

IDEAA ETSIMÄSSÄ

Tapahtumakonsepti Ilomantsin Parppeinvaaralle

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma
Kokous- ja kongressimatkailu
Opinnäytetyö
Kevät 2009
Anna Jetsu

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

JETSU, ANNA: Ideaa etsimässä
Tapahtumakonsepti Ilomantsin Parpeinvaaralle

Kokous- ja kongressimatkailun opinnäytetyö, 79 sivua, 6 liitesivua

Kevät 2009

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyö käsittelee tapahtumanjärjestämistä tapahtumakonseptin suunnittelun näkökulmasta. Työn lopputulos on tuotekortti tapahtumasta Ilomantsissa sijaitsevaan karjalaistyylliseen Parpeinvaaran runokylään.

Runonlaulajan pirtti rakennettiin Parpeinvaaralle 1960-luvulla elävän perinteen keskukseksi ja Ilomantsin matkailun vetonaulaksi. Samalle vaaralle on vuosien saatossa siirretty tai rakennettu paljon muitakin karjalaistyyllisiä rakennuksia, kuten ravintolana toimiva Parpeinpirtti. Parpeinvaaralla on tarjolla näyttelyitä, kantelemusiikkia, opastettuja kierroksia ja nykykarjalaista ruokaa. Toiminnan uudistamiseen on kuitenkin tarvetta.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa pohditaan tapahtumanjärjestämiseen liittyvää teoriaa, palvelutuotetta, laatua ja tapahtumamarkkinointia. Myös kulttuurimatkailu-käsite avataan työn toisessa kappaleessa. Opinnäytetyöstä löytyy myös kulttuurintutkimukseen liittyviä kysymyksiä perinteen aitoudesta, sen esittämisestä ja alkuperästä. Työn tutkimusosiossa esitellään kesällä 2008 Parpeinvaaralla tehty asiakaskysely, johon tuli 50 vastausta ja saman vuoden syksyllä nauhoitetut kolme haastattelua. Asiakaskyselyssä tiedusteltiin vaaralla vierailevien matkailijoiden mielipiteitä ja toiveita vaaran sisällöstä ja tapahtumasta. Haastattelussa Parpeinvaaraa käsiteltiin erilaisesta näkökulmasta, vaaran eri toimijoiden kannalta.

Opinnäytetyöni tulos on Turhuuden markkinat -tapahtumakonsepti. Tapahtumaidean tarkoituksena on tukea käsityöläisten pienyrittäjyyttä ja vastustaa 2000-luvun kertakäyttökulttuuria. Työni tutkimustulokset ovat tarkkaan rajattuja, jopa kapea-alaisia, tehtiinhän kyselyt vain vaaran jo entuudestaan tunteville henkilöille. Käytetyt menetelmät ovat kuitenkin tarkoituksenmukaisia ja tapahtumakonsepti on luotu saatujen tulosten pohjalta. Tässä mielessä tutkimusta voidaan pitää luotettavana ja tähän kysymyksenasetteluun soveltavana, mutta ei yleistettävänä. Opinnäytetyön tulos on moderni ajatusmalli karjalaisen kulttuurin siirtämisestä nykyajan matkailijoille - malli uudistumisesta.

Avainsanat: tapahtuman järjestäminen, kulttuurimatkailu, folklorismi

Lahti University of Applied Sciences
Faculty of Tourism and Hospitality

JETSU, ANNA: Hunting of ideas
Event concept to Parppeinvaara in Ilomantsi

Bachelor's Thesis of Tourism Management, 79 pages, 6 appendices

Spring 2009

ABSTRACT

My thesis deals with event planning for a place called Runonlaulajanpirtti (Rune Singers House) in Parppeinvaara, Ilomantsi. The main idea of the work is to find out what kind of event could be organized there. The result of the research is one kind of model for an event.

Runonlaulajanpirtti was built in the 1960's to be a lively Karelian style travelling destination in Ilomantsi. Today, Parppeinvaara offers kantele music, guided tours and exhibitions. In a restaurant Parppeinpirtti a visitor can taste delicious Karelian food. Still, there is a need to modernise this Rune Singers Village.

In the theory part of the thesis there is a discussion about event planning, quality, service as a product and event marketing. Also cultural aspects are introduced such as Karelian culture, culture travelling and a speculation about how to use culture in the travelling business or more generally for commercial purposes. In the research part both qualitative and quantitative methods are used. During the summer 2008 there was a form for visitors in the Runonlaulajanpirtti with seven questions. The questions were about travellers' opinions about Runonlaulajanpirtti, its contents and future events. In this chapter there are also results of the three interviews of persons who work for the Parppeinvaara.

The result of my thesis is an event concept under the name Turhuuden markkinat. The idea of Turhuuden markkinat is to support small handicraft entrepreneurs and protest against the consumption hysteria. The field of my research is limited because I made the interviews and question forms only to people who knew something about Parppeinvaara (were visiting it or working there). That is why the results are suitable in this case and the Turhuuden markkinat concept is based on these results. In that way my research can be considered as reliable. Ultimately my thesis can be seen as a modern way to bring the Karelian culture to the 21st century.

Key words: event planning, culture tourism, folklorism

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	PARPPEINVAARA	3
	2.1 Parppeinvaara ja Ilomantsin Museosäätiö	3
	2.2 Runopirtin historia 1963–1989	4
	2.3 Pirtin toiminta 1990–2008	8
3	MENNEISYYS MATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄNÄ	12
	3.1 Karjalainen kulttuuri	12
	3.1.1 1980-luvun karjalaisen kulttuurin renessanssi	13
	3.1.2 ”Ennen kaikki oli paremmin” – muistot odotusten pohjana	14
	3.1.3 Parppeinvaaran historia matkailuelämyksenä	16
	3.2 Kulttuuri ja tapahtumat	17
	3.3 Kulttuurimatkailu	18
	3.4 Folklorismi ja matkailu	20
	3.4.1 Bomba-talo	20
	3.4.2 Korpiselkätalo	22
	3.4.3 Parppeinvaara, totta vai tarua?	23
4	TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	26
	4.1 Yleisötapahtumien järjestämisen peruskysymykset	26
	4.2 Tapahtuma palvelutuotteena	29
	4.3 Tapahtuman laatu	32
	4.4 Tapahtuma markkinointikeinona	34
	4.5 Tapahtumien merkitys alueelle	37
5	TUTKIMUSOSIO	40
	5.1 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus	40
	5.2 Asiakaskysely	43
	5.2.1 Vastajien taustatiedot	44
	5.2.2 Matkatyyppi, kohteen valinta ja tieto kohteesta	46
	5.2.3 Parppeinvaaran aktiviteettivaihtoehdot	48
	5.2.4 Tapahtuman sisältö ja budjetti	51

5.2.5 Vastaajien kehittämisehdotukset	53
5.2.6 Yhteenveto asiakaskyselystä	54
5.3 Haastattelut	57
5.3.1 Projektivastaavan haastattelu	58
5.3.2 Projektisihteerin haastattelu	59
5.3.3 Ravintola Parppeinpirtin yrittäjän haastattelu	60
5.3.4 Yhteenveto haastatteluista	62
6 PARPPEINVAARAN TAPAHTUMA	63
6.1 Lähtökohdat	63
6.2 Turhuuden markkinat	65
6.3 Tutkimustulokset ja Turhuuden markkinat -tapahtumakonsepti	67
7 POHDINTA	69

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on tapahtumakonseptin kehittäminen. Tavoitteenani on ollut luoda yksi malli mahdollisesti toteutettavasta tapahtumasta Parppeinvaaran runokylään Ilomantsiin. Kylä on alun perin rakennettu karjalaisen kulttuurin tyyssijaksi ja muistomerkiksi, ja siihen ympäristöön, eräänlaiseen kulissiin, tapahtumaidean kehittäminen on ollut vähintäänkin haasteellista. Opinnäytetyöni suunnittelun ja hahmottelun sekä kontaktien etsimisen aloitin jo kesällä 2007. Ajatustyölle ja pohdinnoille on siis ollut riittävästi aikaa. Turhuuden markkinat – tapahtumaidea löytyi yhtäkkiä, kuten usein käy, tosin tässä tapauksessa pitkän pohdinnan ja monen muun idean hylkäämisen jälkeen.

Työni tutkimusongelmana on tapahtumakonseptin suunnittelu Parppeinvaaran runokylään. Keskeisiä tutkimuskysymyksiä ovat: Miten menneisyys voi toimia vetovoimatekijänä tässä kohteessa? Mitkä asiat ovat keskeisiä karjalaisessa kulttuurissa matkailunnäkökulmasta, ja miten näitä elementtejä voidaan hyödyntää? Millainen tapahtuma näistä aineksista on mahdollista luoda? Näiden kysymysten pohtimisessa apunani ovat sekä kesällä 2008 vaaralla tehty asiakaskysely että syksyllä 2008 tekemäni haastattelut. Työssäni pyrin löytämään uusia mahdollisuuksia Parppeinvaaran tilojen ja ympäristön käyttöön uuden tapahtuman muodossa, joka sopisi luontevasti kyseiseen miljööseen. Työni lopputulos on suunnitelma, tai hahmotelma tapahtumasta, eräänlainen tuotekortti. En tule tekemään tapahtumalle tarkkaa budjettia, tai aikataulutettua suunnitelmaa palveluntarjoajineen, se on mahdollisen tapahtuman toteuttajan tehtävä. Tapahtuman varsinainen järjestäminen tulee vaatimaan paljon aikaa ja voimavaroja, sillä mitään suunnitelmia, tärkeitä kontakteja, tai edes varsinaisia ideoita ei ole ollut. Jo pelkästään toimivan tapahtumakonseptin löytäminen on haastavaa.

Johdantoluvun jälkeen esittelen Parppeinvaaraa ja sen historiaa sekä pohdin vaaran ja erityisesti Runonlaulajan pirtin tilannetta 2000-luvulla. Työni kolmas luku on nimeltään ”Menneisyys matkailun vetovoimatekijänä”. Siinä avaan työni keskeisiä käsitteitä, karjalaista kulttuuria, kulttuurimatkailua ja folklorismia. Esittelen myös kaksi muuta karjalaistyylistä matkailukohdetta: Bomba-talon Nurmeksesta ja Korpiselkätalon Tuupovaaran Hoilolasta. Arvioin niiden sekä Parppeinvaaran aitoutta ja sisältöä kulttuurisesta näkökulmasta. Neljännessä luvussa käsittelen tapahtumanjärjestämisen teoriaa, peruskysymyksiä, tapahtumaa palvelutuotteena ja laatua. Opinnäytetyön viides luku koostuu tutkimusosiosta. Siinä esittelen ensin tutkimusmenetelmät ja sen jälkeen asiakaskyselyn tulokset. Myös haastattelut ovat tässä osiossa. Työni kuudes luku ”Turhuuden markkinat” kertoo tapahtumakonseptista. Tämä toiseksi viimeinen luku kokoaa yhteen teoriaa ja tutkimustuloksia. Viimeisessä luvussa on pohdinnan paikka.

Työni on luonteeltaan toiminnallinen opinnäytetyö. Toiminnallinen opinnäytetyö on työelämän kehittämistyö, jossa tavoitteena on joko kehittää, ohjeistaa tai järjestää toimintoja. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tekijän tutkiva ote tulisi näkyä opinnäytetyöprosessissa tehtyjen valintojen ja ratkaisujen perusteluina sekä kriittisenä suhtautumisena työn lopputulokseen. (Virtuaaliammattikorkeakoulu 2008.) Opinnäytetyöni ei sisällä osuutta tapahtumanjärjestämisen käytännön asioista, vakuutuksista, lupa-asioista, ympäristöstä, tekijänoikeuksista ynnä muusta sellaisesta. Sen osuuden olen tarkoituksella jättänyt pois, sillä tapahtumakonseptin luominen on ollut päätavoitteeni ja käytännön asioiden ratkaiseminen on tapahtuman toteuttajan tehtävä sen mukaan, millaiseksi mahdollinen tapahtuma lopulta muodostuu. Toivon, että työni voi palvella toimeksiantajaani, ellei muuten, niin ainakin ideoiden ja ajatusten sekä keskustelun herättäjänä.

2 PARPPEINVAARA

2.1 Parppeinvaara ja Ilomantsin Museosäätiö

Parppeinvaara näkyy heti Ilomantsiin tultaessa. Ravintola Parppeinpirtti seisoo vaaran laella ja tieltä sen näkee hyvin. Parppeinpirtti on saanut nimensä vaaran mukaan, vaara taas sai nimensä runonlaulaja Jaakko Parppeilta. Ilomantsin alueella on ollut toki monia muita, kuuluisampiakin runonlaulajia kuin Parpei. Näistä mainittakoon merkittävimmät, lyyristen tunnelmarunojen laulaja Mateli Kuivalatar ja eppisten sankarirunojen taitaja Simana Sissonen¹. Simanan kotitalo, Mekrijärven Sissola, löytyy myös Ilomantsista, tosin sinne päästäkseen on jatkettava vielä Parppeinvaarasta eteenpäin ja käännättävä kirkonkylästä pohjoiseen. Ilomantsi on Suomen itäisin pitäjä, tai pogosta, kuten paikalliset kirkonkylää usein nimittävät.

Parppeinvaaran runokylä käsittää Runonlaulajan pirtin, ravintola Parppeinpirtin, Kestipirtin, Mateli Kuivalattaren museoaitat, Korhosen museoaitat, tsasounan² ja Rajakenraalin majan. Runokylän rakennukset ovat Karjalaisen Kulttuurin Edistämissäätiön (KKES) rakennuttamia ja omistamia. Ravintola Parppeinpirtin toimintaa pyörittävät Hotelli Ilomantsin yrittäjät, ja Runonlaulajan pirtin toiminnasta ja sen kehittämisestä vastaa Ilomantsin museosäätiö. Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Ilomantsin Museosäätiö, joten tapahtuman ideoimisen lähtökohtana on Runonlaulajan pirtti. Silti Parppeinvaaran runokylää on järkevintä käsitellä tapahtuman järjestämisessä kokonaisuutena. Näin ollen tapahtuman ideoiminen on nähtävä sekä Runonlaulajan pirttiä että koko Parppeinvaaraa kehittävänä toimenpiteenä.

¹ Mateli Kuivalatar (nainen) oli ilomantsilainen runonlaulaja, joka eli 1777–1846, ja jota Elias Lönnrot laulatti Ilomantsin matkallaan. Kantelettareen on todennäköisesti päätenyt monia Matelin runoja. Simana Sissonen (mies) oli runonlaulaja ja loitsija. Hänen syntymävuottaan ei tiedetä, hän kuoli 1848 n. 60-vuotiaana. Hänen tiedetään laulaneen yli 4000 säettä kalevalamittaisia runoja. (Turunen, 1985, 9; Timonen 2004, 207.)

