhteiskunnallisesta keskustelusta on seurannut myös konk-

reettisiä muutoksia käytäntöihin: matkailu on saanut aiempaa keskeisemmän aseman kansallispuistojen hoito- ja käyttösuunnittelussa. Puistoille on ryhdytty asettamaan kestävä kehityksen käsitteeseen sisältyviä taloudellisia ja sosio-kulttuurisia tavoitteita, joita pyritään toteuttamaan luontomatkailua kehittämällä. Samalla on kasvanut matkailun merkitys puistojen hoitoa ja käyttöä ohjaavana tekijänä suojelunäkökohtien rinnalla. Luonnonsuojelu määritellään edelleen kansallispuistojen tärkeimmäksi tavoitteeksi, mutta puistojen käyttöä koskevia päätöksiä on alettu tehdä myös matkailuun liittyvin perustein.

Hallitsevaksi, kansallispuistojen hoito- ja käyttösuunnittelua ohjaavaksi diskursiksi on tällä vuosikymmenellä noussut *kansallispuistot kestävä luontomatkailun alueina*. Puistoissa pyritään sovittamaan yhteen luonnonsuojelun ekologiset ja luontomatkailun taloudelliset tavoitteet noudattamalla kestävyysperiaatteita. Käsitteiden kansallispuistojen taloudellisesta merkityksestä ja vuorovaikutuksesta ympäröivän yhteiskunnan kanssa on muuttunut huomattavasti. Aiemmin virkistystavoitteiden katsottiin palvelevan pääasiassa puistoissa retkeileviä kansalaisia, mutta nykyisin puistojen matkailukäytön uskotaan hyödyttävän myös taloudellisesti lähikuntia ja niiden asukkaita (ks. Saarinen 2007). Luonnon suojelemista ja käyttöä ei siten mielletä kokonaan toisensa poissulkeviksi. Samalla kansallispuistoissa pyritään ottamaan entistä paremmin huomioon paikallisten asukkaiden etuja. Tutkimus osoittaa, että erilaiset puistoja koskevat puhutavat ovat lähentyneet toisiaan.

Erilaisten tavoitteiden yhdistäminen kansallispuistoissa vastaa kansainvälistä kehitystä, joskin monien muiden maiden puistoissa matkailulla on ollut jo aiemmin tärkeämpi merkitys kuin Suomessa. Euroopassa suojelualueet ovat muuttuneet entistä dynaamisemmiksi ja innovatiivisemmiksi, ja niistä on tullut tärkeitä alueellisen kehittämisen välineitä erityisesti taantuvilla seuduilla (Hammer et al. 2007; ks. Mels 1999; McCool & Patterson 2000). Luonnon suojelun ja käytön sovittamista yhteen pidetään yhä useammin hyödyllisenä sekä suojelun että aluekehittämisen kannalta (ks. Fennell & Weaver 2005; Shultis & Way 2006).

Viimeaikaiset muutokset osoittavat suojelusta tulleen aiempaa markkinavetoisempaa ja välineellisempää: luontoa suojellaan yhä useammin tuotteistamalla sitä – muuttamalla sen arvo rahalliseksi (ks. McAfee 1999). Kansallispuistojen taloudellinen hyödyntäminen matkailussa ja kytkeminen aluekehittämisen tavoitteisiin ovat sidoksissa laajempiin yhteiskunnan muutoksiin: uusliberalistisen politiikan vaikutukset näkyvät myös luonnon käytössä (ks. McCarthy & Prudham 2004). Suomessa tehtiin 1970-luvulla jyrkkää pesäeroa suojelun ja talouden välille, mutta viime aikoina ne ovat lähentyneet toisiaan. Alkutuotantoelinkeinojen merkityksen vähentyessä ja hyvinvointiyhteiskunnan heikentyessä kunnille ja maakunnille on annettu yhä suurempi vastuu alueellisesta kehittämisestä. Luonto ja luonnonsuojelualueet pyritään valjastamaan matkailun edistäjiksi ja talouskasvun vauhdittajiksi. Kansallispuistojen paineet tuottaa matkailutuloa ja osoittaa taloudellinen tehokkuutensa – esimerkiksi yhteiskunnallisen rahoituksen turvaamiseksi – ovat lisääntyneet (Eagles & McCool 2002: 46–47). Metsähoito laatii alueilleen käyntimäärä- sekä tulo- ja työllisyystavoitteita, joilla pyritään toteuttamaan eduskunnan ja ympäristöministeriön asettamia luontomatkailun

tavoitteita (esim. Ohjelma luonnon... 2002). Metsähallitus tavoittelee kansallispuistojen kokonaikäyntimäärään 40 prosentin kasvua vuoden 2003 tasosta vuoteen 2010 (Metsähallituksen luonnonsuojelun alueiden... 2004: 22, 74).

Luonnonsuojelun ja matkailun vuorovaikutusta määrittävien puhetapojen lähentymisestä huolimatta yhteiskunnassa käydään edelleen diskursiivista kamppailua siitä, kenellä on oikeus määritellä "totuus" kansallispuistoista ja niiden käytöstä. Tavoitteiden laajentuessa myös taloudellisiksi ja sosio-kulttuurisiksi voivat puistojen käyttöä koskevat ristiriidat kasvaa (McCool & Patterson 2000: 113). Väitöskirjatutkimukseni osoittaa, että nykyisten hoito- ja käyttösuunnittelun periaatteiden ja käytäntöjen rinnalla esiintyy sekä kriittisempiä että myönteisempiä kansallispuistojen matkailukehittämistä koskevia kannanottoja. Lisäksi puistoille saatetaan antaa aivan muunlaisia kuin suojelua tai matkailua korostavia merkityksiä.

## Matkailun kasvun vaikutukset

**E**n ota tutkimuksessa kantaa siihen yhteiskunnallisen päätöksenteon piirissä olevaan kysymykseen, onko 2000-luvulla hallitsevaksi noussut diskurssi paras ja oikea tapa hoitaa kansallispuistoja. Se toki pyrkii ottamaan huomioon useiden eri tahojen intressejä, sovittamaan yhteen erilaisia tavoitteita ja samalla vähentämään puistojen käyttöä koskevia ristiriitoja. Toisaalta se herättää kriittisiä kysymyksiä, pystytäänkö luonnonsuojelun ekologiset ja luontomat- kailun aluetaloudelliset tavoitteet toteuttamaan samanaikaisesti riittävän hyvin. Erilaisten tavoitteiden sovittaminen yhteen merkitsee suuria haasteita kansallispuistojen suunnittelulle, sillä ekologisia, sosio-kulttuurisia ja taloudellisia ulottuvuuksia ei voi arvottaa yhteismitallisesti. Seuraavaksi pyrin osittain kriittistenkin kysymysten ja pohdintojen kautta tarkastelemaan viimeaikaisten muutosten konkreettisia vaikutuksia eri näkökulmista. Valmiiden vastausten sijaan nämä pohdinnat tarjoavat hedelmällisiä jatkotutkimuksen aiheita.

Kansallispuistojen matkailullisen merkityksen vahvistuminen saattaa parantaa luonnonsuojelun toteuttamisen edellytyksiä. Mahdollisuus hyötyä taloudellisesti suojelualueista lisännee paikallisten ja alueellisten toimijoiden myönteistä suhtautumista suojeluun ja tukea suojelualueiden perustamiselle. Kasvava luontomat- kailu tarjoaa paikalliselle väestölle uusia toimeentulon ja työllistymisen mahdol- lisuuksia, joskaan matkailun vaikutukset paikallisten elinolosuhteisiin ja identi- teettiin eivät ole yksinomaan myönteisiä (ks. Sorsa 2005: 128–133; Törn et al. 2007). Paikallisia kunnioittamalla voidaan lisätä heidän sitoutumistaan luon- nonsuojelun toteuttamiseen. Asukkaiden tarpeiden huomioonottamista, heille kertyvää hyötyä suojelusta ja heidän osallistamistaan suojelua koskevaan päätöksentekoon pidetäänkin yhä tärkeämpinä suojelun onnistumisen kannalta (Fennell & Weaver 2005: 384–385). Suomessa luontomat- kailun kehittämismah- dollisuudet ovat lisänneet myönteistä suhtautumista kansallispuistoihin (Ryteri & Puhakka tulossa). Toisaalta uusimpia kansallispuistoja on perustettu jo ennestään esimerkiksi Natura-ohjelmassa suojelluille alueille, eikä puistojen perustaminen ole siten välttämättä merkinnyt huomattavia uusia rajoituksia alueiden käytölle.

Luonnonsuojelun motiivien muuttuminen entistä matkailullisemmiksi ja kaupallisemmiksi ei ole ongelmatonta, vaan se lisää kansallispuistojen hoito- ja käytösuunnittelun haasteellisuutta. Samalla kun paikallisten ja alueellisten toimijoiden tuki puistojen perustamiselle kasvaa, alkaa puistojen käyttöön kohdistua yhä enemmän odotuksia. Jos esimerkiksi kunnat tukevat puistoesityksiä talouteen ja työllisyyteen vedoten, ne odottavat hyötyvänsä alueista kasvavien matkailutulojen ja -työpaikkojen muodossa. Toistaiseksi liikkumista ja rakentamista koskevat määräykset ovat pysyneet verrattain tiukkoina Suomen kansallispuistoissa, mutta hoidon ja käytön periaatteet voivat muuttua ajan kuluessa – esimerkkinä parhaillaan ympäristöministeriössä valmisteilla oleva lainmuutos, jolla Pallas-Yllästunturin puistossa sijaitsevan vanhan hotellin tilalle voidaan rakentaa lähes kymmenen kertaa suurempi hotelliravintola. Puistojen käsitteellinen määrittely kansainvälisiksi matkailukohteiksi luo perustan käytäntöjen muuttamiselle. Tämä herättää kriittisiä kysymyksiä matkailukäytön laajentamisen ja kehittämisen enimmäisrajoista.