² Karjalan kielen sana tsasouna tarkoittaa ortodoksista rukoushuonetta. (Pohjanvalo 1949, 142.) Suomenkielisessä tekstissä käytetään yleensä tavallista s-kirjainta.

Ilomantsin Museosäätiö on perustettu vuonna 1998. Säätiön perustivat Ilomantsin kunta, Stora Enso Oyj, Karjalaisen Kulttuurin Edistämissäätiö, Ilomantsi-seura ry ja Saloheimon perikunta. Säätiön tavoitteena on Ilomantsin historian ja kulttuuriperinteen tallentaminen sekä esille tuominen. Museosäätiö hoitaa sille kuuluvia museokokoelmia ja muuta omaisuutta, jakaa kulttuuriperinteeseen liittyvää tietoutta ja kehittää siihen liittyvää tutkimus-, tallennus- ja opetustyötä. (Lautanen 2008.) Se myös hallinnoi Pohjois-Karjalan maakuntaliitolta rahoituksen saanutta Parppeinvaara -hanketta. Hankkeen tavoitteena on kehittää vaaran ja nimenomaan Runonlaulajan pirtin toimintaa. Sanomalehti Karjalaisessa (23.8.2008) kerrotaan, että kehityshankkeen myötä alueen tarjonta ja markkinointi tulee tehostumaan (Romppanen 2008, 28). Parppeinvaara -hanke alkoi 1.10.2008 ja jatkuu aina syksyyn 2011. (Projektisihteeri 2008.) Ilomantsin Museosäätiö tarvitsee kunnan hankkeen toteuttajana työkaluja ja uusia ideoita vaaran kehittämiseen. Tähän tarpeeseen opinnäytetyöni pyrkii vastaamaan.

2.2 Runopirtin historia 1963–1989

Runonlaulajan pirtin rakentaminen alkoi vuonna 1963 arkkitehti Aulis Kalman rakennuspiirustusten perusteella. Mukana suunnittelussa oli myös paikkakunnalla voimakkaasti vaikuttanut opettaja, ekonomi Heikki Klemola. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 32–37; MTV3 2005.) Pirtin vihkiäisiä vietettiin kesällä 1964. Pirtin ajateltiin sopivan hyvin mm. erilaisten juhlatilaisuuksien ja kokousten pitämiseen. Toisaalta sen tehtävä oli myös herättää ja ylläpitää kotiseuturakkautta, olla elävä kansanperinteen muistomerkki. Alussa pirtin ensimmäinen emäntä, kotiteollisuusneuvoja Aili Korhonen piti toiminnan hyvin käytännönläheisenä. Päivisin pirtti toimi kotiteollisuusneuvonta-asemana, iltaisin siellä kokoontuivat erilaiset järjestöt ja ryhmät. Myös käsityökurseja järjestettiin, esimerkiksi kesäkuussa 1965 runonlaulajanpirtillä pidettiin feresi³-kurssi, jossa naiset oppivat

³ Feresi eli suorasarafaani on karjalainen naisen kansanpuku (ks. kuva 6) (Simonen 1992, 41).

ompelemaan karjalaisia kansanpukuja. Myös Iljan praasniekan⁴ juhlaa vietettiin ainakin vuonna 1965 Runopirtin edustalla. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 32–37; Runopirtti 2008.)



KUVA 1. Runonlaulajanpirtin ovi on avoinna matkailijoille

Suunnitelmia Parpeinvaaran ja Runonlaulajan pirtin kehittämiseksi, mm. majoitustoiminnan järjestämiseksi, oli tehty alusta alkaen, mutta rahaa hankkeiden toteuttamiseen ei ollut. Alkuaikojen toiminnassa haluttiin erityisesti korostaa karjalaista vieraanvaraisuutta ja niinpä esimerkiksi pääsymaksua ei peritty lainkaan. Vaikka rahojätkorakentamiseen ei ollut helppo löytää, vaaralle saatiin kuitenkin lahjoitusten kautta lisärakennuksia. Ensimmäisenä siirrettyinä rakennuksena tuli Onni Kuivalaisen Pirttirahastolle lahjoittama Mateli Kuivalattaren syntymätalon aitta. Vuonna 1970 kotiteollisuusneuvonta-asema muutti Parpeinvaaralta kirkonkylän keskusta, jolloin pirtin palvelut siirtyivät Ilomantsin Kalevalaisten Naisten ja Ilomantsin Marttojen harteille. Runonlaulajan pirtin säännölliset ohjelmatuokiot alkoivat tuolloin. Pirtissä esitettiin kanteleensoittoa, rajakarjalaisia kansanlauluja ja värttinällä kehruuta.

⁴ Praasniekka tulee karjalan sanasta pruazniekku (Pohjanvalo 1949, 110). Sillä tarkoitetaan juhlaa ja pyhäpäivää, jota vietetään sen pyhän ihmisen tai tapahtuman muistopäivänä, jolle kylän tsasouna tai kirkko on pyhitetty. Eljan praasniekka on siis profeetta Eljan päivänä 20. heinäkuuta.

Tilaisuuksien pääsymaksu aikuisilta oli 3 mk, lapsilta markan. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 32–40; Runopirtti 2008.)



KUVA 2. Kestipirtti rakennettiin vuonna 1977 kahvila- ja ruokailupaikaksi

Seitsemänkymmentäluvun puolivälissä Runonlaulajan pirtin tilat olivat kasvaneiden matkailijamäärien vuoksi käyneet ahtaiksi. Vuonna 1977 pirtin viereen rakennettiin Kestipirtti, johon kahvila- ja ruokailupalvelut siirrettiin. Tällöin Runonlaulajan pirtti vapautui kokonaan ohjelma- ja esittelykäyttöön ja sinne avattiin Kalevala-näyttely. Näyttely koostui ilomantsilaissyntyisen professorin, Aimo Turusen keräämästä kokoelmasta, joka käsittää useita kymmeniä eri kielille käännettyjä Kalevalan laitoksia. Ensimmäisenä kesänä näyttely houkutteli paikalle 25 000 kävijää. Vuosikymmenen lopulla vaaralle rakennettiin myös pieni tsasouna, ortodoksinen rukoushuone. Se tehtiin alun perin kulissiksi runonlaulaja Larin Paraskesta⁵ kertovaan elokuvaan. Filmin teon jälkeen

⁵ Larin Paraske oli inkeriläinen runonlaulaja, hän syntyi 1833 tai 1834 ja kuoli 1904. Häneltä on talletettu enemmän runomuistiinpanoja kuin keneltäkään muulta runonlaulajalta. (Timonen 1982, 14–154.)

tsasouna lahjoitettiin Ilomantsin ortodoksiselle seurakunnalle, se vihittiin varsinaiseen käyttöönsä ja se jäi vaaralle pysyvästi osaksi ns. Parpeinvaaran karjalaiskylää. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 32–40.)



KUVA 3. Vaaran pieni ortodoksisasouna

Vuosina 1977–1989 Runonlaulajan pirtin emäntänä toimi Paula Klemola, joka syntyperäisenä karjalaisena kehräsi, pagisi ja pajatti⁶ pirtin vieraille. Voidaankin sanoa, että Klemola toimi pirtin hengettärenä, joka omalla olemuksellaan toi vierailijoille läheisesti koettavaksi sen, mitä karjalaisuus ja karjalainen kansanperinne elävimmillään ovat. Vuonna 1980 Parpeinvaaralle rakennettiin kesäteatteri ja katsomo (jotka molemmat on purettu myöhemmin) ja vaaran tsasouna vihittiin käyttöön. Kolme vuotta myöhemmin Metsähallitus lahjoitti vaaralle vielä Mateli Kuivalattaren lauluaitan. Kalevalaisesta laulukulttuuristaan ja runonlaulajistaan tunnettu Ilomantsi julistautui Kalevala-kunnaksi 1980-luvun alkupuolella. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 41–48.)



⁶ Karjalan kielen sana pagiseminen merkitsee juttelemista ja pajattaminen laulamista (Pohjanvalo 1949, 98 ja 99).

KUVA 4. Vasemmalla Korhosen kotimuseon aitta ja suoraan edessä Matelin lauluaitta, jotka ovat savolaistyyliin veistettyjä

Seuraavan rakennuksen, Raappanan majan, siirtäminen alueelle herätti paljon keskustelua. Rajakenraalin maja, ns. Suomun maja, oli rakennettu jatkosodan aikana Eversti Erkki Raappanalle komentokorsuksi. Sodan loppuvaiheessa se kuljetettiin Suomen puolelle ja pystytettiin Lieksaan. Majaa käytti Suomu-seuran lisäksi myös valtio. Lieksaan, majan alueelle, oli kuitenkin perusteilla kansallispuisto, joten maja jouduttiin siirtämään. Suomu-seura lahjoitti sen KKES:lle sillä ehdolla, että se sijoitettaisiin Ilomantsin Parppeinvaaralle ja että majan aatteellinen ja historiallinen luonne säilyisi. Raappanan maja pystytettiin Parppeinvaaralle vuonna 1984. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 48–50.)

2.3 Pirtin toiminta 1990–2008

Paula Klemolan jäätyä eläkkeelle pirtin emännän työstä uudeksi emännäksi valittiin Ritva Korhonen (1990–1993). Vaaralle myös rakennettiin kokonaan uusi

pirtti. Aiemmin Kalevala-pirttinä suunnitelmissa olleesta rakennuksesta tuli nimeltään Parppeinpirtti, ja se vihittiin käyttöön 1992. Kuvassa viisi oleva Parppeinpirtti on koko vaaran kookkain ja näkyvin rakennus. Parppeinpirttiin tuli 160-paikkainen ravintola, jossa tarjolla oli karjaista perinneruokaa ja eräänlainen näytösleipomo, piirakkatšuppu⁷. Tässä vaiheessa Runonlaulajan pirtistä alettiin käyttää lyhyempää rinnakkaisnimitystä Runopirtti. Vuonna 1993 Runopirtin emännäksi tuli Saimi Talvivaara, joka koki läheiseksi Larin Parasken⁸ runot ja kokosi näistä runo-ohjelman pirtille. Samana vuonna vaaralle saatiin vielä lisää rakennuksia, kun Hattuvaaran Korhosen pihapiirin museoaitat siirrettiin vaaralle. 1990-luvun lopussa Runopirtin Kalevala-näyttely pysyi edelleen samana, sitä tosin täydennettiin välillä käspaikoilla⁹ ja kansansoittimia esittelevällä näyttelyllä. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 55–59; Runopirtti 2008.)



⁷ Karjalan kielen sana tšuppu tarkoittaa nurkkaa, nurkkausta (Pohjanvalo 1947, 144). Pirtin piirakkatšuppu on lasiseinillä erotettu nurkkaus, jossa leivotaan piirakoita ja vierailulla on mahdollisuus seurata leipurin työvaiheita.

⁸ Larin Paraske oli inkeriläinen runonlaulaja, hän syntyi 1833 tai 1834 ja kuoli 1904. Häneltä on talletettu enemmän runomuistiinpanoja kuin keneltäkään muulta runonlaulajalta. (Timonen 1982, 14-154.)

⁹ Käspaikka on pikä ja kapea, päistä kirjottu liina, jolla on ollut monenlaista rituaalista käyttöä karjalaisessa kulttuurissa. Hienoimpia käspaikkoja on käytetty häissä ja hautajaisissa sekä ikonien ympärille laskostettuna. Tavallisia koristeettomia käspaikkoja on käytetty nimensä mukaisesti käsipyyhkeinä. (Lukkarinen 1995, 7 ja 37-45; Piironen 1995, 47–59.)

KUVA 5. Ravintola Parppeinpirtti seisoo vaaran korkeimmalla kohdalla

Vuonna 2004 Runopirtin toiminnasta otti vastuun Pyhän Kosketus – kirkkomusiikkiyhdistys ry. Yhdistyksen tavoitteena oli korostaa ortodoksista perinnettä vaaran toiminnassa ja ottaa vaaralla vierailevat lapsimatkailijat entistä paremmin huomioon. Kesällä 2005 pirtin emäntänä toimi ortodoksisen teologian opiskelija Tiina Juurela, ja kesän teemana oli karjalaisuuden elävöittäminen. Pirtillä järjestettiin kursseja mm. äänellä itkemisestä¹⁰, runonlaulusta, karjalan kielestä sekä erikoisuutena pianisti Olli Mustosen mestarikurssi. Lapsille oli tarjolla myös Karjala-koulu, jossa opetettiin karjalaisia leikkejä ja kansanperinnettä. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 59–62.)

Loppuyhteenvedossa Jouslahti & Luostarinen kiteyttävät Parppeinvaaran historian ja tilanteen onnistuneesti:

Parppeinvaaran runokylän muotoutuminen vuosien mittaan oli siis alun perin suunnitelmallista, mutta lähinnä rahoitusongelmat johtivat siihen, että suurin osa nykyään paikalla sijaitsevista rakennuksista on saatu lahjoitusten muodossa. Alkuperäinen 15 rakennuksen karjalaistyylinen kylä ei ole toteutunut, vaan vaara on sekoitus raja- ja savokarjalaista tyyliä... Ideologisista syistä johtuen ei matkailijoilta haluttu periä aluksi lainkaan pääsymaksua runokylän alueelle. Myöhemminkin aluemaksu on ollut minimaalinen. Samaan aikaan alueen ylläpitäminen ja kehittäminen on painunut rahoitusongelmien kanssa. Havaittavissa on, kuinka vaikeaa aatteellisuuden ja kaupallisuuden yhdistäminen on. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 125.)

Vuonna 2007 Parppeinvaaran toiminta siirtyi matkailupalvelu Karelia Expertille ja heti seuraavana vuonna Ilomantsin Museosäätiölle (Projektivastaava 2008).

¹⁰ Äänellä itkeminen eli virsittäminen tarkoittaa itkuvirren esittämistä. ”Itkuvirret ovat vanhaa rituaalirunoutta ja –musiikkia, jolla on ilmaistu murhetta ja myös muita voimakkaita tunteita erotilanteissa” (Tenhunen 2006, 11).

Parppeinvaaran Runopirtti on kärsinyt asiakaskadosta viimeisen kymmenen vuoden aikana. Vielä 1990-luvun alussa kävijämäärä oli pirtin silloisen emännän Ritva Korhosen mukaan 15 000–16 000. Kesän 2005 emännän, Tiina Juurelan mukaan kävijöitä oli kyseisenä vuonna enää 5 000–6 000. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 107–108.) Kesällä 2008 kävijöitä oli noin 4 500. (Projektivastaava 2008.) Vaaran kävijämäärän vähentyminen johtunee alueen pysähtyneisyydestä: toimintaa ei ole kehitetty, tai uudistettu vuosiin. Runopirtin toiminnan kehittämiseen ja uudistamiseen on siis selvästi tarvetta. Ravintola Parppeinpirtin toimintaa on puolestaan kehitetty viime vuosina, ja tarjolla onkin rikas ja monia karjalaisia perinteitä yhdistävä, ns. nykykarjalainen pitopöytä. Parppeinpirtti on pystynyt vakiinnuttamaan asemansa suosittuna kesäisenä ruokapaikkana ja hääpaikkana sekä matkailijoiden että paikallisten ihmisten keskuudessa.

Parppeinvaara on ollut kaikkien näiden vuosien ajan naisten hallitsema paikka ja sen henki on pitkälti perustunut Runopirtin emännän omaan persoonaan ja osaamiseen. Emännät ovat jo omalla ulkonäöllään ja olemuksellaan vastanneet matkailijoiden odotuksia ja käsityksiä karjalaisuudesta. He ovat itse olleet karjalaisen naisen ja emännän henkilöitymiä matkailijalle. Muutamat heistä ovat olleetkin syntyperältään raja- tai itäkarjalaisia. Tässä mielessä perinne on katkennut. Nykyiset pirtin emännät eivät enää välttämättä ole karjalaisia. He saattavat olla pohjoiskarjalaisia, tai he voivat tulla kenties jostakin ihan muualta, eivätkä he enää edusta itse samaa karjalaisuutta kuin Parppeinvaaran itäkarjalaistyylliset rakennukset. Ei ole olemassa enää Runonlaulajan pirttiä ja pirtin emäntää täysin samanlaisina kuin alkuaikoina.

Toisaalta lieneekö tarpeellistakaan säilyttää kaikki ennallaan? Mikäli Parppeinvaaran runokylän tavoitteena on olla aito karjalaiskylä, elävän karjalaisen perinteen keskus, on tarpeellista miettiä, mitä elävä karjalainen perinne on tänään. Voiko se olla täsmälleen samaa kuin vuosikymmeniä sitten? Ilomantsissa voi kuulla sanottavan, että ellei pirtin emäntä enää ole karjalainen itse, mutta esittää karjalaista, ei siinä ole mitään aitoa. Yhtä hyvin voi kysyä, onko ”aitoa” esittää menneisyyden elämäntapaa ”elävänä karjalaisuutena” ympäristössä, joka ei sekään

ole aito, vaan on rakennettu matkailua palvelemaan. Pirtin mäellä on syytä kunnioittaa aiempien emäntien elämäntyötä, mutta mielestäni pitäisi myös pyrkiä esittelemään pirttiä ja karjalaisuutta nykymatkailijoille sellaisessa muodossa, josta heidän on helpompi saada otetta ja jota on helpompi ymmärtää.



KUVA 6. Feresipukuinen opas Runonlaulajanpirtin pihalla

3 MENNEISYYS MATKAILUN VETOVOIMATEKIJÄNÄ

3.1 Karjalainen kulttuuri

Karjalainen kulttuuri on ensimmäisen vuosituhannen lopulta lähtien syntynyt ja muotoutunut ”karjalaisten” yhteinen kulttuuripääoma. Karjalainen kulttuurialue sijoittuu suomalais-ugrialaisten ja slaavilaisten kansojen raja-alueille. Siksi karjalaisessa kulttuurissa on vaikutteita niin suomensukuisilta kuin slaaveiltakin. Aidoimmillaan tämä kulttuuri on elänyt Venäjän karjalaiskylissä, Vienassa ja Aunuksessa. Karjalainen kulttuuri on nimenomaan rajan kansan kulttuuria. (YLE 2008.) Se poikkeaa suomalaisesta ja erityisesti länsisuomalaisesta kulttuurista pukujen, käsitöiden, ruokakulttuurin, rakennusperinteen ja tapojen osalta.

Karjalaisuutta on käytetty paljon taiteen, kirjallisuuden ja musiikin lähteenä. Tällöin puhutaan karelianismista. Sillä tarkoitetaan karjalaisuuden idealisointia ja ihannointia. (Sihvo 1973, 353–361.) Myös karjalan kieli ja murteet poikkeavat selvästi suomen kielestä (Karjalan Liitto, 2008). Eräs tunnetuimmista ja useimmin esitellyistä piirteistä karjalaisessa kulttuurissa on ruoka. Karjalanpaisti ja karjalanpiirakat ovat levinneet juhlapöytiin ympäri Suomen. Karjala kuuluu itäisen ruokakulttuurin alueeseen. Niinpä rikas piirakkaperinne, hapattaminen, rahkan ja sienien käyttö on tyypillistä karjalaiselle keittiölle. (Niemeläinen 1981, 175–176; Lappalainen & Kuronen 2007, 6-7; Karjalan Liitto, 2008.)

Karjalaa on pidetty laulujen ja laulajien maana, jossa elämän ilot ja surut, yksityiset ja yhteiset on tuotu esiin laulamalla. Laulun lisäksi Karjalassa on käytetty muutamia kansansoittimia, kuten kanteleita, jouhikkoja¹¹ ja paimentorvia. (Karjalanliitto, 2008.) Eräs erityinen kulttuurin muoto, joka vaikutti vahvasti myös Ilomantsissa, oli kalevalamittainen runonlaulu. Vaikka runonlaulu on ollut tunnettua myös laajemmin Suomessa, on se säilynyt kauimmin elinvoimaisena juuri maan itäisimmässä osassa. Suomen kansalliseepos Kalevala pohjautuu kokonaan kalevalamittaiseen laulukulttuuriin. (Järvinen 1981, 53–58.)

3.1.1 1980-luvun karjalaisen kulttuurin renessanssi

Suomessa elettiin 1980-luvulla ns. karjalaisen renessanssin aikakautta. Silloin monia karjalaisen kulttuurin piirteitä ja tapoja pyrittiin elvyttämään erityisesti itäisessä Suomessa. Nurmekseen rakennettiin 1970-luvun lopussa Bomba-talo (Bombasta lisää luvussa Folklorismi ja matkailu), Ilomantsissa Runonlaulajan Pirtin ympärille kehittyi varsin vilkasta toimintaa, Ilomansi julistautui Kalevala-kunnaksi, järjestettiin perinneruokakursseja, puukellosta tuli Pohjois-Karjalan ”virallinen” matkamuisto ja kuvat feresiasuisista naisista ja kanteletytöistä levisivät lehdissä ja matkailuesitteissä. Nämä esiin nostetut kulttuuripiirteet ovat

¹¹ Jouhikko on kaksi- tai kolmikielinen kansanomaisen jousisoitin. Sitä soitettaessa kieliä painetaan sormien selkämyspuolella toisin kuin esim. viulua soitettaessa. (Hiljainen haltioituminen 1990, 180.)

kaikki sellaisia, joita voidaan kutsua karjalaisuuden symboleiksi. Kaikkien alkuperä ei ole kuitenkaan Pohjois-Karjalassa, vaan suurin osa niistä on rajantakaisen Karjalan kulttuuria, ja ne nostettiin esiin matkailun vuoksi tuomaan lisää eksotiikkaa Pohjois-Karjalan karjalaisuuteen.

Myös lehdistössä keskusteltiin tuolloin Pohjois-Karjalan etnisestä luonteesta. Katsottiinko alueen kuuluvan vain Itä-Suomeen tai peräti Savoan, kuten kielitieteilijät väittivät, vai oliko alue enemmän Karjalaa, kuten karjalaisen renessanssin aktivistit ilmoittivat. Pohjois-Karjalaan oli sodan jälkeen asettunut suuri joukko siirtokarjalaisia, joiden elämäntapa heidän kotiseudullaan oli ollut toisenlainen. Tätä kautta Pohjois-Karjalaan muotoutui ikään kuin palanen itäisempää Karjalaa. Polemiikkaa siis käytiin menneisyyden perinnöstä, kuka vanhan kulttuurin omistaa ja kenellä on oikeus määritellä mitä karjalainen kulttuuri on. Kenelle kulttuuri kuuluu? (Heikkinen 1996, 14–16.)

3.1.2 ”Ennen kaikki oli paremmin” – muistot odotusten pohjana

Sanonta ”ennen oli kaikki paremmin” liittyy usein myös karjalaiseen kulttuuriin ja sen esillepanoon. Kulttuurintutkijat keskustelivat 1980-luvulla vilkkaasti aitouden kysymyksestä. ”Kun alueen matkailullinen ominaislaatu tihentyy sodan muistoiksi, kalevalaisuuden tulkinnoiksi ja ortodoksisuudeksi, kysymys on valikoiduista traditioista eikä mistään kattavasta kulttuurihistoriallisesta kavalkadista.” (Savolainen ja Knuutila 1989, 160–161.) Menneiden aikojen elämäntapaa idealisoidaan kaupallisiin tarpeisiin. Menneisyyden uudelleen rakentaminen näkyy erityisesti juuri Pohjois-Karjalassa, rajan läheisyydessä. Näissä menneisyyden uusiorakenteissa sisältö on tavallisesti myös eilisen esittämistä. Kysymys ei silti ole väärentämisestä vaan valikoiden haltuun otetusta menneisyydestä, sen parhaiden ja sopivimpien palasten hyödyntämisestä.

Menneisyyden perinteen hyödyntämistä voi tarkastella myös soveltamisen tai sovittamisen näkökulmasta. (Knuutila 1989, 241; Sihvo 1989, 260.) Kalevala-eepos on sekin kokonaisuudessaan perinteen hyödyntämistä ja soveltamista eikä sen yhteydessä esitetä kysymystä perinteen aitoudesta.

Idealisoimalla entisiä tapoja voidaan myös luoda hyvin vahvoja mielikuvia, melkein stereotypioita asioista jotka ”edustavat” kulttuuria. Nämä stereotyyppiset mielikuvat ovat toisaalta vahvoja markkinointikeinoja, mutta toisaalta ne aiheuttavat ristiriitoja luodessaan voimakkaita odotuksia. Ihmisen mielikuva tietystä alueesta, sen ruoasta tai ylipäättään kulttuurista saattaa olla jo etukäteen niin vahva, että hän kokee pettymyksen saapuessaan paikalle. Esimerkkinä tästä on Pogostan Sanomissa 28.7.2008 ollut mielipidekirjoitus Parppeinpirtin perinneruokapäivistä. Kirjoittajan mukaan tarjolla ollut ruoka oli kaunista ja hyvää, mutta ruokakokemuksessa oli eräs suuri pettymys. Kirjoittaja oli lapsuudessaan Ilomantsissa syönyt riisipuurotättytteisiä sultsinoita¹².

Parppeinvaaralla tarjotuissa sultsinoissa täytevaihtoehtoja oli kaksi: perunamuusi ja suppilovahverot. Kaiken lisäksi vaaralla tarjotut sultsinat oli kääritty väärin, sikarinmuotoisiksi, kun taas kirjoittajan lapsuudessa sultsinan kuoret oli ensin taitettu keskelle ja sitten käännetty puolet vastakkain. (Virkkunen-Fullenwider 2008, 4.) Suuri yleisö ei ole aitouskeskustelulle kylmennyt vieläkään. Ilomantsissa Parppeinvaaraa koskevat suunnitelmat ja pienetkin muutokset nostattavat aina suuria tunteita.

Edellä mainittu kirjoittaja pohti myös muita ruokia seuraavasti: ”Entä sitten varsinaiset ruuat? Salaatteja oli runsaasti tarjolla, ja iloisia yllätyksiä olivat patakukko, metsäsienisalaatti ja kaalit sekä särki. Lämpimänä ruokana oli hyvää uunipaistia ja uunilohta... Uuni-, karjalan- ja sienipaisti ovat minulle ilomantsilaisia juhlaruokia samoin kuin täytetty hauki ja monet ihanat keitot.” (Virkkunen-Fullenwider 2008, 4.) Kirjoittajan odotukset perinneruokapäiville

¹² Sultsina kuuluu ohutkuorisiin piirakoihin. Paperinohueksi ”ajeltu” kuori paistetaan nopeasti suoraan kuumalla hellan levyllä ilman rasvaa. Paistettu kuori voidellaan toiselta puolelta, täyte,

mentäessä olivat varsin vahvat, ja ne perustuivat nimenomaan lapsuuden makumaailmaan ja sen muistoihin. Hän olisi halunnut saada täysin samanlaista ruokaa kuin lapsuudessa eikä ollut varautunut millään tavalla muutoksiin. Kun ruoka ei ollutkaan täysin samanlaista, vaan siinä oli kirjoittajalle vieraita elementtejä, koki hän osittaisen pettymyksen. Vaikka juuri sultsinoiden kannalta perunatäyte on kenties se ”oikeampi”, tulihan riisi ruokakäyttöön Karjalaan vasta paljon perunaa myöhemmin, olivat riisitäytteiset sultsinat kirjoittajalle ilmeisen rakas ja tärkeä muisto menneisyydestä. Muistipohjan ollessa näin vahva ei välttämättä hyväkään matkailutuote voi vastata odotuksia. Vahva mielikuva karjalaisesta kulttuurista on samalla sekä etu että haitta.

3.1.3 Parppeinvaaran historia matkailuelämyksenä

Melkein jokainen matkailija hakee matkoiltaan elämyksiä. Elämyksistä onkin tullut viime vuosina monella talouden ja kulttuurin alalla avainsana. Elämys sanana juontaa juurensa Mikael Agricolan suomen kirjakielen kehittämistyöhön 1500-luvulla. Agricola käytti sanaa merkityksessä elämä, elämän sisältö. Nykyisin elämykset ovat voimakkaasti vaikuttavia kokemuksia ja tapahtumia. (Saarinen 2002, 5–7.) Ihmiset vastaanottavat elämyksiä hyvin eri tavalla. Henkilökohtaiset resurssit muodostavat potentiaalin elämysten kokemiseen. Näitä potentiaaleja on seitsemän: aistit, aika, raha, tiedot, taidot, asenteet, sosiaaliset verkot ja henkilökohtaiset ominaispiirteet. Myös kielitaito, asenne ja kiinnostus ovat tärkeitä tekijöitä elämysten kokemisessa. (Aho 2001, 32–39.)