Useat matkailun kehitykseen liittyvät tekijät aiheuttavat paineita kansallispuistojen voimakkaammalle matkailukäytölle tulevaisuudessa. Haasteita aiheuttavat esimerkiksi jokamiehenoikeuksien piiriin sisällytetyt uudet matkailun muodot sekä moottorikelkkojen ja muiden ajoneuvojen lisääntynyt virkistyskäyttö erityisesti Pohjois-Suomessa, jossa suojelualueet ovat laajoja. Matkailun kasvu lisää yleensäkin kansallispuistojen palveluihin kohdistuvia laatuvaatimuksia ja kehittämistarpeita, mikä voi olla ristiriidassa ekologisten suojelutavoitteiden kanssa ja lisätä puistoja koskevia konflikteja. Taloudellista voittoa tavoittelevan yksityisen elinkeinotoiminnan sovittaminen julkiseksi resursseiksi ymmärrettyihin kansallispuistoihin ei ole välttämättä ongelmatonta, joskin tutkimukseni tarjoaa myös varsin myönteisiä esimerkkejä luonnonarvoja kunnioittavasta matkailun yritystoiminnasta. Matkailuelinkeinon omat tavoitteet eivät myöskään ole aina yhteisiä aluekehittämisen tavoitteiden kanssa.

Toisaalta ainakin tiettyyn rajaan asti paikallisten ja alueellisten toimijoiden kehittämispäämäärät ovat yhteneviä puistoviranomaisten tavoitteiden kanssa, sillä myös Metsähallitus on alkanut asettaa kansallispuistoille esimerkiksi käyntimääriä, matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia ja yritystoimintaa koskevia tavoitteita. Keinoiksi luontomatkailun ja luonnonsuojelun tavoitteiden yhteensovittamiseen ja matkailun haittojen vähentämiseen esitetään kestävyysperiaatteiden noudattamista ja matkailukäytön ohjaamista. Kestäviin toimintatapoihin perustuvan matkailun lisääminen ei katsota olevan ristiriidassa suojelutavoitteiden kanssa. On silti huomattava, ettei kestävässä matkailussa ole kyse haittojen täydellisestä poistamisesta vaan niiden pitämisestä hyväksyttävällä tasolla sosio-kulttuurisiin ja taloudellisiin (sekä ekologisiin) hyötyihin nähden. Jos matkailijamäärää ja palveluvarustusta lisätään, matkailun ekologiset (ja sosio-kulttuuriset) kokonaishaitat voivat samalla kasvaa.

Yhteiskunnallinen tuki kansallispuistoille ja poliittinen painostus niiden perustamiseksi voi lisääntyä myös siten, että yhä useampi kansalainen vierailee puistoissa ja kiinnostuu luonnosta ja sen suojelemisesta (Eagles & McCool 2002: 23–24). Matkailun kasvaessa matkailijatkin alkavat kohdistaa puistoihin enemmän odotuksia ja vaatimuksia, mikä luo paineita matkailukäytön laajen-

tamiselle ja palvelujen kehittämiseksi. Kansallispuistoille määritellyt ekologiset suojelutavoitteet ja luontomatkailijoiden arvostamat esteettiset tekijät voivat olla ristiriidassa keskenään. Luonnonsuojelu merkitsee osalle matkailijoista enemmän luonnon visuaalisten piirteiden säilyttämistä kuin monimuotoisuus- ja uhanalaisuusarvojen vaalimista. Matkailijoiden esteettisin perustein rakentuva käsitys koskemattomasta luonnosta ei välttämättä vastaa kaikilta osin sitä luontoa, jota tieteellisesti painottunut hallinnollinen luonnonsuojelu pyrkii tänä päivänä säilyttämään. Kun kansallispuistoissa esimerkiksi ennallistetaan luontoa kaivinkoneita ja moottorisahoja käyttämällä, jälki voi olla matkailijan mielestä varsin rajun näköistä.

Toisaalta matkailijoiden odotuksiin ja mielikuviin vastaaminen asettaa rajoituksia puistojen matkailukäytölle. Myönteisimmin matkailuun suhtautuvat matkailijatkin näkevät rajat puistojen kehittämisellä: runsaat palvelut ja rakenteet voivat hälventää ihanteelliseksi muodostuneen idean luonnontilaisessa ja alkuperäisessä luonnossa liikkumisesta. Pitkälle tuotteistettu luonto ei välttämättä vastaa matkailijoiden luonnolle antamia merkityksiä ja heidän motiivejaan saapua alueelle. Kansallispuistojen palveluvarustusta rakennettaessa joudutaan siten tasapainottelemaan matkailijoiden luontomielikuvien täyttämisen ja palvelujen tarpeen välillä sekä suunnittelemaan rakenteiden sijainti huolellisesti. Lisäksi on otettava huomioon, että matkailijat muodostavat varsin heterogeenisen, luontosuhteiltaan erilaisen joukon.

Metsähallituksen tavoitteena on ohjata suurin osa valtion alueiden luontomatkailijoiden määrän kasvusta jo nyt vilkkaassa käytössä oleviin kohteisiin eli yleisökäytön painopistealueille, joihin sijoittuvat lähes kaikki kansallispuistot (ks. Metsähallituksen luonnonsuojelualueiden... 2004). Puistojen sisällä puolestaan matkailijat pyritään ohjaamaan virkistysvyöhykkeille. Tavoitteena on siten varmistaa käytön ekologinen kestävyys. **Toisaalta uhkana on, etteivät kansallispuistot 40 prosentin käyntimäärien kasvutavoitteiden toteutumisen jälkeen enää vastaa luontomatkailijoiden odotuksia luonnontilaisista ja rauhallisista alueista, joissa ei haluta kohdata liian paljon muita ihmisiä.** Jo nyt osa Kolilla haastatelluista matkailijoista kertoi ruuhkautuneisuuden häiritsevän heidän luontokokemustaan. Matkailukehittäminen voikin "sahata oksaa altaan" eli karkottaa puistoista villiä ja koskemattomaa luontoa etsiviä matkailijoita.

Kaupungistuneessa yhteiskunnassa korostuu kansallispuistojen ja muiden retkeilykäyttöä varten perustettujen alueiden merkitys kansalaisten virkistäytymiskohteina ja luontosuhteen ylläpitäjänä. Puistojen kävijämäärien kasvu voidaan tulkita konkreettiseksi osoitukseksi tästä. Toisaalta voidaan pohtia, millaista suhdetta luontoon ja millaista mielikuvaa luonnosta kansallispuistoihin perustuva matkailu lopulta pitää yllä. Luonto ei ole enää välttämättä kiinteä osa ihmisten jokapäiväistä elämää, vaan luonto merkitsee usein erityistä, kaupungin ulkopuolella sijaitsevaa paikkaa, jonne on erikseen matkustettava luontoelämyksiä saadakseen. Tottumattomat luonnossa liikkujat hankkivat luontokokemuksia esimerkiksi kansallispuistoista, joissa retkeilyrakenteet ja -palvelut helpottavat luonnossa liikkumista sekä lisäävät turvallisuuden tunnetta. Luontomatkailuelinkeinon voidaan katsoa tuottavan osaltaan luonnon toiseutta muodostamalla ihmisille mielikuvia koskemattomasta, yhteiskunnan ulkopuolisesta luonnosta.



## Tulevaisuuden kansallispuistot?

Todennäköisesti matkailun asema kansallispuistoissa ei heikkene lähitulevaisuudessa vaan puistojen tehtävä aluekehittämisen tavoitteiden toteuttajana voimistuu edelleen. Matkailuun liittyvät perusteet vahvistunevat suojelunäkökohtien rinnalla puistojen päätöksenteon kriteereinä. Ulkomailta saatujen esimerkkien mukaisesti Suomenkin kansallispuistot saattavat alkaa toimia yhä enemmän liikelaitosten kaltaisesti ja vastata paremmin matkailun kysyntään. Tulevaisuudessa ongelmia saattaa aiheuttaa virkistyspalvelujen tuottamiseen ja luontomatkailun hallintatoimiin osoitetun budjettirahoituksen riittämättömyys, jonka seurauksena Suomessakin voi tulla ajankohtaiseksi kysymys käyttö- tai pääsymaksujen perimisestä puistojen kävijöiltä. Useissa muissa maissa kansallispuistot ovat maksullisia. Toisaalta jokamiehenoikeuksiltaan vahvassa Suomessa on vierastettu ajatusta luonnossa liikkumisen maksullisuudesta, joten ainakaan pääsymaksujen toteutuminen lähitulevaisuudessa ei ole todennäköistä.

Kansallispuistojen tavoitteet sekä varsinkin matkailu- ja virkistyskäytön asema luonnonsuojelualueilla aiheuttavat todennäköisesti myös tulevaisuudessa vilkasta yhteiskunnallista keskustelua. Kiinnostavia jatkotutkimusten aiheita ovat esimerkiksi paikallisväestön suhde matkailuun ja suojeluun sekä paikallisten ja alueellisten kehittäjien kohdistamat odotukset puistojen matkailukäyttöön. Koska luonnonsuojelun ja matkailun vuorovaikutusta koskeviin kysymyksiin ei yleensä ole olemassa lopullisia ja yksiselitteisesti oikeita vastauksia, matkailukäytön asema kansallispuistoissa tulee edelleen määrittämään diskursiivisten kamppailujen tuloksena.

FT Riikka Puhakka

riikka.puhakka@oulu.fi

Joensuun yliopisto, maantieteen oppiaineryhmä ja Oulun yliopisto,  
Thule-instituutti

## Kirjallisuus

- Budowski, G. (1976). Tourism and environmental conservation: conflict, coexistence, or symbiosis? *Environmental Conservation* 3: 1, 27–31.
- Butler, R. W. & S. W. Boyd (toim.) (2000). *Tourism and national parks. Issues and implications*. 342 s. John Wiley & Sons, Chichester.
- Eagles, P. F. J. & S. F. McCool (2002). *Tourism in national parks and protected areas. Planning and management*. 320 s. CABI Publishing, Wallingford.
- Fennell, D. & D. Weaver (2005). The ecotourism concept and tourism-conservation symbiosis. *Journal of Sustainable Tourism* 13: 4, 373–390.