Parppeinvaaran kohdalla elämystä voidaan tarkastella historian näkökulmasta. Kostiainen (2002, 17–28) on pohtinut historiaa matkailuelämyksenä. Hänen mukaansa tarkastelun lähtökohtana voidaan käyttää matkailullisen attraktion, vetovoiman käsitettä. Mikä matkailijoita vetää tiettyyn menneisyyttä käyttävään kohteeseen eli mihin attraktio perustuu? Parppeinvaaran vetovoima liittyy mielestäni vahvasti karjalaiseen kulttuuriin ja sen eri ilmenemistapoihin: ruokaan,

levitetään kuorelle ja sultsina kääritään kolmesti taittamalla pitkulaiseksi. (Lappalainen & Kuronen

musiikkiin, rakennusperinteeseen, ortodoksisuuteen sekä käsitykseen karjalaisesta iloisuudesta ja vieraanvaraisuudesta.

3.2 Kulttuuri ja tapahtumat

Tapahtuma sanana kertoo oikeastaan kaiken tarpeellisen: jotakin tapahtuu. Silti itse sanasta ei voi vielä päätellä oikeastaan mitään, se ei kerro, mitä tapahtuu, missä tapahtuu, miten tapahtuu ja milloin tapahtuu. Tapahtumia on kaikkialla. Kaupungilla järjestetään markkinat kerran kuussa, jouluna kirkossa lauletaan kauneimpia joululauluja, tai lapsen syntymäpäivän kunniaksi pidetään syntymäpäiväjuhlat. On siis olemassa pieniä ja suuria, julkisia ja yksityisiä tapahtumia.

Tapahtumiin liittyy kulttuuri, tavalla tai toisella. Musiikki, taide, kuvataide, tanssi, kirjallisuus tai vaikkapa urheilu voidaan nähdä eräinä kulttuuritoimintoina, joiden ympärille järjestetään jo pelkästään Suomessa tuhansia tapahtumia vuosittain. Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen (2002, 11–12) toteavatkin, että kulttuuritapahtumat ovat osa matkailualaa. Shone ja Parry taas jaottelevat tapahtumat tarkemmin neljään eri ryhmään: Henkilökohtaisiin tapahtumiin (1) kuuluvat häät, syntymäpäivät ja vuosipäivät. Vapaa-ajan tapahtumia (2) ovat muun muassa urheilu- ja virkistytymistapahtumat. Erilaiset järjestöjen tapahtumat (3) puolestaan voivat olla esimerkiksi poliittisia kokoontumisia. Kulttuuritapahtumiin (4) tässä jaottelussa kuuluvat vain erilaiset seremoniat, taide ja kansanperinteeseen liittyvät tapahtumat. Molemmissa teoksissa kuitenkin korostetaan, että tapahtumat ovat osa yhteiskuntaa ja tätä kautta kulttuuri on niissä aina läsnä. Etenkin Shone ja Parry painottavat, että tapahtumien kautta yhteisön toimintaa ja sen kehittymistä on mahdollista seurata. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 11–12; Shone ja Parry 2004, 16.)

Tapahtumien avulla kulttuuria myös pystytään siirtämään eteenpäin. Kauhanen ym. tarkastelevat tapahtumia enemmän matkailullisesta näkökulmasta. Niillä houkutellaan paikkakunnalle matkailijoita, jotka käyttävät kunnan muita palveluja, kuten majoitus- ja ravintolapalveluja. Tapahtumien avulla kunnan imagoa pystytään kehittämään ja parantamaan, mikä kenties lisää alueen kiinnostavuutta myös elinkeinoelämän piirissä. Tällöin kulttuuritoiminnassa voidaan nähdä sekä aineellisia että henkisiä arvoja. (Kauhanen ym. 2002, 11–12; Shone ja Parry, 2–18.) Voidaan myös puhua kulttuurimatkailusta.

3.3 Kulttuurimatkailu

Kulttuurimatkailu voidaan määritellä useilla tavoilla. Kohde voi olla esimerkiksi arkeologinen, historiallinen tai toiminnallinen, mutta pelkkä kohde ei kuitenkaan ratkaise matkan luonnetta. Kulttuurimatkailua määriteltäessä olennaisia ovat matkailijan motiivit, sekä hänen itsensä matkalle antamat merkitykset ja tulkinnat. Kulttuurimatkailija on kiinnostunut uuden oppimisesta ja tiedon hankkimisesta. Oppimiseen voi tässä tapauksessa liittyä myös elämyksellisyys, sillä nykyaikainen matkailija ei asetu tiettyyn kategoriaan pysyvästi, vaan voi vaihtaa matkan aikana matkustustapaansa ja -kohdetta sekä asennoitumistaan kohteeseen.

Kulttuurimatkailua ei siis tulisi nähdä täysin erilaisena matkailuna kuin lomamatkailua, vaan esimerkiksi etelänmatkailua voidaan yhtä hyvin tutkia myös kulttuurimatkailun näkökulmasta, jolloin matkailun monimuotoisuus tulee hyvin esiin. (Turun avoin yliopisto 2008.)

Matkailun Edistämiskeskuksen mukaan kulttuurimatkailu voidaan määritellä seuraavasti: ”Kulttuurimatkailussa tuotetaan alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen matkailutuotteita ja -palveluja paikallisille ja alueen ulkopuolisille ihmisille liiketoiminnallisin perustein. Tavoitteena on luoda elämyksiä ja mahdollisuus tutustua näihin kulttuurisiin voimavaroihin, oppia niistä tai osallistua niihin. Näin vahvistetaan ihmisten identiteetin rakentumista, sekä oman että muiden kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta.” Kulttuurimatkailun voimavaroina voidaan siis pitää kaikkea ihmisen aikaansaamaa ja muokkaamaa,

kuten historiaa, maisemaa, rakennettua ympäristöä, museoita, tapahtumia, käsitöitä, kieltä, uskontoa, tiedettä jne. Kulttuurimatkailua kehitettäessä jotakin, tai joitakin näistä piirteistä tuodaan esille tuotteistamisen ja kannattavuuden kannalta. (Matkailun Edistämiskeskus 2008.)

Kulttuurimatkailijan määrittelemineen on hieman helpompaa. Mikkosen, Ristolaisen & Taskisen teoksen esittämässä Bywaterin (1993) teoriassa kulttuurimatkailija on henkilö, jolle kulttuuri on ensisijainen, tai toissijainen matkustamisen motiivi. Kyseisen matkailijatyypin kiinnostuksen aste voi kuitenkin vaihdella. *Kulttuurisesti motivoituneita matkailijoita* on vain vähän. Tämän tyypin matkailija matkustaa ainoastaan kulttuurin vuoksi. *Kulttuurisesti inspiroituneet matkailijat* matkustavat myös kulttuurin vuoksi, mutta vain tiettyihin ”haaveiden” matkakohteisiin. Suurin osa kulttuurimatkailijoista kuuluu kolmanteen ryhmään, *kulttuurista kiinnostuneisiin matkailijoihin*. Heidän matkansa ensisijaisena motiivina on usein jokin muu kuin kulttuuri, mutta matkalla ollessaan he hyödyntävät kohteen kulttuuritarjontaa. Nämä matkailijat eivät välttämättä suunnittele käyvänsä tietyissä kulttuurikohteissa, vaan tekevät päätöksen vasta paikan päällä. (Mikkonen, Ristolainen & Taskinen 2008, 7–8.)

Keskeisiä kulttuurimatkailussa käytettyjä aineksia on ainakin neljä. Ensimmäisenä ryhmänä ovat rakennukset ja rakennelmat. Näillä tarkoitetaan esimerkiksi linnoja, raunioita, käsityöläispajoja ja museoita. Toisena ryhmänä voidaan pitää tapahtumia, joilla on historiasta lähtöisin oleva ydin. Tällaisia tapahtumia ovat vaikkapa oopperajuhlat historiallisessa ympäristössä, perinnesiikkikonsertit tai historiaan perustuva näytelmä. Myös henkilöiden kautta on mahdollista elävöittää menneisyyttä. Tämä kolmas matkailussa käytetty aines käsittää sekä historialliset hahmot että fiktiivisesti kehitetyt henkilöt. Viimeisessä ryhmässä on luonnonhistoria yhdistettynä ihmisen historiaan. Nämä arkeologiset matkailukohteet ovat muun muassa hautapaikkoja, asumusjäänteitä ja historiallisia teitä. Kun historiaa, tai perinnettä sovelletaan ja muokataan matkailun käyttöön ja tehdään aineksista elämyksiä, on se myös menneiden asioiden hyväksikäyttöä. (Kostiainen 2002, 17–19.)

3.4 Folklorismi ja matkailu

Halu palata menneisyyteen, menneisyyden utopiat ja antimodernismi ovat elementtejä ilmiössä, jota kutsutaan folklorismiksi. Antimodernismissa muutos vanhasta uuteen on lineaarista ja peruuttamatonta, siinä verrataan nykyisyyttä menneisyyteen. Terminä folklorismi tarkoittaa sovellettua perinnettä, josta voidaan käyttää myös nimityksiä uusiperinne, neoperinne tai uusvanha. Matkailussa folklorismi on perinteen esittämistä. On olemassa lukuisia matkailukohteita, joissa saamelaisuus, karjalaisuus tai mikä tahansa muu vanha elämänmuoto on kaupallistettu. Siksi onkin syytä erottaa folklorismi ja folklore (kansanperinne) toisistaan. (Knuuttila 1989, 218; Petrisalo 1994, 73–76.)

Vanhoihin kulttuureihin perustuvissa matkailukohteissa on kenties nähtävissä myös hieman kansallisromantiikkaa. Kansallisromantiikka-aate on alun perin lähtöisin 1800-luvun Saksasta. Aatteen mukaan inhimillisyyden ja henkisyyden korkeimmat ja alkuperäiset muodot olivat löydettävissä arkielämästä ja kansa oli kansakunnan mystinen sielu. (Petrisalo 1994, 73–76.) Seuraavissa luvussa on esittelyt kahdesta muusta karjalaistyyllisestä kohteesta Pohjois-Karjalassa, Bombatalosta ja Korpiselkätalosta, jotka molemmat ovat osoittautuneet, Parpeinvaaran ohella, sekä folkloristisiksi että ongelmallisiksi matkailukohteiksi.

3.4.1 Bomba-talo

Nurmeksen Bomba-talo otettiin käyttöön vuonna 1978. Talo on tarkka kopio rajan takaiseen Karjalaan, Suojärvelle, rakennetusta Bombinin suvun talosta. Alkuperäisen talon rakennutti Jegor Bombin ainoalle pojalleen Dimitrille vuonna 1855. Hirsitalossa oli kolme kerrosta ja se oli puuseppätaidonnäyte ilman yhtään rautanaulaa. Talo oli noin 24 metriä pitkä ja huoneita siinä oli 25. Maata talon ympärillä oli noin tuhat hehtaaria. Vuonna 1934 talo päätettiin purkaa ja jakaa hirret viiteen osaan viidelle veljekselle, jotta kaikille saataisiin oma osansa talosta.

Se, minkä kasan kukin sai, ratkottiin vetämällä arpaa. (Väinämö 2007, 13–14; Bomban talo 2007.)

Nurmekseen rakennettu Bomba-talo muokkasi 1980-luvulla suomalaisten käsityksiä perinteisestä ja luonnonläheisestä elämästä ja kulttuurista. Se antoi uuden symbolin ja lähtökohdan inhimillisemmälle asumiselle ja arkkitehtuurille betonilähiöiden peittämässä Suomessa. (Väinämö 2007, 13–14.) Bomba-talon matkailullinen toiminta ja kannattavuus ei kuitenkaan ole ollut ongelmaton. Esimerkiksi MTV3 uutisoi vuonna 2007 Nurmeksen kaupungin luopuvan matkailutoiminnasta Bomban alueen myynnin myötä. Kaupungin matkailutoimen raportoitiin olleen tappiollista jo pidemmän aikaa. Valtuuston puheenjohtajan mukaan veronmaksajien varoja säästettiin huomattavasti, kun etenkin kylpylän varsin suuret korjaustarpeet saatiin pois kaupungilta. Bomban alueen osti Jukolan Osuuskauppa kauppahintaan 842 000 euroa. (MTV3 2007.)

Myös tapahtumilla on ollut osansa Bomba-talon toiminnassa. Suomi-seuran lehti, Suomen Sillan Uutisviikko, raportoi numerossaan 08/2003, että Nurmeksen kaupunki lopettaa Bomba festivals -tapahtuman rahoituksen. Aiemmin Bomban juhlaviikot –nimellä tunnettu kesätapahtuma ajettiin alas ja henkilökunta irtisanottiin. Bomban juhlaviikot tunnettiin suomalais-ugrilaisesta teatteritaiteesta. Samassa numerossa Bomban kerrottiin tehneen edellisenä kesänä lähes 200 000 euron tappion. (Laitinen 2003.)

Nykyinen omistaja, Jukolan Osuuskauppa, on remontoinut Bomban kiinteistökokonaisuuteen kuuluvaa kylpylähotellia, ja se on liittynyt vuoden 2008 alusta Holiday Club-ketjuun. Remontin myötä tiloja on myös laajennettu ja hotelliin on rakennettu 45 huonetta lisää. Uutena tapahtumana vuonna 2008 oli Bomba Rock. (Miettinen 2008.) Vaikka Bomba-talo on saanut taakseen vakavaraisen osuuskaupan, on selvää, että toiminnan on muututtava kannattavaksi. Bomban kohdalla on helppo huomata, miten hankalaa karjalaisen perinteen tuotteistaminen on. Bomban alueen kylpylä- ja hotellitoimintaa Jukolan Osuuskauppa kehittää, mutta itse talon sisällön kehittämistä tai ylipäätään karjalaisesta perinteestä ei artikkelissa mainittu mitään.

Bomban hotellipäällikkö Markku Litja kertoi Bomban kesän 2008 tapahtumasta haastattelussa näin: ”Myös 30-vuotista taivalta on tarkoitus juhlia tulevina viikkoina näyttävästi. Lauantaina 23.8. vietetään Bomba Rock, jossa lavalle nousee Kristiina Brask. Lauantaina 30.8. merkkivuotta juhlistetaan puolestaan koko perheen voimin. Illalla tansseja tahdittaa vielä Tapani Kansa, Litja kertoo tulevia tapahtumia. Kaikkien uudistusten keskellä Litja kuitenkin korostaa, että Bomban juuria ja karjalaisuutta ei tulla unohtamaan. Bomba on maakunnan karjalaisuuden kärkiveturi myös tulevaisuudessa.” (Miettinen 2008.) Mielestäni kyseisessä haastattelussa on ristiriita juuri tapahtuman osalta. Karjalaistyyliiseen ”kylään” tehdään rock-tapahtuma, jossa pääesiintyjänä on tosi-TV -ohjelma Idolsista tuttu laulaja ja lisäksi tanssit tahdittaa Tapani Kansa. Sinänsä tapahtuman ohjelma on saattanut ollakin toimiva, mutta miten tällaisella tapahtumakonseptilla toimiva kohde voi samalla olla karjalaisuuden kärkiveturi? Mikä siis onkaan Bomban karjalaiskylä? Onko se yksi karjalaistyylinen rakennusryhmä, joka on itse asiassa kopio alkuperäisestä? Sitähän folklorismi on, perinteen esittämistä.

3.4.2 Korpiselkätalo

Hoilolan¹³ kylään valmistui vuonna 1985 mittava matkailukeskus, Korpiselkätalo, jonka avulla teollistumisessa jälkeen jäänyt kylä pyrittiin saamaan uuteen kukoistukseen matkailun avulla. Kylään rakennettiin kulttuurikohde, jonka toimintaidea nojasi karjalaiseen ja ortodoksiseen kulttuuriin. Korpiselkätalo on hirsilinna, jossa matkailijoille tarjottiin kanteleensoittoa, karjalanpiirakoita, ristisaattoja yms. Perinne koottiin paikkaan valitsemalla ja liittämällä yhteen eri

¹³ Hoilolan kylä sijaitsee noin 45 km Ilomantsin kirkonkylästä etelään, entisen Tuupovaaran pitäjän, nykyisin Joensuun alueella.

aikojen ja alueiden karjalaisuuden näyttävimpiä aineksia. Talolle luotua ortodoksis-karjalaista kulttuuria ei kylällä koskaan sellaisenaan ollut, eikä tarjotulla tuotepaketilla ollut juurikaan yhteyksiä Hoilolan kylän elämäntapaan. Petrisalo (1994, 80–81) nimittääkin taloa utopistiseksi visioksi, joka johti käytännössä paradoksiin. Luotu perinne oli siis utopia: se oli rakennettu vain tuotteiden myyntiä ajatellen.

Projektia toteutettiin niin, että visiota lähdettiin toteuttamaan kehityksen käänteisessä järjestyksessä. Matkailukeskukselle rakennettiin ortodoksis-karjalainen imago, johon Hoilolan kylän olisi pitänyt sopeutua. Projektissa ei edetty niin, että matkailukeskuksen imago olisi noussut paikallisesta kulttuurista. Hanke tavallaan kielsi paikallisen elämäntavan, Hoilolan kylän jälkiteollisen kulttuurin ja siihen liittyvän perinteen. Kohdetta kuitenkin markkinoitiin hoilolalaisena perinteenä ja elämäntapana. Näin utopistinen perinne sai epätodennukaisen kontekstin muodostuen tätä kautta folklorismiksi. (Petrisalo 1994, 80–81.)

Korpiselkätalon toiminta ei koskaan oikein lähtenyt käyntiin. Talo on kesäisin avoinna vieraille, mutta suurimman osan vuodesta tyhjillään. Ilomantsin paikallislehdessä, Pogostan Sanomissa, uutisoitiin 6.10.2008 Korpiselkätalon olevan jälleen kaupan. Paikan nykyinen omistaja Blue White Resorts pyöritti toimintaa Korpiselkätalolla vain parin vuoden ajan. Myynnin syyksi on ilmoitettu mm. liian syrjäinen sijainti ja kallistuneet polttoainekustannukset. (Korpiselkätalo taas kaupan 2008, 1.)

3.4.3 Parppeinvaara, totta vai tarua?

Myös Parppeinvaara on kohde, jossa folkloristisia piirteitä on nähtävissä. Vaikka pirtti onkin rakennettu ”aidolle runonlaulumaalle”, on se rakennustyyliltään itäkarjalaista, ei ilomantsilaista (Kirkinen 1981, 23–24.) Pirtti on rakennettu paikalle matkailijoita varten. Matkailuun liittyvissä perinnematkakohteissa folklorismi on aina tietyllä tavalla läsnä, eikä folklorismin välttäminen liene

mahdollistakaan ainakaan silloin, kun matkailukohteiden tavoitteena on tuoda voittoa, tai vähintään olla taloudellisesti kannattavia. Parppeinvaaran perustajien ja toimijoiden idealistisuus on omalta osaltaan hälventänyt tätä käsitystä, mutta 2000-luvulla taloudelliseen ajatteluun on pakko siirtyä.

Parppeinvaara ei voi koskaan olla aito karjalaiskylä, kuten ei voi Bombakaan tai Korpiselkätalo. Se mitä Parppeinvaara voi olla, on karjalaistyylinen matkailukeskus. Sen rakennukset eivät voi olla historiallisia kohteita tai alkuperäisiä runonlaulupirttejä. Se voi esittää olevansa noita kaikkia, mutta oikeastaan ainoat ”oikeat” asiat ovat vaaran henki, ilomantsilaisuus ja perinteestä löydettävä karjalaisuus. Pirttiä koskeva historia täytyy enemmänkin nähdä laajemmin ilomantsilaisena historiana, jossa on kytköksiä runonlauluun, Kalevalaan, ortodoksisuuteen ja ylipäätään karjalaiseen kulttuuriin. Näistä elementeistä matkailukeskusta voidaan rakentaa. Vaaran henki on aiemmin ollut pirtin emäntien luomaa, nykyisin sitä joudutaan etsimään muualta, kenties paikasta itsestään. Ehkä sitä henkeä on kuitenkin löydettävissä.

Parppeinvaaran ongelmana voidaan pitää karjalaisen kulttuurin ja perinteen tuotteistamista. Voiko perinnettä tai kulttuuria ylipäätään tuotteistaa? Lapissa lappilaisen kulttuurin tuotteistamisessa on tietyllä tavalla onnistuttu, sillä lappilainen perinne, musiikki, ruoka, puvut ja elämäntapa yleensä koetaan eksoottisena, mielenkiintoisena aiheena, mutta folklorismista yhtä kaikki sielläkin on kysymys. Osaltaan mielenkiinnon rakentumiseen on vaikuttanut median alueesta antama kuva. Matkailu rakentuu yhtä usein aidoille ja alkuperäisille kuin sellaisiksi kuvitelluille ja esitellyille asioille. Siinä mielessä Pohjois-Karjalan matkailulla pitäisi olla hyvät mahdollisuudet, sillä tuskin missään muulla Suomen alueella karjalainen kulttuuri ja siihen liittyvät perinteet ovat säilyneet yhtä elinvoimaisina joiltain osin, kuin juuri Pohjois-Karjalan Ilomantsissa.

Karjalaisia ihmisiä voidaan pitää tunteellisina ihmisinä. Tämä tunteellisuus heijastuu sekä jokapäiväisessä käyttäytymisessä että esimerkiksi musiikissa. Tunteiden sotkeminen liiketoimintaan aiheuttaa kuitenkin kateutta, epäsopua ja lopulta yhteistoiminnan ongelmallisuutta. Ainoastaan oman edun tavoittelemisella

yritykset aiheuttavat haittaa toisilleen ja sitä kautta myös itselleen. Avoimessa ilmapiirissä tapahtuva toiminta ja yhteistyö olisi lopulta kaikkien etu. Myös Jouslahden ja Luostarisen gradussa pohditaan tätä asiaa:

Rajakenraalin maja tuntui olevan ainakin kesällä 2005 oma kokonaisuutensa, ja Parppeinvaaralla ennen vaikuttanut yhteishenki tuntui kadonneen jonnekin. Toiminnan jakautuminen erillisiksi ”työpisteiksi” tuli meille hyvin selväksi, kun kesällä 2005 teimme haastattelumatkoja Ilomantsiin ja tutustuimme Parppeinvaaran toimintaan. Runonlaulajan Pirtillä ei tiedetty juuri mitään Parppeinpirtin tapahtumista ja toiminnasta, Rajakenraalin majalla oli myös aivan oma oppaansa ja Runonlaulajan Pirtin ja Parppeinpirtin välille oli rakennettu aita. Saimme sellaisen vaikutelman, että täynnä olevan Parppeinpirtin asiakkaat eivät ehkä edes huomanneet tai tajunneet, että aivan Ravintolan vieressä on Runonlaulajan Pirtti ja mahdollisuus tutustua karjalaiseen kulttuuriin. (Jouslahti & Luostarinen 2006, 124–125.)

Pohjois-Karjalassa, Ilomantsista puhumattakaan, matkailuyritykset ovat kooltaan pieniä, usein vain muutaman hengen yrityksiä. Tällöin tuotteiden markkinoiminen, suurten ryhmien palveleminen ja ylipäättään tuotepakettien luominen on erittäin vaikeaa. Tämä koskee myös tapahtumien järjestämistä. Tapahtuman järjestäminen on aina tietyllä tavalla riski. Mikäli Ilomantsiin Parppeinvaaralle pyritään luomaan vetovoimainen ja omailmeinen tapahtuma, tulee paikallisten yritysten toimia sekä sen toteutuksessa että markkinoinnissa yhdessä. Myös riskit pienenevät, kun taakkaa on jakamassa useampi taho. Vaikka Parppeinvaaran tapahtumasta ei ole järkevää suunnitella suurta massatapahtumaa tai suuren budjetin tapahtumaa, voidaan siitä paikallisen osaamisen avulla luoda juuri ilomantsilainen tapahtuma.

Seuraavassa luvussa käsittelen tapahtuman järjestämisen teoriaa. Pohdin, mitä asioita ja kysymyksiä tapahtuman järjestämisessä tulisi ottaa huomioon. Tarkastelen tapahtumaa myös palvelupakettina ja lopussa vertailen kahden tutkimuksen tuloksia tapahtumien merkityksestä alueelle.

4 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

4.1 Yleisötapahtumien järjestämisen peruskysymykset

Yleisötapahtuman järjestämisen peruskysymykset ovat tapahtuman luonteesta tai sen koosta riippumattomia:

- 1) Miksi tapahtuma halutaan järjestää?
- 2) Mitä yleisölle tapahtumassa tarjotaan?
- 3) Miten yleisö saadaan tulemaan paikalle ja viihtymään?
- 4) Keitä yleisöksi oikein halutaan?
- 5) Miten tapahtuma saadaan onnistumaan sekä sisällöllisesti että taloudellisesti?

Yleisötapahtuman järjestäminen on usein projekti. Projekti eli hanke tarkoittaa ajallisesti rajattua kertaluontoista tehtäväkokonaisuutta, jolla on selkeät tavoitteet ja jonka toteuttamisesta vastaa sitä varten perustettu organisaatio. Projektilla on aina tavoite, esimerkiksi korkeatasoisen yleisötapahtuman järjestäminen, ja sillä on oma selkeä elinkaari. Projekti on myös ainutlaatuinen, sillä toista täysin samanlaista projektia ei ole. Siihen liittyvät aina muutokset, riskit ja epävarmuus, ryhmätyöskentely ja yhteistyökumppanit. (Kauhanen ym. 2002, 24–25.) Tapahtuman järjestämistä voi siis tarkastella myös projektin näkökulmasta.

Projektin alkuvaiheessa, etenkin yleisötapahtumia järjestettäessä, jo idean kehittäminen vaatii järjestelmällistä miettimistä. Usein apuna käytetään SWOT – analyysia. SWOT – analyysin malli on esitetty kuviossa 1. Analyysissa arvioidaan tapahtuman heikkouksia, vahvuuksia, uhkia ja mahdollisuuksia. (Kauhanen ym. 2002, 24–25; Iiskola 2006, 8–10.) Mallia kutsutaan myös nelikenttäanalyysiksi. SWOT – analyysissa mahdollisuudet ovat ulkoisia tekijöitä, jotka auttavat tapahtumaa saavuttamaan sen päämäärän. Uhat puolestaan ovat sellaisia ulkoisia tekijöitä, jotka haittaavat tavoitteen saavuttamista. Vahvuudet ja heikkoudet ovat nelikenttäanalyysissä sisäisiä tekijöitä. Ne kuvaavat myös toiminnan nykyhetkeä, kun taas uhat ja mahdollisuudet tulevaisuutta. Kuvion oikealla puolella olevat asiat ovat positiivisia ja vasemmalla negatiivisia. Heikkoudet tulisikin poistaa ja

uhat taas kääntää mahdollisuuksiksi. SWOT – analyysi yhdistää ympäristön ja itse tapahtuman analysoinnin. (Lahtinen & Isoviita 1998, 82–84.)

Vahvuudet	Heikkoudet
Mahdollisuudet	Uhat

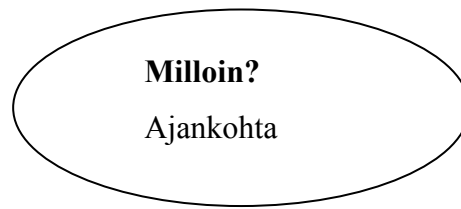
KUVIO 1. SWOT- analyysi

Vallo ja Häyrynen (2003, 120–125) jakavat tapahtumanjärjestämisen peruskysymykset strategiseen ja operatiiviseen kolmioon. Kolmioiden kärjissä ovat kysymykset ja keskellä idea tai teema. Strategisen kolmion ensimmäinen kysymys on, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä organisaatio haluaa tapahtumalla viestiä. Toisena on tapahtuman kohderyhmä, millaisia ihmisiä tapahtumaan halutaan. Kolmantena on kysymys tapahtuman sisällöstä, mitä ollaan järjestämässä. Tämän strategisen kolmion kysymykset kuuluvat organisaation johdolle tai taholle, joka tapahtuman järjestää. Kysymykset ovat suunnitelmia ja ajatuksia tapahtumasta.

Operatiivisen kolmion kysymykset liittyvät itse tapahtuman toteuttamiseen. Yksi kolmion kulmista kysyy, miten tapahtuma toteutetaan. Toisessa kulmassa on pohdinta tapahtuman sisällöstä, millainen tapahtuma on. Kolmantena operatiivisessa kolmiossa on kysymys kuka tai ketkä, miten vastuu kannetaan ja jaetaan. Kolmion keskellä on tapahtuman teema. Nämä kuusi kysymystä muodostavat yhdessä tähden, jonka kaikkien sakaroiden tulee olla tasapainossa. Tällöin onnistunut tapahtuma on mahdollista toteuttaa. (Vallo & Häyrynen 2003, 120–125.)