- Hammer, T., I. Mose, D. Siegrist & N. Weixlbaumer (2007). Protected areas and regional development in Europe: towards a new model for the 21<sup>st</sup> century. *Teoksessa Mose, I. (toim). Protected areas and regional development in Europe. Towards a new model for the 21<sup>st</sup> century*, 233–246. Ashgate, Aldershot.
- Kauppila, P. (2004). Matkailukeskuksen kehitysprosessi ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla: esimerkkeinä Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs. *Nordia Geographical Publications* 33: 1. 260 s.
- Käyntimäärät kansallispuistoin 2007 (2008). Metsähallitus. Viitattu 11.4.2008. <http://www.metsa.fi/page.asp?Section=2842>
- McAfee, K. (1999). Selling nature to save it? Biodiversity and green developmentalism. *Environment and Planning D: Society and Space* 17: 2, 133–154.
- McCarthy, J. & S. Prudham (2004). Neoliberal nature and the nature of neoliberalism. *Geoforum* 35: 3, 275–283.
- McCool, S. F. & M. E. Patterson (2000). Trends in recreation, tourism and protected area planning. *Teoksessa Gartner, W. C. & D. W. Lime (toim). Trends in outdoor recreation, leisure and tourism*, 111–119. CAB International, Wallingford.
- Mels, T. (1999). *Wild landscapes. The cultural nature of Swedish national parks*. 257 s. Lund University Press.
- Metsähallituksen luonnonsuojelualueiden virkistys- ja luontomatkailukäytön edellytysten parantaminen – kehittämissuunnitelma ympäristöministeriölle (2004). 79 s. Julkaisematon suunnitelma. Diaarinro 3516/530/2004. Metsähallitus, luonnonsuojelu.
- Ohjelma luonnon virkistyskäytön ja luontomatkailun kehittämiseksi (2002). *Suomen ympäristö* 535. 47 s. Ympäristöministeriö, Helsinki.
- Puhakka, R. (2007). Kansallispuistot murroksessa. Tutkimus luonnonsuojelun ja matkailun tavoitteiden kohtaamisesta. *Yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja / Joensuun yliopisto, yhteiskunta- ja aluetieteiden tiedekunta* 81. 305 s. Viitattu 11.4.2008. [http://joypub.joensuu.fi/publications/dissertations/puhakka\\_kansallispuistot/puhakka.pdf](http://joypub.joensuu.fi/publications/dissertations/puhakka_kansallispuistot/puhakka.pdf)
- Rytteri, T. & R. Puhakka (tulossa). Formation of Finland's national parks as a political issue. Artikkelin käsikirjoitus. 25 s. Lähetetty *Ethics, Place and Environment* -lehteen.
- Saarinen, J. (2003). The regional economics of tourism in Northern Finland: the socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 3: 2, 91–113.
- Saarinen, J. (2007). Protected areas and regional development issues in northern peripheries: nature protection, traditional economies and tourism in the Urho Kekkonen National Park, Finland. *Teoksessa Mose, I. (toim). Protected areas and regional development in Europe. Towards a new model for the 21<sup>st</sup> century*, 199–211. Ashgate, Aldershot.
- Shultis, J. D. & P. A. Way (2006). Changing conceptions of protected areas and conservation: linking conservation, ecological integrity and tourism management. *Journal of Sustainable Tourism* 14: 3, 223–237.
- Sorsa, R. (2005). Paluu luontoon? Erämaapuistot matkakohteina ja luontosuhteen muokkaajina. *Teoksessa Lehtinen, A. A. (toim). Maantiede, tila, luontopolitiikka – johdatus yhteiskunnalliseen ympäristötutkimukseen*, 109–133. Joensuu University Press.
- Törn, A., P. Siikamäki, A. Tolvanen, P. Kauppila & J. Rämetsä (2007). Local people, nature conservation and tourism in northeastern Finland. *Ecology and Society* 13: 1, 8. Viitattu 11.4.2008. <http://www.ecologyandsociety.org/vol13/iss1/art8/>

## KÄYTTÄJÄTIETO PALVELUSUUNNITTELUN KESKIÖSSÄ

Väitöstutkimukseni *Designing the Creative Tourism Experience – A Service Design Process with Namibian Craftspeople* taustana on taideteollisen muotoilijan halu ymmärtää, kuinka muotoilla tuotteita ja palveluja matkailun viitekehyksessä. Palvelumuotoilu on uusi tutkimuksen alue, jonka avulla muotoilija voi suunnitella tuotteita ja käyttää muotoilun tutkimuksen menetelmiä matkailijan kokemuksen ymmärtämisessä.

Palvelumuotoilun prosessiin kuuluu käyttäjän unelmien, muistojen ja alitajuisien toiveiden selvittäminen. Asiakastieto hyödynnetään tuotekehitysprosessissa. Palvelutarpeet, uudet ideat ja teknologian käyttötavat löytyvät osallistamalla asiakas suunnitteluprosessiin. Palvelumuotoilu on lyömässä itseään läpi uutena tuotekehityksen menetelmänä.

Palvelumuotoilu on teemallista palvelukokonaisuuden rakentamista. Kokonaisuus rakentuu erilaisten kosketuspisteiden kautta. Tilat, esineet, viestintä-, internet- ja mobiilipalvelut sekä palvelutapahtumat ovat osa kokonaisuutta. Teollisuuden haasteena on kehittää asiakkaiden tarpeisiin vastaavia palveluja sekä hyödyntää uutta teknologiaa palvelujen kehittämisessä. Tähän palvelumuotoilu antaa uusia työkaluja.

Kiinnostukseni matkailuun ja kädentaitojen tuotteistamiseen johdatti minut Namibiaan kesäkuussa 2000. Tästä alkoi matka palvelumuotoilun maailmaan ja haastava prosessi kehittää menetelmiä, joissa käyttäjätieto palvelee palveluiden kehittämistä.

Olin Suomen Windhoekin suurlähetystössä valtionhallinnon harjoittelijana tekemässä Taideteollisen korkeakoulun maisterin työtä namibialaisen käsityön kehittämisestä vastaamaan paremmin matkailijoiden tarpeita. Maisterin työ valmistui, mutta uteliaisuus matkailijan kokemusta ja käsityön tuotteistamisen prosessia kohtaan oli vain syventynyt. Oli selvää, että uudenlaista lähestymistapaa tuotekehitystä varten tarvittiin.

Väitöstutkimukseni namibialaisten käsityöläisten ja matkailijoiden kanssa koettujen käsityöpajojen, kirja- ja näyttelyprojektien kanssa suoritin viidessä vuodessa (2002-2007). Namibiassa kiinnekohtina toimivat Pendukan käsityökeskus Katuturassa ja taideteollisuustoimintaa kehittävän Pambili-yhdistyksen perustaminen. Suomen päässä sosiaalista, hyvinvointia edistävää muotoilua tutkivan Taideteollisen korkeakoulun World Design -tutkimusryhmän perustaminen antoi hyvän tukiryhmän tutkimustyön tekemiselle.

## Palvelumuotoilu tuo uudet menetelmät palveluiden kehittämiseen

Käyttäjän osallistaminen tuotekehitykseen ja erilaisten innovatiivisten menetelmien käyttäminen on innovaatioprosessin lähtökohta. Keinoja palvelumuotoilussa on paljon. Käyttäjille järjestetään työpajoja, joissa käydään läpi kehitteillä olevaan palveluun liitettyjä tunteita ja kokemuksia. Työpajaa voi edeltää herkistelyvaihe, jossa käyttäjät tekevät teemaan liittyviä mielikuvaharjoituksia vaikkapa viikon verran ennen työpajaan osallistumistaan. Muotoilijan on vain löydettävä sopiva luotain, osallistamisen keino. Palvelukokemuksen visualisointi ja erilaiset kokemuksen simuloinnit ovat tärkeä osa tuotekehitysprosessia. Ne tarjoavat nopean ja kilpailukykyisen keinon päästä kiinni uusien asiakaslähtöisten asiakastarpeiden toteuttamiseen.

Palvelukokonaisuudet muodostuvat palvelutuokioiden (ostoshetki käsityömyymälässä, palvelun varaus internet-sivuilta, ajo-ohjeiden tiedustelu puhelimesta) ketjusta. Tämä ketju voidaan yksityiskohtaisemmin jakaa kontaktipisteisiin, joiden kautta asiakas kokee palvelun. Esimerkkejä kontaktipisteistä ovat palveluprosessit (käsityön ohjaus, palvelutilanteet), tilat (palvelu- ja ohjausympäristöt) ja esineet (käyttöliittymä internetissä, palvelu- ja ohjaustilanteissa käytettävät välineet). Palvelukokonaisuuksien rakentamisessa on tärkeää käyttäjän asemaan asettuminen ja kokemuksen mallintaminen. Kokemuksen mallintaminen auttaa käyttäjälle tarjottavien palvelujen testaamisessa ja kehittämisessä. Muotoilun tutkimus tarjoaa menetelmiä selvittää käyttäjien tarpeet ja siirtää käyttäjätieto palvelukokonaisuuksien ja yksittäisten kontaktipisteiden kehittämiseen.

Palveluiden tuottaminen muodostaa yhden isoimmista liiketoiminnan alueista maailmassa. Palvelumuotoilun avulla voidaan rakentaa uusia käyttäjälähtöisiä palvelutuotteita myös taideteollisuuden alueelle. Kädentaitojen ohjaus, työssä jaksaminen, ikääntyneiden viriketoiminta ja elämysteollisuus antavat siihen mahdollisuuksia. Palvelumuotoilu antaa uuden työvälineen rakentaa teemallisia, käyttäjien tarpeisiin vastaavia palvelukokonaisuuksia näille alueille. Muotoilun tutkimuksen innovatiiviset menetelmät, kuten työpajat, näyttelyt, käyttäjien tekemä dokumentointi valokuvin ja päiväkirjoja kirjoittamalla, osallistavat käyttäjän vahvasti mukaan palvelutuotteen muotoiluprosessiin. Tällä tavoin pystytään vastaamaan käyttäjän tarpeisiin ja rakentamaan uudenlaisia palvelukokonaisuuksia sekä löytämään ratkaisuja ongelmakohtiin.

## Paikallisten taitojen oppiminen motivoi luovaa matkakokemusta

Matkailuteollisuus on Namibialle tärkeä elinkeino ja luontomatkailu suurin matkailun osa-alue. Maaseudun asukkaille, erityisesti maaseudun naisille, käsityötuotteiden myyminen ja kädentaitojen tuotteistaminen ovat tärkeitä tulonlähteitä. Innovatiiviset, osallistavat tutkimusmenetelmät tarjoivat minulle mahdollisuuden kehittää matkailutuotetta yhdessä namibialaisten naisten ja matkailijoiden kanssa.

Kokemuksen mallintaminen tapahtui Namibiassa järjestetyissä käsityöpa-joissa. Pajoissa oli mahdollisuus osallistua matkailijat dokumentoimaan itse kokemuksiaan vuorovaikutuksesta paikallisten käsityöläisten kanssa, uusien taitojen oppimisesta, kulttuuriympäristöstä, luonnosta ja matkakokemuksistaan kuvien ja päiväkirjojen avulla. Tutkijana minulle oli merkittävää luovan matka-kokemuksen jakaminen matkailijan kanssa. Tämä mahdollisti syvemmän ympäristön ja matkailijan kokemuksen ymmärtämisen.