Kun yleisötapahtumaa lähdetään ideoimaan, voidaan apuna käyttää myös kuviossa 2 esiteltävää mallia tapahtuman järjestämisen seitsemästä kysymyksestä. Siinä esiintyvät kysymykset ovat lähes samoja Vallon ja Häyrysen (2003) strategisen ja operatiivisen kolmion kanssa. Kauhasen, Juurakon & Kauhasen (2002) mallissa näihin kuuteen kysymykseen on kuitenkin lisätty vielä erikseen pohdinta mielikuvasta. Olen käyttänyt kyseistä kuviota työssäni myöhemmin, Turhuuden markkinat – tapahtumakonseptia esitellessäni. Mukautettu kuvio löytyy luvusta 6.2. Kuvio 2 on esitetty seuraavalla sivulla alkuperäisessä muodossaan.





KUVIO 2. Tapahtuman järjestämisen seitsemän kysymystä (Kauhanen ym., 2002, 34–37.)

Myös Iiskola-Kesosen teoksessa *Mitä, miksi ja kuinka?* Käsikirja tapahtumanjärjestäjälle pohditaan tapahtuman järjestämiseen liittyviä peruskysymyksiä. Myös Iiskola-Kesonen listaa järjestämisen peruskysymyksiin näkökulman vastuusta, miten tapahtuman vastuu, velvollisuudet ja oikeudet jakautuvat. Hän myös kysyy aiheellisesti, mihin mahdollinen taloudellinen voitto käytetään tai kuinka taloudelliseen tappioon on varauduttu. (Iiskola-Kesonen 2006, 8–9.)

Yleisötapahtuman ideoinnin mallia voidaan miettiä myös Runopirtin tapahtuman kohdalla. Parppeinvaaralla järjestettävän tapahtuman tavoite on mielestäni selkeä, vaaralle halutaan lisää kävijöitä ja tapahtuman toivotaan myös kohentavan vaaran imagoa. Paikkana on Parppeinvaara ja Runopirtti, joten tapahtuman imago tulee perustumaan karjalaiseen kulttuuriin. Asiakkaina tulevat olemaan paikallisten ihmisten lisäksi alueella olevat matkailijat. Ilomantsin vilkkain matkailusesonki alkaa yleensä juhannuksesta ja päättyy elokuun alkuun, joten olisi luonnollista, että tapahtuma järjestettäisiin tuona aikana. Avoimia kysymyksiä ovat vielä, miten tapahtuma järjestetään ja mitä tapahtumassa tehdään. Näihin kysymyksiin olen etsinyt vastauksia haastattelujen ja asiakaskyselyn tulosten perusteella.

4.2 Tapahtuma palvelutuotteena

Onnistuneen tapahtuman tekemiseen, sen suunnittelusta jälkimarkkinointiin saakka, tarvitaan aikaa vähintään pari kuukautta. Suuria konsertteja tai kongresseja voidaan valmistella jopa useiden vuosien ajan. Lähes 75 % ajasta

kuluu suunnitteluun. Projekti käynnistetään, kartoitetaan resurssit, mietitään eri vaihtoehtoja, tehdään päätöksiä ja organisoidaan käytännön asioita. Tapahtuman toteuttaminen vie vain noin 10 % tapahtuman järjestämisen kokonaisajasta. Tapahtumat vaativat usein rakennusvaiheen ja purkuvaiheen ja näiden välissä on tietenkin itse tapahtuma. Noin 15 % ajasta kuluu jälkimarkkinointiin. Tässä viimeisessä vaiheessa kiitetään tapahtumaan osallistuneita tahoja, kerätään palautetta ja tehdään yhteenveto. (Vallo & Häyrynen 2008, 177–179.)

Suunnitteluvaihe aloitetaan usein ns. tapahtumabriefillä, jossa on kirjattuna ylös miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään, miten tapahtuma toteutetaan, mikä on tapahtuman sisältö, ketkä toimivat isäntinä ja millaista tunnelmaa tavoitellaan (Vallo & Häyrynen 2008, 179–184). Tapahtuma on aina palvelutuote, jota voi johtaa, hallita ja kehittää. Järjestäjän onkin kyettävä hahmottamaan kaikki tapahtuman osa-alueet. Erityisesti hänen on hahmotettava se, mikä on tapahtuman peruspalvelupaketti. Järjestelyjen alkuvaiheessa on selvitettävä, mikä on tapahtuman olemassaolon syy eli ydin. Rockfestivaaleilla ydin on musiikki, kesäteatterissa näytelmä ja messuosastolla näytteilleasettajan tarjoamat palvelut. Onnistuakseen tapahtuma tarvitsee aina myös muita toimintoja. Nämä tukipalvelut ovat esimerkiksi lipunmyynti ja järjestyksenvalvonta. Tapahtumaan lisätään usein lisäpalveluja, kuten ravintola- ja kahviopalveluja. Tämän peruspalvelupaketin pohjalta on hyvä luoda laajennetun palvelutarjonnan kehys, jossa tapahtuman ydin, lisä- ja tukipalvelut ovat keskellä. Niiden ympärille voidaan alkaa miettiä tapahtuman palveluajatusta: viestintää, mainetta, vuorovaikutusta, asiakkaan osallistumista, aikaa, paikkaa ja olosuhteita. (Iiskola-Kesonen 2006, 16–22.)

Tapahtuman perusajatus tulee esille viestinnän avulla. Viestinnän tavoitteena on myös löytää tapahtuman kohderyhmä, markkinoida tapahtumaa oikeille ihmisille. Tapahtuman maine muodostuu mielikuvista, henkilökohtaisesta kohtaamisesta ja kuulopuheista. (Iiskola-Kesonen 2006, 16–22.) Parppeinvaaran tapahtuman kohdalla kohderyhmänä ovat paikalliset ihmiset ja jo Ilomantsissa valmiiksi olevat matkailijat. Runopirtin tapahtumassa sen maine liittyy itse pirttiin, koska aiempaa tapahtumaa ei ole olemassa. Tällöin myös tulevaisuuden tapahtuman asiakkaan

odotukset liittyvät käsityksiin Parppeinvaarasta ja karjalaisesta kulttuurista ylipäätään.

Vuorovaikutuksen suhteen on tärkeätä, että se toimii hyvin asiakkaiden ja henkilökunnan välillä, mutta myös näiden ryhmien sisällä, koska sillä on huomattava vaikutus ilmapiiriin. Myös asiakkaan omaa osallistumista voi miettiä: onko asiakas vain katsojana, vai osallistuuko hän tapahtuman ohjelmaan jollakin tavalla. (Iiskola-Kesonen 2006, 16–22.) Parppeinvaaran tapahtumassa hyvä ilmapiiri voitaisiin luoda yhteisen hankkeen ja tavoitteen avulla. Hyvä yhteishenki ja iloinen palveluasenne olisivat tapahtuman valttikortteja. Kenties hyvää tunnelmaa pystyttäisiin siirtämään myös tapahtuman asiakkaille. Runopirtin tapahtumassa asiakkaallakin olisi mahdollista osallistua tapahtumaan, ainakin Runonlaulu-tansseissa.

Iiskola-Kesonen (2006, 16–22) mainitsee tapahtuman laajennetussa palvelutarjonnassa myös saavutettavuuden merkittävyyden: milloin tapahtuma järjestetään, miten helppo kohde on löytää ja miten helposti asiakas löytää palvelut tapahtumapaikalla? Parppeinvaaran etuna paikan löytymisessä on paikkakunnan pieni koko, kohde on helppo löytää. Enemmän haasteita tuottaakin Ilomantsin saavutettavuus matkailukohteena. Ilomantsin sijainti Suomen itäisimpänä kuntana aiheuttaa sen, että läpikulkuliikennettä ei ole. Ilomantsiin kukaan ei tule vahingossa. Alla olevassa taulukossa on koottuna edellä jo esitellyt palvelutarjonnan viisi keskeistä osa-aluetta.

TAULUKKO 1. Tapahtuman laajennettu palvelutarjonta (Iiskola-Kesonen 2006, 18–22.)

Viestintä	Mitä tapahtumalla halutaan viestiä? Tapahtuman perusajatus Miten tapahtumaa on mainostettu/markkinoitu? Onko tapahtuman kohderyhmä saavutettu? Itse tapahtumassa posterit, kyltit, värimaailma jne
Maine	Syntyy henkilökohtaisissa kohtaamisissa, mutta myös kuulopuheiden ja muiden viestien avulla. Mitä asiakas ajattelee tapahtumasta? Mitä odotuksia asiakkaalla on?
Vuorovaikutus	Vuorovaikutusta on sekä asiakkaan ja asiakkaan välillä, asiakkaan ja henkilökunnan välillä että henkilökunnan ja henkilökunnan välillä Millainen ilmapiiri tapahtumassa on?
Asiakkaan osallistuminen	Onko asiakkaan pitänyt hankkia jotakin tietoa ennen tapahtumaa, vai saako hän kaiken tarvittavan paikan päältä? Onko asiakas tapahtumassa vain katsojana, vai osallistuuko hän jollain tavalla esimerkiksi tapahtuman ohjelmaan?
Aika, paikka ja olosuhteet	Kuinka helppo tapahtumaan on tulla ja käyttää tarjottuja palveluita? Saavutettavuus, opasteet, kuulutukset ja aikataulu Tavoitteena on, että asiakkaan on helppo osallistua tapahtumaan

4.3 Tapahtuman laatu

Tärkeätä on, että tapahtumaa järjestettäessä siitä pyritään tekemään mahdollisimman laadukas. Ennen kuin korkealaatuinen tapahtuma pystytään järjestämään, on määriteltävä, mikä on laadukas tapahtuma ja miten osallistujat kokevat sen. Tapahtuman laadun mittaa aina osallistuja, joka päättää viime kädessä, mikä on laadukasta palvelua. Laadun määrittelemisen voidaan jakaa ainakin kahteen osa-alueeseen: tekniseen ja toiminnalliseen laatuun. Tekninen laatu kertoo sen, mitä tapahtumaan osallistujalle jää konkreettisesti käteen tapahtuman ollessa ohi. Tekniseen laatuun liittyvä tuote voi olla vaikkapa tapahtuman ohjelma. Suurin osa tapahtumasta on kuitenkin aineetonta, toiminnallista laatua. Tähän laadun osa-alueeseen kuuluvat osallistujan elämykset ja tapa, jolla häntä palvellaan. Toiminnallinen laatu liittyykin läheisesti vuorovaikutustilanteisiin ja tapahtumanjärjestäjän toimintaan. Sen arviointi on henkilökohtaista. (Grönroos 1991, 61–64; Iiskola-Kesonen 2006, 22–32.)

Komppulan ja Boxbergin (2002, 44–46) teoksessa Matkailuyrityksen tuotekehitys palvelun laadun ulottuvuudet on jaettu kolmeen selkeään ryhmään. Teknisen ja toiminnallisen laadun lisäksi vuorovaikutuslaatu on ymmärretty aivan omaksi kokonaisuudekseen. Vuorovaikutuslaatuun liittyy erityisen vahvasti palvelunhalu ja palveluhenkilön ulkoinen olemus, käytöstavat, luotettavuus, motivaatio ja ammattitaito. Toiminnallisessa laadussa puolestaan palveluilmapiiri, palveluالتتius ja kyky tyydyttää asiakkaan tarpeet ovat olennaisia seikkoja. Tekniseen laatuun liittyviä seikkoja ovat ulkoiset puitteet, koneet, laitteet ja kalusto sekä palvelujen kokonaisuus.



KUVIO 3. Laadun kolme ulottuvuutta (Komppula ja Boxberg 2002, 44–46)

Tekninen ja toiminnallinen laatu sekä vuorovaikutuslaatu eivät kuitenkaan edes yhdessä ratkaise sitä, onko tapahtuma asiakkaan mielestä onnistunut. Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat aina hänen odotuksensa. Vaikka tapahtuman laatu olisi hyvä, asiakas kokee pettymyksen, jos hänen ennakko-odotuksensa tai käsityksensä tapahtuman sisällöstä eivät toteudu. Laatuun vaikuttavia ovat ainakin viisi seuraavaa asiaa:

1) Laatu muodostuu siitä, mitä asiakas kokee. Asiakkaan henkilökohtaiset toiveet, tarpeet ja kokemukset ratkaisevat.

- 2) Laatu rakentuu totuuden hetkistä. Totuuden hetki on tilanne, jolloin osallistuja ja tapahtuman järjestäjä ovat vuorovaikutuksessa.
- 3) Laatu muodostuu tapahtuman aikana. Olennaista ovat asiakkaan tuntemukset tapahtumasta.
- 4) Laadukkaan tapahtuman tuottaminen kuuluu jokaiselle työntekijälle. Työntekijöiden palveluhenkinen asenne, työskentelytavat, motivaatio ja tietotaito ovat merkittäviä onnistumisen kannalta.
- 5) Ulkoinen markkinointi vaikuttaa laatuun. Markkinoinnin täytyy olla totuudenmukaista, sillä täyttymättömät odotukset tuovat pettymyksen. Tyytymätön asiakas kertoo kokemastaan eteenpäin, jolloin tapahtuman maine huononee.

(Grönroos 1991, 60–74; Iiskola-Kesonen 2006, 22–32.)

4.4 Tapahtuma markkinointikeinona

Tapahtuma voi olla myös markkinointiviestintää. Tällöin puhutaan tapahtumamarkkinoinnista. Tapahtumamarkkinoinniksi voidaan lukea kaikki ne tapahtumat, joissa yritys markkinoi tai muuten edistää tuotteidensa tai palveluidensa myyntiä. (Vallo & Häyrynen 2008, 19.) Tässä mielessä myös Parppeinvaaran tapahtumalla tulee olemaan markkinointiin liittyvä arvo. Onhan tapahtuman tarkoituksena nostaa alueen imagoa, tuoda sinne lisää kävijöitä ja tehdä paikkaa tunnetuksi. Tapahtumamarkkinoinnin määritelmässä Vallon ja Häyrysen mukaan (2008, 20–23) on täytyttävä kolme kohtaa: 1) tapahtuma on etukäteen suunniteltu, 2) sen tavoite ja kohderyhmä on määritelty ja 3) tapahtumassa tulee toteutua kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus.

Tapahtumamarkkinoinnille tulisi aina asettaa tavoite. Yksittäisen tapahtuman tavoitteena voivat olla esimerkiksi yrityskuvan kehittäminen, näkyvyyden hankkiminen, tuotteiden ja palvelujen esittelemine tai uusien asiakkaiden hankkiminen. Hoyle Event Marketing -teoksessaan korostaa, että tapahtumamarkkinointiin liittyy olennaisesti *”the three Es of event marketing, entertainment, excitement and enterprise”* Tapahtuman tulee siis olla viihdyttävä

ja ohjelman ainutlaatuinen, yleisölle suunniteltu. Pieni jännitysmomentti tekee taas tapahtumasta sellaisen, joka jää ihmisille mieleen. Viimeinen ”E” tarkoittaa pientä riskin ottamista, halua luoda jotakin uutta. (Hoyle 2002, 2–3.)

Markkinointiviestinnän tarkoituksena on rakentaa tuotteesta tai palvelusta positiivinen kuva ja saada sitä kautta aikaan organisaation haluamaa toimintaa, lisäkauppaa, uusia asiakkaita, tai vaikkapa lahjoituksia. Jokainen markkinoinnin väline, niin mainonta, painotuotteet kuin tapahtumatkin joko vahvistavat, tai heikentävät organisaation imagoa. Organisaation arvojen, tavoiteprofiilin ja haluttujen mielikuvien tuleekin olla se pohja, jolle markkinointiviestintä rakennetaan. On myös kerättävä palautetta ja tehtävä tutkimusta siitä, miten esimerkiksi tavoitteet on saavutettu, miten kohderyhmä koki tapahtuman, paljonko tapahtuma maksoi osallistujaa kohden ja mitä tapahtumasta opittiin tulevaisuutta ajatellen. Tapahtumamarkkinoinnin etuna voidaan pitää sen henkilökohtaisuutta ja vuorovaikutteisuutta, jolloin osallistujan tunteisiin on mahdollista vaikuttaa. Kuviossa 3 on Valloa ja Häyrystä (2008, 31–34) mukailleen esitetty tiivistetysti, miten Parppeinvaaran tapahtuma voisi toimia markkinointiviestinnän välineenä ja mitä muita mainonnan välineitä voitaisiin käyttää sekä mille seikoille markkinointiviestinnän pitäisi perustua.

- 1) Yhteistyö paikkakunnan toimijoiden kesken
- 2) Tavoitteena luoda ilomantsilainen tapahtuma
- 3) Vastuun jakaminen usealle taholle
- 4) Markkinoinnissa apuna paikallislehden ja Internet-sivujen lisäksi paikkakunnan yrittäjät
- 5) Mielikuvana karjalaisuus modernissa muodossa

KUVIO 4. Tapahtuma osana markkinointiviestintää

Kuviossa 3 esitetyn markkinointiviestinnän kaavion avulla voidaan pohtia myös Parppeinvaaran tapahtumaa. Olen koonnut saman kaavion alle niitä seikkoja, joita Runopirtin tapahtuman markkinointiviestinnässä voitaisiin käyttää. Kuvion keskellä ovat arvot, tavoiteprofiili, maine ja imago. Parppeinvaaran tapahtumassa näitä asioita ovat esimerkiksi karjalainen kulttuuri, vieraanvaraisuus, elävä perinteenkeskus, kantele, ruoka ja ortodoksisuus. Viestinnän osalta tärkein asia Parppeinvaaran kohdalla on ehkä siellä käynnissä oleva Parppeinvaara- hanke. Hankkeen tavoitteena on yhtenäistää kohteen ilmettä, uudistaa esimerkiksi Internet-sivuja ja ylipäätään markkinoida Runopirttiä ja Parppeinpirttiä entistä paremmin. Tapahtuma voitaisiin myös nähdä markkinointiviestinnässä kohteen imagoa rakentavana ja nostavana osa-alueena. Toiveena tietenkin olisi tuoda

Parppeinvaaralle uusia kävijöitä. Runopirtin tapahtuma pitäisi nähdä yhteistyöllä toteutettavana hankkeena, jossa vastuu jakautuisi useammalle taholle. Tällöin se palvelisi mahdollisimman hyvin kaikkia osapuolia, niin yrittäjiä kuin vieraitakin.

Olen kiinnostunut opinnäytetyössäni nimenomaan kulttuurimatkailusta, johon yhdistetään tapahtuman järjestäminen. Siksi onkin olennaista miettiä, miten tapahtumat vaikuttavat alueeseen ja miten tapahtumia on tutkittu. Seuraavassa luvussa vertaillaan kahden tutkimuksen tuloksia tapahtumien merkityksestä paikkakunnalle. Toinen tutkimus on toteutettu Iso-Britanniassa ja toinen Itä-Suomen alueella. Tutkimuksissa mielenkiintoisia ovat myös käytetyt metodit, sillä ne ovat ainakin osittain samankaltaisia kuin omassa opinnäytetyössä käyttämäni aineistonkeruumenetelmät.

4.5 Tapahtumien merkitys alueelle

Tapahtumien merkitystä paikkakunnalle on tutkittu muun muassa Iso-Britanniassa. Tutkimuksessa selvitettiin tapahtumien sosiaalista ja taloudellista merkitystä Blackburnin alueelle, joka ei ole perinteinen matkailukohde. Tapahtumanjärjestäjänä toimi kunta, eikä päätavoitteena kahdessa tutkitussa tapahtumassa ollut tuoda suoraa taloudellista hyötyä eli voittoa. Toinen tutkituista tapahtumista oli tyypiltään taidetapahtuma ja toinen nimensäkin mukaan rennompi The Fiesta. Tutkimuksessa käytettiin suurelta osin kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Tutkimusta varten laadittiin kuusi eri kyselylomaketta, joita käytettiin ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana sekä tapahtuman jälkeen. Kyselylomakkeita oli kaikille niille tahoille, jotka olivat jollakin tavalla osallisina tapahtumassa. Osallistujia haastateltiin paikan päällä kyselylomakkeiden pohjalta. Myös sitä, miksi ihmiset eivät osallistuneet tapahtumaan, tutkittiin strukturoidun puhelinhaastattelun avulla. (Wood 2005, 37–51.)

Taloudellisten etujen lisäksi molempien tapahtumien koettiin tuovan Blackburnin alueelle positiivista mainetta ja lisäävän alueen houkuttelevuutta. Myös ne, jotka eivät osallistuneet tapahtumaan, kokivat tapahtumat positiivisena asiana alueelle

ja sen monimuotoisuudelle. Osallistujat tulivat taidetapahtumaan tekemään ja kokemaan jotakin uutta ja erikoista. Myös rentoutuminen ja paikallisten toimijoiden tukeminen koettiin tärkeäksi. The Fiesta -tapahtuman osallistujat puolestaan kokivat tärkeimmäksi syyksi tapahtumaan tulemiseen perheen kanssa yhdessä olemisen ja myös kulttuuri ja rentoutuminen olivat tärkeitä syitä. Yhtenä mittarina tapahtuman merkityksestä alueelle pidettiin väestön alueylpeyden nostamista. Artikkelissa todetaan, että alueylpeys nousi hieman, mutta on vaikea tietää, mitkä tekijät siihen vaikuttivat. Osasyinä voivat olla tapahtumat, mutta myös sää, media ym. ovat voineet vaikuttaa lopputulokseen. Mittauksessa kuitenkin todettiin, että jatkossa tapahtumat voivat nostaa asukkaiden tunnetilaa negatiivisesta positiiviseen suuntaan. (Wood 2005, 37–51.)

Myös Suomessa on tutkittu tapahtumien merkitystä alueelle. Joensuun Yliopistossa valmistui tammikuussa 2008 tutkimus Itäsuomalaisen tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. Tutkimuksen tekijät Jenni Mikkonen, Katja Ristolainen ja Heidi Taskinen Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitoksesta selvittivät 12 itäsuomalaisen tapahtuman kulttuurisia, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia sekä tapahtumien asiakasprofiileja vuodelta 2007. Pääasiallisena tutkimusmetodina olivat lomakekyselyt, joilla kerättyä aineistoa on täydennetty tapahtumanjärjestäjien teemahaastatteluilla. Tutkimuksen tapahtumia olivat mm. Ilosaarirock, Lieksan Vaskiviikot, Kajaanin Runoviikot, Contemporary Art Festival (ANTI) ja Old Timer`s Basketball Tournament. (Mikkonen, Ristolainen & Taskinen 2008, 3–7.)

Pienissä ja keskisuurissa klassisen musiikin, kirjallisuuden tai tanssin tapahtumissa asiakasprofiili oli hyvin samankaltainen: tavallinen kävijän oli keski-ikäinen tai sen ylittänyt korkeasti koulutettu nainen, kulttuurin ”heavy user”. Ilosaarirockin keskimääräinen kävijä puolestaan oli alle 25-vuotias, lähes yhtä usein mies kuin nainen. Old Timer`s Basketball Tournamentissa tyypillinen osallistuja oli 41–55 –vuotias korkeasti koulutettu mies. (Mikkonen, Ristolainen & Taskinen 2008, 3–7.) Suurimmat tapahtumat, kuten Ilosaarirock ja Lieksan Vaskiviikot, vaikuttivat luonnollisesti alueen matkailutuloihin merkittävästi. Myös kyseisten tapahtumien sosiokulttuurinen vaikutus alueelle oli myös suuri.

Pienempien tapahtumien vaikutus alueen matkailutuloille ei ollut yhtä suuri kuin niiden sosiokulttuurinen merkitys. Tapahtumien koettiin parantavan alueen imagoa ja luovan kuvaa paikkakunnan vireästä kulttuurielämästä. Osa tapahtumista toi myös alueelle matkailullista vetovoimaa ja näkyvyyttä mediassa. Monet tapahtumien kävijöistä olivat mukana tapahtumassa jo toista tai kolmatta kertaa. (Mikkonen, Ristolainen & Taskinen 2008, 79–81.)

Molemmissa tutkimuksissa todettiin tapahtumien vaikuttavan paikkakuntaan sekä taloudellisesti että sosiokulttuurisesti. Myös paikkakunnan imagon koettiin parantuvan tapahtumien avulla. Vaikka Iso-Britanniassa toteutetussa tutkimuksessa tutkittiin myös tapahtumiin osallistumattomien henkilöiden mielipiteitä ja Itä-Suomessa tehdyssä tutkimuksessa vain järjestävän tahon ja osallistujien mielipiteitä, ovat tutkimustulokset kokonaisuudessa hyvin samankaltaisia. Tapahtumat toivat alueelle lisää kävijöitä, vetovoimaa ja rahaa.

Myös teoksessa *Festival and special event management* (Allen, O'Toole, McDonnell & Harris 2005) käsitellään tapahtumien merkitystä paikkakunnalle ja sen kulttuurille. Kirjassa päädytään osittain Woodsin ja Mikkosen ym. tutkimustulosten suuntaan siinä, että tapahtumat nostavat alueen ihmisten yhteenkuuluvuuden tunnetta ja kiinnostusta kuntaa kohtaan. Teoksessa kuitenkin pohditaan myös sitä, miten tapahtumat vaikuttavat kuntaan poliittisesta näkökulmasta. Tätä Woodsin tutkimuksessa ei pohdittu lainkaan. Vaikka useita muita sidosryhmiä olikin haastateltu, niin silti järjestävä taho eli kunta oli jostakin syystä jätetty pois. Kirjassa tapahtumat kuitenkin nähdään osana kunnan imagoa, ja esitetään, että niitä voitaisiin käyttää hyödyksi markkinoinnissa. Tapahtumat vaikuttavat myös kunnan infrastruktuurin kehittymiseen. (Allen, O'Toole, McDonnell & Harris 2005, 32–37.)

Parpeinvaaran tapahtumalla on merkitystä ainakin vaaran imagolle (Projektivastaava 2008). Sillä tulee samalla olemaan myös vaaraa markkinoiva vaikutus, eli se voidaan nähdä markkinointikeinona. Yhtenä tärkeimpänä vaikutuksena tapahtuman järjestämisessä näen kuitenkin yhteistyön löytämisen ja edellä olevissa tutkimuksissakin mainitun alueylpeyden nostamisen

Parppeinvaaralla. Myöhemmin, mikäli tapahtuma kasvaa, tulee se houkuttelemaan yhä enemmän kävijöitä vaaralle. Tällöin sillä on kasvavassa määrin merkitystä kunnan infrastruktuurille. Tapahtuman ottaessa ensi askeleitaan on sen lähtökohtien oltava realistisia, mutta toimijoiden rohkeita, rohkeita nimenomaan sisällön suhteen. Tavoitteena tulisi olla karjalaisen kulttuurin siirtäminen uuden vuosituhannen matkailijoille.

5 TUTKIMUSOSIO

5.1 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus

Opinnäytetyössäni käytän sekä kvalitatiivista että kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Työn suunnitteluvaiheessa pohdin, minkälaista tietoa tarvitsen työni taustaksi ja minkälaisilla menetelmillä pystyn sitä hankkimaan. Pohdinnan kautta päädyin sekä kvalitatiivisten että kvantitatiivisten menetelmien käyttöön. Asiakaskysely tehtiin kvantitatiivisesti, puolistrukturoidun lomakkeen avulla. Puolistrukturoidussa lomakkeessa osa vastausvaihtoehdoista on valmiina, mutta mukana on myös avoimia kysymyksiä. Vapaamuotoiset haastattelut puolestaan ovat selkeästi kvalitatiivista tutkimusta. (Metsämuuronen 2008, 13.) Molemmilla tutkimusmenetelmillä on oma paikkansa tutkimuksessa: asiakaskyselyllä pyrin saamaan käsityksen yleisön mielipiteistä, haastatteluilla kohdistan kysymykseni asiantuntijoiden mielteistä Parppeinvaarasta ja sinne järjestettävästä tapahtumasta.

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on kiinnostunut suurista kokonaisuuksista, eikä ihminen yksilönä nouse siinä esiin. Tällaisessa määrällisessä tutkimuksessa käytettyjä metodeja ovat erilaiset kyselyt, jotka voitaisiin toteuttaa esimerkiksi kouluissa usealle sadalle oppilaalle. Kvantitatiivista tutkimusta voidaanakin nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Se edellyttää riittävän suurta ja edustavaa vastaajamäärää eli otosta. Tutkimuksen tulokset esitetään numeerisessa muodossa ja niiden havainnollistamiseen voidaan käyttää taulukoita ja kuvia. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla pystytään

yleensä kartoittamaan olemassa oleva tilanne, mutta asioiden syiden riittävä löytäminen voi olla ongelmallista. (Heikkilä 2008, 16–17.)

Määrällinen tutkimus on onnistunut, jos sen avulla saadaan luotettavia vastauksia esitettyihin tutkimuskysymyksiin. Tutkimuksen validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan tutkimuksen mittausta: mittaako tutkimus niitä asioita, joita sen on tarkoituskin mitata? Jos tutkija ei ole asettanut täsmällisiä tavoitteita tutkimuksen alussa, hän saattaa tutkia vääriä asioita. Validius tarkoittaa systemaattisen virheen puuttumista. Validiutta on vaikeaa tarkastella jälkikäteen, sillä se tulisi ottaa huomioon jo tutkimuslomaketta rakennettaessa. Lomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita yksiselitteisesti. Myös perusjoukon tarkka määrittäminen, edustava otos ja korkea vastausprosentti ovat tärkeitä osa-alueita validin tutkimuksen toteuttamisessa. (Heikkilä 2008, 29–30; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 153.)