Luovaan matkailuun liittyvät kokemukset voivat luoda uudenlaisen vuorovai- kutuksen matkailijoiden ja paikallisten yhteisöjen välillä. Huomio siirtyy tuote- teesta käsityön valmistuksen prosessiin. Käsityötaidon oppimisen prosessi on osa matkakokemusta. Materiaalien tuntu, tuoksu, maisemat ja äänet muodostavat kokemusmaiseman. Luovalla matkailijalla on vaikutuksia sekä palvelun tuottajaan (käsityöläinen) että matkailijaan (palvelun käyttäjä). Namibialai- selle käsityöläisyhteisölle luova matkailu on keino hyötyä matkailusta taloudelli- sesti. Yhteisön jäsenille maksetaan opetuksesta, ja käsitöitä myydään palvelun ohessa. Tätä merkittävämpää on monessa naisyhteisössä esiin nousseet voimaantumisen merkitykset. Taitojen osaaminen ja niiden opettaminen vahvis- tavat naisten itsetuntoa sekä yhteisön sisällä että sen ulkopuolella.

Pyrkimyksenä oli myös löytää tapoja, joilla erityisesti namibialaiset käsityö- läiset voivat hyötyä luovaan matkailuun liittyvistä aktiviteeteista säilyttäen kulttuu- riset arvonsa ja mahdollisuuden itseilmaisuuksiin. Kaupallistuminen tuhoaa paikal- listen tuotteiden autenttisuutta ja merkitystä paikallisille ihmisille. Tavoitteena oli a) ymmärtää luovan matkailun konteksti erityisesti namibialaisten käsityöläis- naisten näkökulmasta, b) selvittää, voisiko palvelumuotoilu tarjota viitekehyyksen muotoilijoille, jotka toimivat matkailuteollisuudessa, c) ymmärtää luovan matkai- lijän palvelukokemus ja d) analysoida palvelumuotoiluprosessia rakentamalla visuaalinen kuvaus luovan matkakokemuksen tuottamisesta.

## Palvelumuotoilu muotoilijan työkaluna

Luovan matkailun palvelukokemus muodostuu ennen matkaa (esitteet, inter- net-palvelut, kertomukset), matkan aikana (matkustus, majoitus, luonto, ruoka, käsityön ostaminen, käsityön ohjaus, paikallisen yhteisön kohtaaminen) ja matkan jälkeen (valokuvat, kertomukset, käsityötuotteet) tapahtuvista palve- lukokonaisuuksista. Luonteenomaista luovaan matkakokemukseen liittyville yksit- täisille palvelutuokioille on, että niihin liittyy voimakkaasti kokemusta määrittäviä merkityksiä, tunteita. Palvelukokemusten avulla määritellään uudelleen matkailu- markkinoinnin (esitteet, valokuvat) antamia ennakkokäsityksiä. Paikallisen kult- tuurin kohtaaminen aktiivisten toimijoiden, dynaamisessa aikalaiskulttuurissa elävien ihmisten kautta muutti mainonnan tarjoamaa kuvaa ja tarjosi uuden- laisen näkökulman paikalliseen namibialaiseen kulttuuriin.

Ihmiset ja ihmisten välinen vuorovaikutus on tärkeä kontaktipiste luovan matkailun palvelukokemuksessa. Ihmiset välittävät käsityötaidon oppimisen kokemuksen sekä tiedon paikallisesta kulttuurista. Palvelu tuotetaan yhdessä matkailijan (palvelun käyttäjän) ja palveluntuottajan (käsityöläisen) kanssa.

Toinen kontaktipiste on käsityön valmistuksen prosessi, jossa fyysinen kosketus materiaaleihin on tärkeää. Osa palvelutuokioista ja kontaktipisteistä, jotka liittyvät luovan matkailun kokemukseen, liittyvät luontokokemuksiin ja ryhmän sisäiseen vuorovaikutukseen matkan aikana.

Palvelumuotoilua voidaan käyttää työkaluna suunniteltaessa palveluja tai tuotteita, kontaktipisteitä, matkailun viitekehyksessä. Osallistavat ja käyttäjäkeskeiset tutkimusmenetelmät auttavat määrittelemään palvelulle keskeisiä kontaktipisteitä tai merkityksiä käyttäjän näkökulmasta. Käyttäjän näkökulma palvelukokonaisuudesta voi sisältää muutakin kuin kädentaitojen palveluja tai tarjota uusia tapoja tuotteista kontaktipisteitä (tiloja, esineitä, prosesseja). Matkailun viitekehyksessä visualisointia voidaan käyttää myös kuvaamaan palvelukokemuksen luonnetta. Palvelumuotoilun menetelmiä voidaan kehittää pidemmälle, ja niitä voidaan hyödyntää luovempien matkailutilojen ja vuorovaikutusmallien suunnittelussa.

Palveluiden suunnittelu on monialainen prosessi, jossa muotoilija voi käyttää ihmiskeskeisen suunnitteluprosessin (human-centered design) ja käytettävyystudkimuksen antamia lähestymistapoja ja menetelmiä käyttäjätiedon hankkimiseen sekä palvelumuotoiluprosessin jäsentämiseen muotoilun näkökulmasta.

Satu Miettinen  
yliopettaja, tuotemuotoilun laitos  
satu.a.miettinen@savonia.fi  
Kuopion Muotoiluakatemia, Savonia-ammattikorkeakoulu

## ITÄSUOMALAISTEN TAPAHTUMIEN VAIKUTUKSET – TAPAHTUMIEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTITYÖKALUN KEHITTÄMINEN

Itä-Suomi on täynnä erilaisia tapahtumia ja festivaaleja – varsinkin kesäisin loma-aikaan. Tapahtumat nähdäänkin Itä-Suomessa tärkeänä aluekehityksen välineenä ja matkailutulon lähteenä; ne on nostettu yhdeksi alueen tulevaisuuden kehityksen painopisteeksi. Taloudellisten vaikutusten lisäksi tapahtumilla on myös merkittäviä sosiaalisia ja kulttuurisia vaikutuksia kotipaikkakunnilleen.

Tapahtumien vaikutuksia koskevaa vertailukelpoista tietoa ei ole kuitenkaan ollut saatavilla, joten kehittämistyö on ollut tähän mennessä hyvin haasteellista. Joensuun yliopiston Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos pureutui kuitenkin tähän ongelmaan vuonna 2007, kun *ESS vaikuttaa* -hankkeessa kehitettiin pilot-versio tapahtumien vaikutusten mittaamiseen soveltuvasta tutkimusmenetelmästä/työkalusta. Työkalua testattiin kesän aikana 12 itäsuomalaisessa tapahtumassa. Työkalulla on tulevaisuudessa mahdollista selvittää tapahtumien asiakasprofiilit sekä taloudelliset, sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset.

### Tapahtumien vaikutukset ja niiden arviointi

Tapahtumilla on monenlaisia vaikutuksia kotipaikkakunnilleen; ne voivat houkutella paikkakunnalle matkailijoita, tuoda kunnille matkailutuloa, lisätä alueen työllisyyttä, parantaa paikkakunnan imagoa, kasvattaa paikallisten asukkaiden yhteenkuuluvuuden tunnetta, lisätä paikkakunnan harrastustoimintaa tai piristää muuten paikkakunnan elämää. Tapahtumien vaikutukset ovat pääosin positiivisia, mutta niillä voi olla paikkakunnille myös negatiivisia vaikutuksia, kuten ruuhkautumista ja melua. (Esim. Delamere 2001; Allen et al. 2002; Jago & Dwyer 2006.)

Useimmiten tapahtumien vaikutukset jaetaan taloudellisiin, sosiaalisiin, kulttuurisiin ja ympäristövaikutuksiin (esim. Dimmock & Tiyce 2001: 364–370; Allen et al. 2002: 25–26; Jackson et al. 2005: 361). Vaikka vaikutuksia on monia, tutkimuksen painopiste on tapahtumatutkimuksessa ollut niin Suomessa kuin maailmallakin tapahtumien taloudellisten vaikutusten arvioinnissa. Syynä tähän on, että tapahtumat ovat tarvinneet tietoa taloudellisista vaikutuksistaan oman olemassaolonsa perusteluksi ja tukirahoitusten takaamiseksi. Taloudelliset vaikutukset ovat myös helposti mitattavissa, mikä on ohjannut tutkimuksen painottumista niiden suuntaan. (Dwyer et al. 2000: 175–189; Allen et al. 2002: 25; Jago & Dwyer 2006: 1.)

Taloudellisten vaikutusten tutkimisessa on hyödynnetty lukuisia eri malleja, muun muassa panos-tuotos-mallia (*Input-output model*) tai sen sovelluksia (esim. Kim et al. 1998; Chhabra et al. 2003; Daniels 2004; Tohmo 2005; Jago & Dwyer 2006: 28–31), laskennallista tasapainomallia (*Computable General*

*Equilibrium model, CGE*) (esim. Dwyer et al. 2005; Dwyer et al. 2006; Jago & Dwyer 2006: 31–41) sekä pohjoismaista mallia (*Nordic model*) (esim. Cantell 1993, 1996, 1998, 2003; Ilmonen et al. 1995; Tyni & Aho 1999). Maailmalla on käytetty varsinkin kahta ensimmäistä mallia. Näistä kahdesta jälkimmäistä (CGE) on yleisesti pidetty tarkempana ja parempana menetelmänä taloudellisten vaikutusten arviointiin, sillä panos-tuotos-malli jättää huomiotta toiminnan negatiiviset vaikutukset. Panos-tuotos-malli on tästä huolimatta yleisemmin käytetty, sillä CGE-malli on monimutkaisempi ja kalliimpi käyttää. (Dwyer et al. 2006: 59–60.)

Pohjoismaissa, Suomi mukaan lukien, on näiden kahden mallin sijaan usein hyödynnetty 1980-luvulla kehitettyä pohjoismaista mallia. Se koostuu kahdesta osasta, tulo- ja menomenetelmästä, joita voi käyttää joko yhdessä tai erikseen. Tulomenetelmällä tutkitaan taloudellisia vaikutuksia yrityskyselyyn ja menomenetelmällä matkailijakyselyyn perustuen. Menomenetelmä on näistä kahdesta yleisemmin käytetty tapahtumatutkimuksen parissa. (Esim. Cantell 1993, 1996, 1998, 2003; Ilmonen et al. 1995; Paajanen 1999: 123; Tyni & Aho 1999; Kauppila & Ervasti 2001, 7; Juntheikki et al. 2002.)

Toisin kuin taloudellisia vaikutuksia, vaikeammin mitattavia sosiokulttuurisia ja ympäristövaikutuksia on tutkittu hyvin vähän (Dwyer et al. 2000: 175–189; Allen et al. 2002: 25; Jago & Dwyer 2006: 1). Viime vuosina on kuitenkin huomattu, että taloudellinen näkökulma on yksinään riittämätön tapahtumien vaikutuksia arvioitaessa. Koska sosiokulttuurisia ja ympäristövaikutuksia on mahdotonta mitata tarkasti, on tutkimuksen kohteena näitä tapahtumien vaikutuksia tutkittaessa kohteena useimmiten olleet paikalliset asukkaat ja heidän subjektiiviset näkemyksensä. (Small et al. 2005: 67.) Paikallisten asukkaiden hyväksyntä onkin ensisijaisen tärkeää tapahtuman jatkuvuuden kannalta (Delamere 2001: 25). Heidän näkemyksiään on useimmiten selvitetty joko haastatteluilla tai erilaisia väittämiä sisältävillä lomakekyselyillä (esim. Dwyer et al. 2000; Delamere 2001; Fredline & Faulkner, 2002). Vasta viime vuosina on kehitetty muutamia raameja ja asteikkoja tapahtumien sosiokulttuuristen vaikutusten mittaamiseen. Yksi näistä on SIP-skaala (Social Impacts Perception Scale), joka mittaa erilaisilla väittämillä yhteisön havaintoja tapahtuman sosiokulttuurisista vaikutuksista (Small et al. 2005; Small 2007).

Sosiokulttuuristen vaikutusten mittaustapojen kehittelystä huolimatta on vielä paljon tehtävää ennen kuin kattavasta asteikosta ja mittaustavasta voidaan sopia. Myös kokonaisvaltaisen kaikki vaikuttavuuden osa-alueet huomioivan menetelmän kehittäminen vaatii vielä työtä (Jago & Dwyer 2006: 43.) Kuitenkin tapahtuman vaikutuksista voidaan saada kattava kokonaiskuva vasta, kun tutkimuksessa huomioidaan vaikuttavuuden eri osat. Maailmalla, esimerkiksi Australiassa, on kehitetty joitakin malleja ja työkaluja (esim. Do-It-Yourself, Event Evaluation Kit) tapahtumien vaikuttavuuden tutkimiseen (Jackson et al. 2005; Buultjens 2006; Carlsen et al. 2007). Sen sijaan Suomessa tapahtumien vaikuttavuuden tutkimus on vielä melko uusi ala. Tästä syystä Suomessa on ollut tarve kehittää tapahtumien vaikuttavuuden tutkimiseen paikallisiin oloihin soveltuva malli, jolla voidaan saada vertailukelpoista tietoa suomalaisten tapahtumien taloudellisista ja sosiokulttuurisista vaikutuksista.



## Suomalaisen tapahtumien vaikutusten arviointityökalun kehittäminen

### Taustaa kehittämistyölle

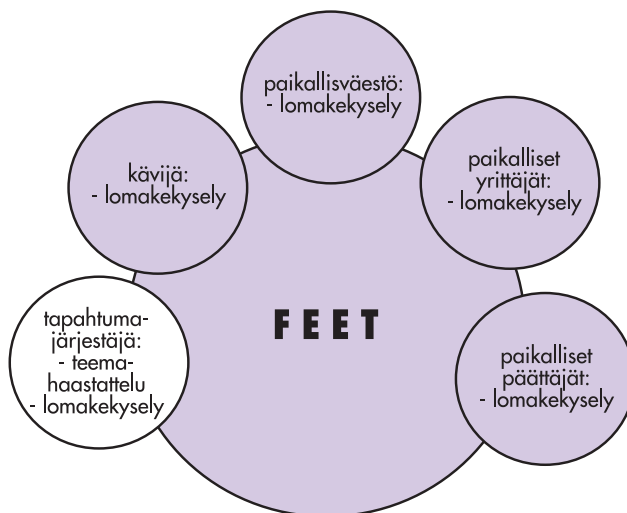
Viime vuosina tapahtumat on alettu nähdä hyvänä keinona kehittää alueita ja alueiden matkailuelinkeinoa niiden aikaansaamien positiivisten vaikutusten vuoksi. Myös Itä-Suomessa tapahtumamatkailun edistäminen nostettiin vuonna 2005 yhdeksi alueen tulevaisuuden kehittämisen kärjeksi. Tapahtumien toiminnan kehittämiseksi luotiin hanke *ESS vaikuttaa*, joka toteutettiin kokonaisuudessaan vuonna 2007. Hankkeen toteutuksesta vastasi Joensuun yliopiston Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos. Hankkeen tavoitteena oli 1) kehittää menetelmä/työkalu tapahtumien taloudellisten ja sosiokulttuuristen vaikutusten tutkimiseen, 2) testata ja pilotoida luotua menetelmää 12 itäsuomalaisessa tapahtumassa sekä 3) tätä kautta kehittää alueiden tapahtumien toimintaa. (Ks. myös Ristolainen 2007.)

### Finnish Event Evaluation Tool (FEET)

Suomalainen tapahtumien vaikutusten arviointityökalu (Finnish Event Evaluation Tool – FEET) luotiin aiempiin kansainvälisiin ja suomalaisiin tutkimuksiin pohjautuen. Työkalu kehitettiin, jotta (itä)suomalaisista tapahtumista saataisiin jatkossa vertailukelpoista tietoa. Työkalulla luodaan myös jatkuvuutta tapahtumatutkimukseen.

FEETillä voidaan tutkia tapahtumien asiakasprofiileja sekä taloudellisia ja sosiokulttuurisia vaikutuksia. Työkalulla kerätään paitsi tapahtuman perustietoja ja tapahtumajärjestäjän näkemyksiä myös tapahtuman neljän sidosryhmän näkemyksiä tapahtumasta. FEET koostuu viidestä osasta: 1) tapahtumajärjestäjän haastattelusta ja lomakekyselyistä, 2) yleisökyselystä sekä 3) paikallisväestölle, 4) paikallisille yrittäjille ja 5) paikallisille päättäjille suunnatuista lomakekyselyistä.

Tapahtumien asiakasprofiilit ja kävijöiden motiivit selvitetään perinteisten tutkimustapojen mukaisesti yleisötutkimuksella. Taloudellisten vaikutusten tutkimus perustuu myös osittain aiempiin tutkimustraditioihin. FEETissä taloudellisten vaikutusten arvioinnin pohjana on sovellus pohjoismaisesta mallista. Suurimpana kiinnostuksen kohteena taloudellisista vaikutuksista on matkailutulo, jonka arvioimisessa hyödynnetään pohjoismaisen mallin menomenetelmää. Toisin sanoen yleisökyselyssä kävijöiltä kysytään heidän rahankäyttöään tapahtumassa ja paikkakunnalla. Näitä lukuja käytetään hyväksi tapahtuman taloudellisia vaikutuksia laskettaessa. Matkailutulon lisäksi FEETillä saadaan selville yrittäjien näkemyksiä tapahtuman vaikutuksista heidän liiketoimintaansa. FEETillä on mahdollista tutkia myös paikallisten päättäjien ja paikallisväestön näkemyksiä tapahtuman taloudellisista vaikutuksista. Jotta tapahtuman taloudellisista vaikutuksista saataisiin kokonaiskuva, edellä mainittujen lisäksi FEETillä selvitetään myös tapahtuman järjestämisen kulut (esim. palkkakulut, mainostaminen) ja kulujen jakautuminen tapahtumapaikkakunnan ja muiden paikkakuntien kesken.

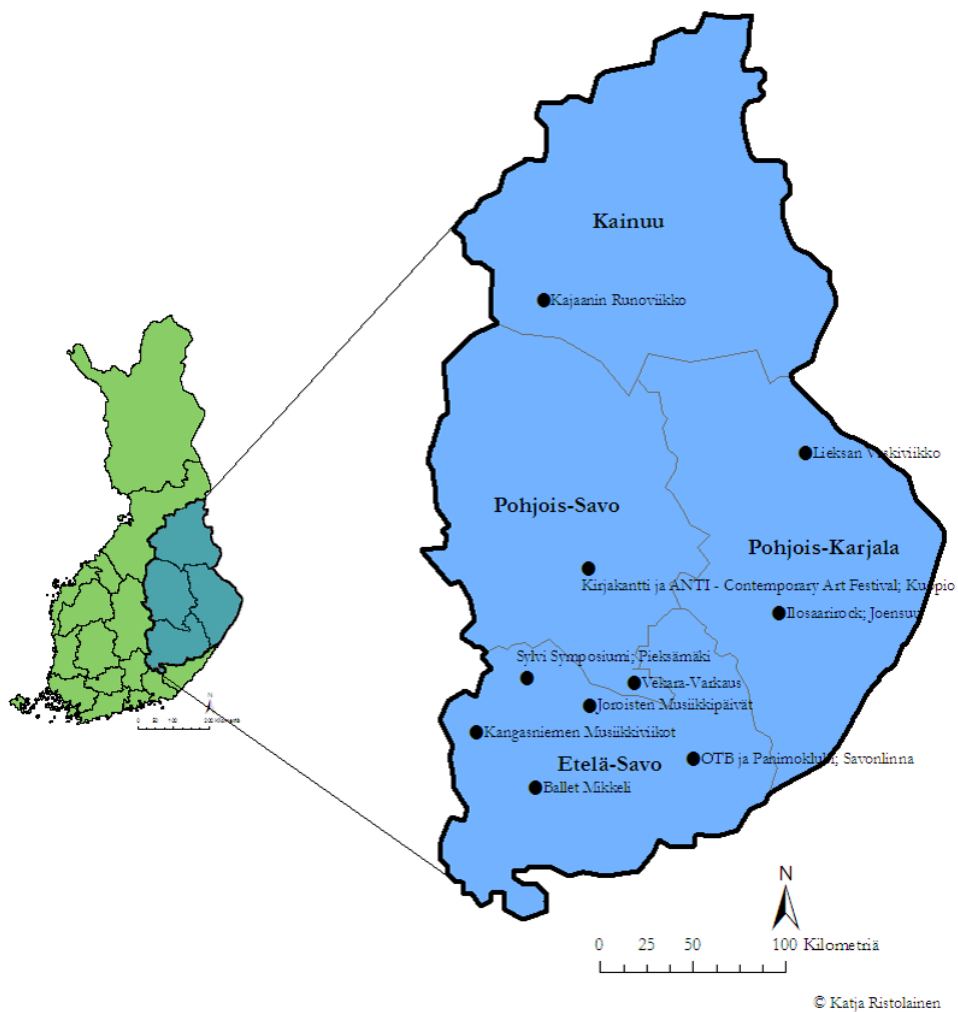


Kuva 1. FEETin osa-alueet

Myös sosiokulttuuristen vaikutusten tutkimus perustuu osittain aiempiin tutkimuksiin. Näitä vaikutuksia FEETillä tutkittaessa ovat kohderyhmänä paitsi paikalliset asukkaat myös perinteestä poiketen paikalliset yrittäjät ja päättäjät. Tapahtuman sosiokulttuurisia vaikutuksia selvitetään pääasiassa erilaisten väittämillä, jotka liittyvät muun muassa tapahtumapaikkakunnan imagoon, ympäristöön, yhteisöllisyyteen, alueelliseen identiteettiin, asukkaiden viihtyisyyteen ja harrastusmahdollisuuksiin sekä paikallisen osaamisen näkyvyyteen tapahtumassa.

## Arviointityökalun pilotointi

Suomalaista tapahtumien vaikutusten arviointityökalua testattiin ja pilotoitiin kesän ja syksyn 2007 aikana 12 itäsuomalaisessa tapahtumassa. Tapahtumat muodostivat kooltaan ja sisällöiltään hyvin heterogeenisen joukon. Tutkimukseen valittiin tarkoituksenmukaisesti erilaisia tapahtumia, sillä tavoitteena oli luoda tutkimus- ja kehittämistyökalu, joka soveltuisi mahdollisimman monenlaisten tapahtumien tutkimiseen. Tutkimukseen osallistuneet tapahtumat jakautuivat sisältönsä mukaan neljään kategoriaan: 1) klassisiin kulttuuritapahtumiin (7 tapahtumaa), 2) populaarikulttuuritapahtumiin (3 tapahtumaa), 3) marginaalikulttuuritapahtumiin (1 tapahtuma) ja 4) urheilutapahtumiin (1 tapahtuma). Markkinapohjainen tapahtuma Panimoravintola Huvilan Panimoklubi sekä urheilutapahtuma Old Timer's Basketball Tournament toimivat verokkitahtumina perinteisemmille kulttuuri- ja populaarikulttuuritapahtumille. Kuvasta 2 on nähtävissä tutkimukseen osallistuneiden tapahtumien maantieteellinen sijainti. Taulukossa 1 on puolestaan esitetty perustiedot pilottitutkimukseen osallistuneista tapahtumista.



Kuva 2. Tutkimuksen maantieteellinen alue ja tutkimuksen kohteena olleet tapahtumat

Taulukko 1. Perustiedot tapahtumista

Tapahtuma	Tapahtuman laji	Perustamisvuosi	Kesto	Kävijämäärä 2007	Matkailijoiden / paikallisten asukkaiden osuus kävijöistä
Kajaanin Runoviikko	Klassinen kulttuuritapahtuma (kirjallisuus/runous)	1977	5 päivää	7 355, myydyt liput 3 990	57 % / 43 %
Kirjakantti	Klassinen kulttuuritapahtuma (kirjallisuus)	2004	4 päivää	3 100, joista lapsia 1600	14 % / 86 %
Sylvi Symposium	Klassinen kulttuuritapahtuma (kirjallisuus)	2000	2 päivää	1 200	29 % / 71 %
Kangasniemen Musiikkiviikot	Klassinen kulttuuritapahtuma (klassinen musiikki)	1983	10-11 päivää	2 000, myydyt liput 1 700	83 % / 17 %
Joroisten Musiikkipäivät	Klassinen kulttuuritapahtuma (klassinen musiikki)	1978	4-6 päivää	3 500, myydyt liput 3 100	77 % / 33 %
Lieksan Vaskiviikko	Klassinen kulttuuritapahtuma (vaskimusiikki)	1980	10 päivää	19 883 (9199 ilmaistilaisuuksissa ja 10 684 maksullisissa tilaisuuksissa; myydyt liput 9 908)	63 % / 37 %
Ballet Mikkeli	Kulttuuritapahtuma (baletti/tanssi)	1995	4-5 päivää	3845 (=myydyt liput)	56 % / 44 %
Ilosaarirock	Populaarikulttuuritapahtuma (rockfestivaali)	1971	3 päivää	22 579 (festivaaliliput)	79 % / 21 %
Panimoravintola Huvilan Panimoklubi	Populaarikulttuuritapahtuma (pop- ja rock-konsertit)	2003	10 konserttia kesässä	3 300	55 % / 45 %
Vekara-Varkaus	Populaarikulttuuritapahtuma (lasten tapahtuma)	1995	7 päivää	14 691	37 % / 63 %
ANTI - Contemporary Art Festival	Marginaalinen kulttuuritapahtuma	2002	4 päivää	4 000	39 % / 61 %
Old Timer's Basketball Tournament	Urheilu-/liikunta-tapahtuma	1984	3 päivää	750 (pelaajat, tuomarit, yleisö)	88 % / 22 %

## Aineiston keruu

Pääasiallisena tutkimusmetodina FEETissä on lomakekyselyt, joilla kerättyä aineistoa täydennetään tapahtumajärjestäjien teemahaastatteluilta. FEETin punaisena lankana on eri tapahtumien tulosten vertailtavuus. Tästä syystä tutkimuksen kaikki viisi osaa toteutettiin saman kaavan mukaan jokaisessa pilottitutkimukseen osallistuneessa tapahtumassa ja jokaisella tapahtumapaikkakunnalla. Lomakkeisiin tehtiin ainoastaan pieniä muutoksia tapahtumakohtaisesti. Kysymykset olivat osittain samoja kaikille sidosryhmille, mikä mahdollisti eri sidosryhmien näkemysten vertailun toisiinsa ja tapahtumajärjestäjien näkemyksiin.

Tutkimusaineisto kerättiin yleisötutkimuksia lukuun ottamatta sähköisillä lomakkeilla. Yleisökysely toteutettiin paperilomakkeilla, sillä niillä oli nopeampaa ja helpompaa lähestyä kulttuuritapahtumien yleisöä kuin sähköisillä lomakkeilla. Sähköiset lomakkeet muistuttivat lomalaisia työstä. Paikallisille yrityksille ja päättäjille lähetettiin tapahtuman jälkeen sähköpostiviesti, jossa kerrottiin lyhyesti tutkimuksesta ja joka sisälsi linkin sähköiseen lomakkeeseen. Vastaamatta jättäneille yrityksille lähetettiin kaksi muistutuspostia ja syksyn aikana yritys-kyselyaineistoa täydennettiin vielä tarvittaessa puhelinhaastatteluilta niiden yritysten osalta, joille ei sähköpostiosoitetta löytynyt. Kunkin tapahtumapaikkakunnan paikallisväestö puolestaan saavutettiin paikallisille suunnattujen nettisivujen kautta. Ilmoitus ja kyselyn internetosoite julkaistiin kaupungin tai kunnan nettisivuilla, paikallislehden nettisivuilla tai paperilehdessä. Paikallisväestöaineistoa täydennettiin myöhemmin jakamalla paikallisväestölle tutkimuksesta tiedottavia flyereita.

Taulukko 2. Kyselyiden vastausmäärät

	Yleisökysely	Yrityskysely	Paikallisväestökysely	Kyselyt päättäjille
Kajaanin Runoviikko	182	24	34	1
Kirjakantti	125	47	10	1
Sylvi Symposiumi	90	16	21	4
Kangasniemen Musiikkiviikot	114	23	11	5
Joroisten Musiikkipäivät	144	17	7	2
Lieksan Vaskiviikko	252	36	136	3
Ballet Mikkeli	138	43	104	4
Ilosaarirock	626	59	106	5
Panimoravintola Huvilan Panimoklubi	144	Ei tehty,	toimi	verrokkitapahtumana.
Vekara-Varkaus	249	31	44	5
Anti - Contemporary Art Festival	81	47	10	1
Old Timer's Basketball Tournament	106	15	67	1

Taulukosta 2 on nähtävissä eri kyselyihin saadut vastausmäärät. Yrityksille, paikallisväestölle ja päättäjiille suunnattujen kyselyjen vastausmäärät jäivät ponnisteluista ja useista lähestymistavoista huolimatta useilla paikkakunnilla alhaisiksi.

## Pilottitutkimuksen tuloksia

Seuraavaksi esitellään lyhyesti pilottitutkimuksista saatuja tuloksia havainnollistamaan, minkälaista tietoa tapahtumista FEET-työkalulla on mahdollista saada. Laajemmin tulokset on luettavissa ESS vaikuttaa -hankkeen tutkimusraportista (Mikkonen et al. 2008).

### Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit

Tutkimuksen kohteena olleiden 12 tapahtuman kävijöiden profiileissa on paljon yhtenevyyksiä. Niitä on havaittavissa varsinkin sisällöllisesti samankaltaisissa tapahtumissa. Esimerkiksi klassisen musiikin, tanssin ja kirjallisuuden tapahtumat ovat kävijäprofiileiltaan hyvin samanlaisia keskenään. Tyypillinen kulttuuritapahtuman kävijä on keski-ikäinen tai sitä vanhempi, korkeasti koulutettu, yksin tai parisuhteessa ilman lapsia elävä henkilö, joka harrastaa kulttuuria. Hän työskentelee toimihenkilönä tai on eläkkeellä.

Populaarikulttuuritapahtumien (rock-, viihde- ja lastentapahtumat) kävijät sen sijaan eroavat perinteisistä kulttuuritapahtumien kävijöistä. Populaarikulttuuritapahtumiin osallistuva kävijä on tyypillisesti nuorempi kuin klassisen kulttuuritapahtuman kävijä. Näistä rocktapahtuman kävijät ovat ikäprofiililtaan selkeästi nuorimpia. Viihdekonser ttien kävijä on useimmiten työssäkäyvä, mutta ei edusta koulutukseltaan tai perhetyypiltään mitään tiettyä ryhmää. Viihdekonser teissa näyttäisikin käyvän tasapuolisesti kaikkien perhetyyppien ja koulutusasteiden edustajia. Rockkonser ttien kävijät sen sijaan asuvat edelleen vanhempiensa luona tai aloittelevat elämänsä omissa asunnossa yksin tai yhdessä puolisonsa kanssa. Lastentapahtumassa tyypillinen aikuiskävijä on puolestaan työssäkäyvä perheellinen nuori aikuinen.

Myös verrokkina toimineen puulaakiurheilutapahtuman kävijät eroavat muun tyyppisten tapahtumien kävijöistä. Urheilutapahtuman kävijät ovat useimmiten iältään 41–55-vuotiaita, perheellisiä, korkeasti koulutettuja ja toimivat työelämässä johtavassa asemassa tai toimihenkilöinä.

### Tapahtumien taloudelliset vaikutukset

Taloudellisista vaikutuksista päämielenkiinnon kohteena FEETissä on ulkopaikkakuntalaisten kulutus tapahtumapaikkakunnalla, mistä voidaan laskea tapahtumien aikaansaama matkailutulo. Tämä siksi, että matkailutulo on alueelle niin sanottua uutta rahaa, joka ei ole ennestään paikallistalouden kierrossa. Tutkimuksessa on kuitenkin lisäksi selvitetty tapahtumien rahankäyttöä omilla paikkakunnillaan työntekijöiden palkkauksen ja ostojen muodossa sekä yritysten näkemäksi paitsi tapahtumayleisön kulutuksesta myös tapahtumien muusta vaikutuksesta yritysten liiketoimintaan.

Tapahtumien vaikuttavuus tapahtumapaikkakuntien aluetalouteen vaihtelee suuresti tutkituissa tapahtumissa. Yleisesti voidaan sanoa, että kooltaan pienillä tapahtumilla on vähemmän vaikutusta tapahtumapaikkakuntien talouteen kuin suuremmilla. Suuren tapahtuman järjestäminen vaatii enemmän resursseja (esim. henkilökuntaa) ja ostoja paikkakunnalta. Lisäksi suurella tapahtumalla on enemmän näkyvyyttä, ja se onnistuu näin ollen usein houkuttelemaan paikkakunnalle enemmän tapahtumamatkailijoita. Varsinaisen matkailutulon suuruuteen vaikuttaa tapahtuman koon ja sen houkutteleman matkailijamäärän lisäksi, kuinka kauan tapahtuma kestää (taulukko 1), kuinka kauan matkailijat viiptyvät paikkakunnalla, missä he yöpyvät ja kuinka paljon he kuluttavat rahaa. Myös tapahtuman teemalla/sisällöllä on jonkin verran vaikutusta matkailutulon suuruuteen.

Taulukossa 2 esitetään pilottitutkimukseen osallistuneiden tapahtumien matkailutulo, jonka laskemisessa on huomioitu lippukulut, rahankäyttö tapahtumassa ja rahankäyttö paikkakunnalla. Koska laskelmassa on huomioitu myös lippukulut, voi matkailutulo olla joidenkin tapahtumien kohdalla kalliimpien lippuhintojen vuoksi korkea. Toisaalta taas ilmaistapahtumien kohdalla summat voivat olla pieniä. Vuotoja tai kerrannaisvaikutuksia ei ole huomioitu pilottitutkimuksissa matkailutuloa laskettaessa.

Taulukko 3. Tapahtumien matkailutulo

	Matkailutulo*
Kajaanin Runoviikko	162 920 €
Kirjakantti (aikuiskävijät)	13 219 €
Sylvi Symposiumi	18 137 €
Kangasniemen Musiikkiviikot	73 284 €
Joroisten Musiikkipäivät	103 384 €
Lieksan Vaskiviikko	390 409 €
Ballet Mikkeli	334 457 €
Ilosaarirock	3 813 501 €
Panimoravintola Huvilan Panimoklubi	42 992 €
Vekara-Varkaus	91 128 €
ANTI - Contemporary Art Festival	55 894 €
Old Timer's Basketball Tournament	184 587 €

\* Luku sisältää matkailijan kaiken rahankäytön eli lippumenot, rahankäytön tapahtumassa ja rahankäytön paikkakunnalla. Tästä syystä joidenkin tapahtumien kohdalla kalliit lippuhinnat voivat huomattavasti lisätä matkailutuloa.

## Tapahtumien sosiokulttuuriset vaikutukset

Tapahtumien sosiokulttuurista vaikuttavuutta kysyttiin niin yrittäjiltä, paikallisväestöltä kuin päättäjiltäkin. Koska tutkimusaineisto jäi suurelta osin vajavaiseksi tiettyjen sidosryhmien kohdalta, on tapahtumien sosiokulttuurisia vaikutuksia vaikea vertailla keskenään. Joitakin havaintoja tapahtumien sosiokulttuurisista vaikutuksista voidaan kuitenkin tehdä. Taulukkoon 4 on koottu esimerkkejä tutkimukseen osallistuneiden tapahtumien sosiokulttuurisesta vaikuttavuudesta.

Taulukko 4. Esimerkkejä tapahtumien sosiokulttuurisista ja ympäristövaikutuksista

	Vaikutus paikkakunnan imagoon	Vaikutus paikalliseen yhteisöllisyyteen	Vaikutus paikalliseen identiteettiin	Vaikutus ympäristöön	Tapahtuman paikallinen merkitys	Tapahtuman kansallinen merkitys
Kajaanin Runoviikko	Low/Moderate	Low	Low	None	Moderate	Moderate
Kirjakantti	Low	None/Low	Low	None	Moderate	Low
Sylvi Symposium	Low	Low	Low	None	Moderate	Low
Kangasniemen Musiikkiviikot	Low/Moderate	Low	Low	None	Low	Moderate
Joroisten Musiikkipäivät	Moderate	Low	Low	None	Low	Moderate
Lieksan Vasikiviikko	Moderate/High	Moderate/High	Moderate/High	None	High	High
Ballet Mikeli	Moderate	Low	None/Low	None	Moderate	Moderate
Ilosaarirock	High	Moderate	High	Low	High	High
Vekara-Varkaus	Low/Moderate	Low	Low	None	High	Low
ANTI - Contemporary Art Festival	Low	None/Low	Low	None	Low	Moderate
Old Timer's Basketball Tournament	None/Low	None/Low	None/Low	None	Low	Low/Moderate

Vaikka tapahtumien taloudellisten vaikutusten oletetaan useimmiten olevan merkittävin syy tapahtumien järjestämiseen, tutkimuksen mukaan tapahtumilla on myös muita vaikutuksia paikkakunnille ja paikkakunnan asukkaille. Kaikilla tutkimuskohteena olleilla 12 tapahtumalla on sidosryhmien mukaan merkitystä paikkakuntansa imagolle. Lisäksi tapahtumien koetaan usein vaikuttavan myös paikkakuntien tunnettuuteen ja näkyvyyteen. Tulos on samansuuntainen riippumatta siitä, kuinka suuri tai valtakunnallisesti tunnettu tapahtuma on. Pienten kuntien kohdalla tapahtuma tuo sellaista näkyvyyttä, mitä sillä ei ilman tapahtumaa olisi. Esimerkiksi Joroinen, Kangasniemi tai Lieksa tunnetaan hyvin pitkälti niissä järjestettävistä tapahtumista. Myös suuremmilla tapahtumilla on huomattava merkitys paikkakuntansa imagolle. Esimerkiksi Ilosaarirockin ansiosta Joensuu näyttäytyy vetovoimaisena ja nuorekkaana paikkakuntana. Monet tapahtumat luovat myös kuvaa kulttuurisesti vireästä alueesta. Varsinkin pienille itäsuomalaisille paikkakunnille ja paikkakuntien vetovoimalle tapahtuman tuoma lisäarvo on ratkaisevan tärkeä.

Tapahtumilla on merkitystä myös paikkakuntien elämän vilkastuttajina. Useimpien tapahtumapaikkakuntien paikalliset asukkaat ovat sitä mieltä, että tapahtuma elävöittää paikkakuntaa ja luo jopa uusia aktiviteetteja ja harrastusmahdol-



lisuuksia paikallisille. Tapahtuma tuo usein mukanaan myös oheisohjelmaa paikkakunnille. Tapahtuma on "piristysruiske" keskellä normaalia arkielämää, ja se voi olla monelle tärkeää, vaikka he eivät itse tapahtumaan osallistuisikaan.

Paikallisten sitoutuminen tapahtumaan on nähty elintärkeänä tapahtuman menestymisen ja jatkuvuuden kannalta (esim. Delamere 2001). Pilottitutkimukseen osallistuneista tapahtumista kooltaan suurimmilla on vahva paikallisyhteisöllinen merkitys. Ne synnyttävät paikkakunnilleen yhteisen tekemisen meininkiä. Toisin sanoen suuremmat tapahtumat koetaan pieniä tapahtumia useammin paikallisten omaksi jutuksi, jota halutaan olla tekemässä yhdessä. Tapahtuma voi siis parhaimmillaan vahvistaa paikallisten identiteettiä ja ylpeyttä omasta paikkakunnasta. Paikallisten sitoutumisen aste vaihtelee kuitenkin paljon tapahtumien kesken. Osasta tutkimukseen osallistuneista tapahtumapaikkakunnista sitoutuminen tapahtumaan ja halu olla yhdessä tekemässä tapahtumaa puuttuvat lähes kokonaan. Suurin osa näiden tapahtumien yleisöstä tuleekin muualta kuin tapahtumapaikkakunnalta, ja näin ollen tapahtumat koetaan jossain määrin vieraksi paikallisten keskuudessa.

Tutkimus osoitti, että suuret tapahtumat vaikuttavat merkittävästi paitsi taloudellisesti myös sosiokulttuurisesti paikkakuntiansa elämään. Pienillä paikallisilla tapahtumilla sen sijaan on lähinnä sosiokulttuurista vaikutusta kotipaikkakunnilleen. Vaikka nykypäivänä menestys mitataan lähes aina taloudellisin mittarein, on kuitenkin muistettava, että tapahtumien aikaansaamat sosiokulttuuriset vaikutukset ovat vähintäänkin yhtä merkittäviä paikkakuntien elämän ja yhteishengen kannalta kuin tapahtumien taloudelliset vaikutukset.

## Arviointityökalun jatkokehittäminen

Tapahtumien vaikutuksia on tutkittu maailmalla jo vuosikymmenien ajan. Siinä mielessä FEET ei tuo tapahtumatutkimuksen kentälle mitään uutta. Suomessa ei kuitenkaan ole ollut yhtenäistä mallia tapahtumien vaikutusten tutkimiseen, joten FEET tuo tapahtumatutkimukseen jatkuvuutta ja yhdenmukaisuutta. Innovatiivista FEETissä on myös se, että metodilla tutkitaan samanaikaisesti sekä tapahtuman taloudelliset että sosiokulttuuriset vaikutukset.

Vaikka työkalulla saadaan kerättyä paljon käyttökelpoista tietoa, pilottitutkimukset osoittivat, että työkalua on vielä jatkokehitettävä. Ensinnäkin työkalua tulisi yksinkertaistaa. FEETillä saadaan kerättyä kattavat tiedot tapahtumasta, mutta tällä hetkellä koko prosessin läpivieminen on melko työlästä. Toiseksi taloudellisten vaikutusten laskemisessa ei pilottitutkimuksessa huomioitu kerrannaisvaikutuksia tai tulojen vuotoja alueen ulkopuolelle. Nämä tulisi pyrkiä huomioimaan jatkossa, jos mahdollista. Kolmanneksi tapahtumien sosiokulttuuristen vaikutusten mittaamisen menetelmiä tulee vielä jatkossa kehittää. Aineiston keruu muutamilta sidosryhmiltä osoittautui varsin haastavaksi. Tähän ongelmaan tulee paneutua jatkossa lomakkeita ja aineistonkeruumenetelmiä parantamalla.

Pilottitutkimukset osoittivat myös, että FEET ei nykyisessä muodossaan sovellu kaikenlaisille tapahtumille. Olisi tarpeellista kehittää luokittelukriteerit tapahtumille, jotta esimerkiksi samansisältöisiä tai -kokoisia tapahtumia voitaisiin

tutkia aina samalla tavalla ja verrata paremmin toisiinsa. Kulttuuristen, sosiaalisten ja taloudellisten vaikutusten arviointi samassa tutkimuksessa osoittautui myös erittäin haasteelliseksi. Vastaisuudessa tulisikin olla mahdollista tarvittaessa tutkia joko *sosiokulttuurisia tai taloudellisia vaikutuksia omana kokonaisuutenaan*. Tällä tavoin kysely ei olisi niin raskas ja edellä mainituista vaikutuksista saataisiin syvällisempää tietoa. Tavoitteena jatkokehitystyössä tulisikin olla kyselylomakkeiden paletin luominen ja kysymyspatteriston määrittely, jotta tutkimukseen osallistuva tapahtuma voisi valita juuri itseään kiinnostavat asiakokonaisuudet, väittämät ja painotukset tutkimuksen pohjaksi. Jatkossa olisi myös tehtävä lisätutkimusta siitä, miten nykyistä sähköistä teknologiaa voitaisiin hyödyntää tutkimuksen lomakkeiden ja raportoinnin kehittämistyössä. Tällä hetkellä aineistonkeruu ja analyysiprosessien saaminen raporttimuotoon vaatii huomattavan määrän tutkijan mekaanista työtä, joka on varmasti korvattavissa teknisellä ratkaisulla tai uudella sovelluksella.

Työkalun kehittäminen jatkuu Joensuun yliopiston Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitoksen hallinnoimassa *East Side Story* -hankkeessa. Hanke kestää vuoden 2009 loppuun ja keskittyy FEETin osalta lähinnä työkalun sisällölliseen loppuun saattamiseen. Hankkeessa luodaan pohjaa sille, että FEETistä tulisi aikanaan yleinen käytäntö suomalaisten tapahtumien vaikutusten arviointiin.

Katja Pasanen, FM, suunnittelija

katja.pasanen@joensuu.fi

Jenni Mikkonen, FM, suunnittelija

jenni.m.mikkonen@joensuu.fi

Heidi Taskinen, FM, MuM, projektipäällikkö

heidi.taskinen@joensuu.fi

Joensuun yliopisto, Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos

## Kirjallisuus

- Allen, J., W. O'Toole, I. McDonnell & R. Harris (2002). *Festival and special event management*. 416 s. Wiley, Milton.
- Buultjens, J. (2006). Encore Festival and Event Evaluation Kit. Konferenssiesitys, Community Economic Development Conference, Inverell, lokakuu 2006. Viitattu 21.1.2008. [http://www.business.nsw.gov.au/NR/rdonlyres/827F380F-0302-4DFA-9353-D0FFFC0C9D5E/0/ced\\_2006\\_buultjens.pdf](http://www.business.nsw.gov.au/NR/rdonlyres/827F380F-0302-4DFA-9353-D0FFFC0C9D5E/0/ced_2006_buultjens.pdf)
- Cantell, T. (1993). Musiikkijuhlien yleisöt: Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari. *Tilastotietoa taiteesta* 7. 97 s. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, T. (1996). Kaupunkifestivaalien yleisöt: Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock. *Tilastotietoa taiteesta* 14. 89 s. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, T. (1998). Yleisfestivaalien yleisöt: Helsingin juhlaaviot, Joensuun Laulujuhlat. Helsinki: *Tilastotietoa taiteesta* 19. 69 s. Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, T. (2003). Nykytanssin yleisöt: tutkimus Tanssiareena 2000-festivaalin kävijöistä. *Tilastotietoa taiteesta* 31. 85 s. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Carlsen, J., J. Ali-Knight & M. Robinson (2007). ACCESS – a research agenda for Edinburgh Festivals. *Event Management* 11: 1-2, 3–11.
- Chhabra, D., E. Sills & F.W. Cabbage (2003). The significance of festivals to rural economies: estimating the economic impacts of Scottish Highland Games in North Carolina. *Journal of Travel Research* 41: 4, 421–427.
- Daniels, M. (2004). Beyond input-output analysis: using occupation-based modelling to estimate wages generated by a sport tourism event. *Journal of Travel Research* 43: 1, 75–82.
- Delamere, T. A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part II: verification of the scale. *Event Management* 7: 1, 25–38.
- Dimmock, K. & M. Tiyce (2001). Festivals and events: celebrating special interest tourism. Teoksessa N. Douglas, N. Douglas & R. Derret (toim.). *Special interest tourism. Context and cases*, 355–383. Wiley, Brisbane.
- Dwyer L., P. Forsyth & R. Spurr (2005). Estimating the impacts of special events on an economy. *Journal of Travel Research* 43: 4, 351–359.
- Dwyer L., P. Forsyth & R. Spurr (2006). Assessing the economic impacts of events: a computable general equilibrium approach. *Journal of Travel Research* 45: 1, 59–66.
- Dwyer, L., R. Mellor, N. Mistilis & T. Mules (2000). A framework for assessing 'tangible' and 'intangible' impacts of events and conventions. *Event Management* 6: 3, 175–189.
- Fredline, E. & B. Faulkner (2002). Variations in residents' reactions to major motorsport events: why residents perceive the impacts of events differently. *Event Management* 7: 2, 115–126.
- Ilmonen, K., J. Kaipainen & T. Tohmo (1995). Kunta ja musiikkijuhlat. *Kunnallisan kehittämissäätiön tutkimusjulkaisu* 6. 159 s. Helsinki: Kunnallisan kehittämissäätiö.
- Jackson, J., M. Houghton, R. Russel & P. Triandos (2005). Innovations in measuring economic impacts of regional festivals: a Do-It-Yourself Kit. *Journal of Travel Research* 43: 4, 360–367.
- Jago, L. & L. Dwyer (2006). Economic evaluation of special events. A practitioner's guide. Viitattu 26.5.2008. [http://www.crctourism.com.au/CRCBookshop/Documents/FINAL\\_SpecialEvents-guide.pdf](http://www.crctourism.com.au/CRCBookshop/Documents/FINAL_SpecialEvents-guide.pdf)

- Juntheikki, R., P. Kauppila & H. Kesti (2002). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kainuussa. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja A. Tutkimuksia* 1. 101 s.
- Kauppila, P. & P. Ervasti (2001). Matkailun taloudelliset vaikutukset Kuusamon kaupungissa vuonna 1999. *Naturpolis Kuusamo, koulutus- ja kehittämispalvelut, työpapereita* 1/2001. 17 lehteä.
- Kim, C., D. Scott, J.F. Thigpen & S. Kim (1998). Economic impact of a birding festival. *Festival Management and Event Tourism* 5: 1/2 51–58.
- Mikkonen, J., K. Ristolainen & H. Taskinen (2008). Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. Viitattu 30.5.2008. [http://mot.joensuu.fi/media/matkailu/ess/ess\\_vaikuttaa\\_tutkimusraportti2008.pdf](http://mot.joensuu.fi/media/matkailu/ess/ess_vaikuttaa_tutkimusraportti2008.pdf)
- Paajanen, M. (1999). Assessing local income and employment effects of tourism: experience Using the Nordic model of tourism. Teoksessa T. Baum & R. Mudambi (toim.). *Economic and management methods for tourism and hospitality research*, 123–144. Wiley, Chichester.
- Ristolainen, K. (2007). Puhtia itäsuomalaiseen tapahtumamatkailuun. *Muuttuva Matkailu* 3-4/2007, 29–36. Viitattu 29.5.2008. <http://www.matkailu.org/pdf/MuMa%203-4-2007.pdf>
- Small, K. (2007). Social dimensions of community festivals: an application of factor analysis in the development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management* 11: 1, 45–55.
- Small, K., D. Edwards & L. Sheridan (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival. *International Journal of Event Management Research* 1: 1, 66–76.
- Tohmo, T. (2005). Economic impacts of cultural events on local economies: an input-output analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics* 11: 3, 431–451.
- Tyni, M. & S. Aho (1999). Sodankylän elokuvajuhlat. Yleisön rakenne ja arviot sekä talousvaikutukset. *Lapin yliopiston matkailun osaamiskeskuksen tiedotteita* 5/99. 26 s.

## MUUTTUVA MATKAILU

ISSN 1457-3849

Internet	<a href="http://www.matkailu.org">http://www.matkailu.org</a> <a href="http://www.tourismuninet.org">http://www.tourismuninet.org</a>
Julkaisija:	Matkailualan tietokeskus Matkailualan verkostoyliopisto Joensuu yliopisto
Yhteystiedot:	Puistokatu 5, PL 78 57100 SAVONLINNA Puh. 015 - 511 7628 Fax 015 - 511 7690
Vastaava toimittaja:	Petri Hottola <a href="mailto:petri.hottola@joensuu.fi">petri.hottola@joensuu.fi</a>
Taitto ja paino:	Joensuu yliopistopaino <a href="mailto:yliopistopaino@joensuu.fi">yliopistopaino@joensuu.fi</a>