Validiteetin lisäksi on syytä tarkastella myös tutkimuksen reliabiliteettia. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten luotettavuutta. Luotettavan tutkimuksen ei tulisi olla sattumanvarainen, vaan tutkimus pitäisi voida toistaa niin, että päädytään samaan tulokseen. Tieteelliset tulokset ovat yleistettävissä vain niiden pätevyyden perusteella. Tutkimustulosten sattumanvaraisuus suurenee, jos otoskoko on liian pieni. Luotettavien tulosten saamiseksi kohderyhmän tulisi myös edustaa riittävästi koko tutkittavaa perusjoukkoa. Se ei saisi olla painottunut eikä vinoutunut mihinkään suuntaan. (Heikkilä 2008, 30–31.)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus poikkeaa kvantitatiivisesta tutkimuksesta muun muassa tiedon käsityksen (tiedon filosofian) ja käytettyjen menetelmien suhteen. Eron voi tiivistää esimerkiksi toteamalla, että kvantitatiivinen tutkimus pohjautuu pitkälti tutkijan asettamien kategorioiden määrälliselle laskemiselle, kun taas kvalitatiiviselle tutkimukselle on ominaista pyrkiä ymmärtämään kulttuurin jäsenten käyttämiä kategorioita. (Metsämuuronen 2008, 14.)

Kvalitatiivinen tutkimus pyrkii valottamaan tutkimuskohdetta monipuolisesti ja antamaan siitä syvällisen ja tiheän kuvan. Usein kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään tuomaan esiin yksilön kokemus. Haastattelu sopii

vuorovaikutustilanteena erityisen hyvin haastateltavan oman kokemuksen selvittämiseen. (Hirsjärvi & Hurme 1985, 27.) Tyypillisiä kvalitatiivisen tutkimuksen metodeja ovat haastattelut ja havainnointi, usein osallistuva havainnointi, jossa tutkija itse toimii ryhmän jäsenenä. Myös visuaaliset aineistot ovat kvalitatiiviselle tutkimukselle ominaisia. Kuvaaminen on yksi aineiston keruumenetelmä. (Grönfors 1982; Jetsu 2001, 61; Söderholm 1982, 229.)

Laadullisessa tutkimuksessa ihminen tutkii ihmistä, ja näin ollen myös tutkijan omat käsitykset ja arvot vaikuttavat työn lopputulokseen. Tämä seikka tulisi ottaa huomioon sekä työtä tehtäessä että sitä kriittisesti arvioitaessa. Tutkija on tutkimuksen sisällä, tarkkailijana. Laadullisessa tutkimuksessa noudatetaan usein tiettyä tutkimusasennetta. Tutkimuskohde on tutkijalle ilmiö, jota tarkastellaan. Tämä ilmiö voi olla esimerkiksi kulttuurinen, sosiaalinen tai luonnollinen. (Varto 1992, 23–90.) Ilmiötä tarkasteltaessa apuna voidaan käyttää erilaisia työskentelytapoja. Havainnoinnin lisäksi haastattelut ja kuvaaminen antavat lisätietoa ja tukevat havainnointia. Se, käytetäänkö tutkimuksessa videokameraa vai valokuvakameraa, tekeekö tarkan haastattelurungon vai ei, riippuu tutkimuksesta ja sen tavoitteista ja jää jokaisen tutkijan oman harkinnan varaan. Laadullinen tutkimus on kokonaisvaltaista paneutumista ilmiöön, josta tutkija muodostaa oman osansa. Myös hän on tarkkailtavana ja tutkittavana. (Jetsu 2001, 61–69.) Eskola ja Suoranta (1996) muotoilevat saman asian toteamalla, että tutkijan avoin subjektiviteetti on laadullisen tutkimuksen lähtökohta. Tutkija on tutkimuksensa keskeinen tutkimusväline. Hän on itse myös tutkimuksen luotettavuuden kriteeri ja joutuu jatkuvasti pohtimaan tekemiään ratkaisuja ja ottamaan kantaa analyysinsä kattavuuteen. (Eskola & Suoranta 1996, 164–165.) Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija on työn sisällä vuorovaikutussuhteineen.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija vaikuttaa tutkimukseen. Myös minun on pohdittava omaa asemaani tämän opinnäytetyötutkimuksen sisällä. Määrällisessä tutkimuksessa tutkijan rooli ei ole niin vahvasti läsnä, joten lomakkeilla tehtävä asiakaskysely puolustaa myös tässä mielessä paikkaansa. Onhan tavoitteena

kuitenkin saada mahdollisimman objektiivinen kuva tapahtuman järjestämisestä. Käytin laadullista tutkimusmenetelmää työssäni kartoittaakseni tutkimuskohdetta myös palveluntarjoajien näkökulmasta. Haastattelu antaa mahdollisuuden käsitellä myös sellaisia aiheita, joihin liittyy emootioita. Parpeinvaara kohteena on sellainen, joka herättää paljon tunteita paikkakunnalla. (Metsämuuronen 2008, Hirsjärvi ja Hurme 1985, 39.)

5.2 Asiakaskysely

Asiakaskysely (Liite 1) toteutettiin Runonlaulajan Pirtillä 28.6.–9.8.2008. Lomakkeet olivat esillä noin viiden viikon ajan. Ne sijoitettiin pirtin sisäpuolelle, ulko-oven viereen. Pyysin lomakkeita viedessäni paikan oppaita mainitsemaan kyselystä vierailijoille. Palautelaatikon kyljessä oli myös lyhyt esittelyteksti: ”Arvoisa asiakas! Parpeinvaarasta on tekeillä opinnäytetyö Lahden ammattikorkeakoulun Matkailun koulutusohjelmaan. Kyselyyn vastaamalla autatte kehittämään vaaran palveluja. Lomakkeen täyttäminen vie vain hetken. Palaute käsitellään luottamuksellisesti. Kiitos vaivannäöstänne!”.

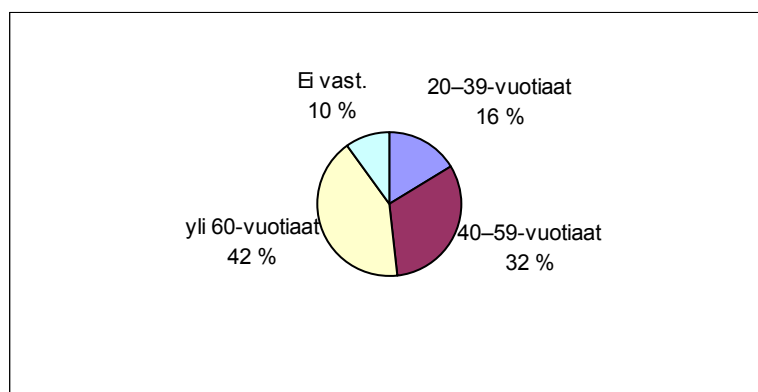
Lomakkeessa oli yhteensä kuusi varsinaista asiakysymystä. Niitä ennen kysyttiin vastaajan ikä ja sukupuoli. Nämä vastaajan perustiedot olivat tärkeitä, kun kohteen tyypillistä kävijää pyrittiin selvittämään. Lomakkeeseen tuli myös kysymys vastaajan syntymäkunnasta ja nykyisestä asuinkunnasta. Näillä kysymyksillä halusin selvittää sen, mistä päin Suomea vastaajat olivat Parpeinvaaralle tulleet ja oliko kiinnostuksen takana mahdollisesti Itäsuomalainen tai karjalainen syntyperä. Vastauslomakkeen ensimmäinen kysymys, jossa tiedusteltiin, oliko vastaaja ryhmämatkalla, selvitti myös osaltaan vaaran tyypillisen matkailijan profiilia. Kysymykset 2 ja 3 olivat lomakkeessa avoimia kysymyksiä. Toinen kysymys ”miksi valitsitte kohteeksi Parpeivaaran?” valikoitui lomakkeeseen matkailijan motiiveja selvittäväksi kysymykseksi. Kolmannessa kysymyksessä tiedustelin, mistä vastaaja oli saanut tietoa kohteesta. Tämä kysymys oli tärkeä etenkin työn toimeksiantajalle, sillä se kertoi suuntaa-antavasti mistä kohteen matkailijat tietoa saivat tai etsivät.

Vastauslomakkeen kysymykset 4 ja 5 olivat monivalintakysymyksiä ja ne liittyivät Parppeinvaaran sisältöön. Neljäs kysymys koski ohjelmatarjontaa ja viides tapahtuman sisältöä. Vastaajien piti valita annetuista vaihtoehdoista kolme kiinnostavinta ja numeroida ne kolmiportaisesti 1 (kiinnostavin) 2 ja 3.

Vaihtoehdoiksi lomakkeessa annettiin sellaisia asioita, mitä Parppeinvaara tarjosi jo nyt ja useita muita uusia, modernejakin ehdotuksia. Viimeinen eli kuudes kysymys lomakkeessa liittyi rahaan. Kysymyksen sijoittaminen lomakkeen loppuun oli tarkkaan harkittua, olihan kysymys aihepiiriltään ehkä kaikkein arin. Vastauslomakkeen loppuun oli jätetty tilaa vielä kommentteille ja kehittämisehdotuksille. Vastauslomakkeita kertyi laatikkoon yhteensä 50, joista kaksi oli tyhjää. Vastanneista 36 oli naisia ja 11 miehiä. Yhdessä lomakkeessa sukupuolta ei kerrottu.

5.2.1 Vastaajien taustatiedot

Naisista ikäkysymykseen vastasi 33 vastaajaa. Yksi jätti kokonaan vastaamatta. Naispuolisen kävijän keskimääräiseksi iäksi tuli 49 vuotta. Kaikki kyselyyn vastanneet miehet (11) vastasivat myös ikäkysymykseen. Miesten keskimääräinen ikä oli 63 vuotta.

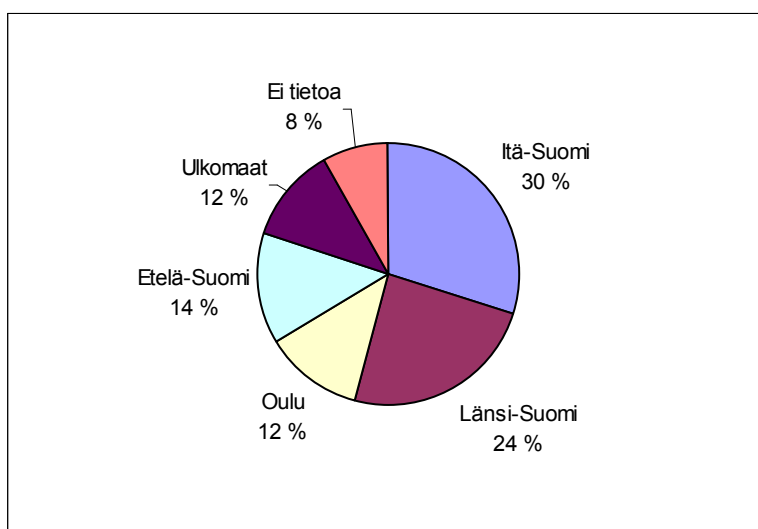


KUVIO 5. Runopirtin kävijöiden ikäjakauma (n=50)

Lomakkeessa kysyttiin myös henkilön syntymäkuntaa ja nykyistä asuinpaikkakuntaa. Vaikka näitä kysyttiin, luokittelin vastaajat lopulta lääneittäin, koska syntymäkuntien kirjo oli hyvin suuri. Syntymä- ja asuinkuntien jaottelu nykyisten suurläänien mukaisesti kertoo mm. sen, kuinka suurella osalla kävijöistä

on juuret itäisessä Suomessa ja mahdollisesti karjalainen sukutausta. Mielestäni tämä jaottelu antaa enemmän informaatiota kuin alkuperäisen kysymyksenasetteluni mukainen tulos. Naisista 35 vastasi näihin kohtiin ja 1 jätti vastaamatta. Suurin osa naisvastaajista, kaikkiaan 14, oli syntynyt Itä-Suomen läänissä, Länsi-Suomen läänissä syntyneitä oli 9. Jopa 17 naisvastaajaa oli ilmoittanut nykyiseksi asuinläänikseen Itä-Suomen.

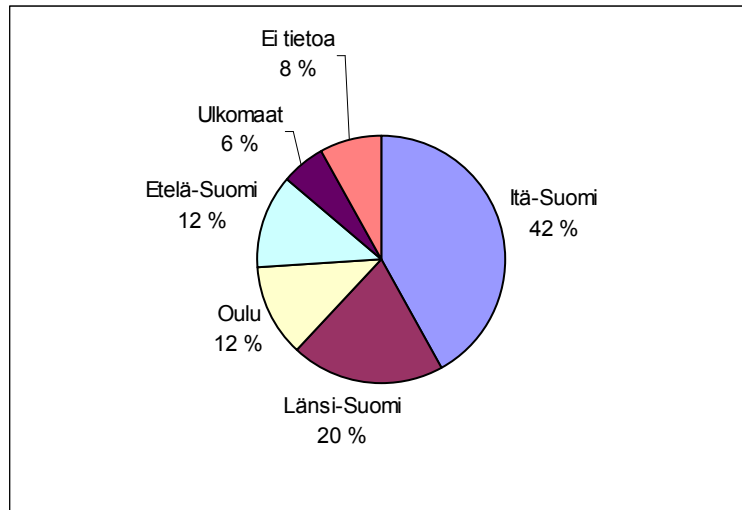
Kaikki miehet (11) olivat vastanneet kuntakysymyksiin. Eniten oli Oulun läänissä syntyneitä (4). Nykyinen asuinkunta sijaitsi Länsi-Suomen läänissä samoin 4 henkilöllä, Itä-Suomessa asujia oli 3. Kolmessa lomakkeessa ei kuntakysymykseen ollut vastattu lainkaan. Kaksi vastaajaa ilmoitti asuvansa Lapin läänissä, Ahvenanmaan läänissä ei asunut kukaan kyselyyn vastanneista.



KUVIO 6. Vastaajien syntymäkunnat lääneittäin (n=50)

Kuviosta 6 käy ilmi ulkomailla syntyneet vastaajat, he kaikki olivat syntyneet rajantakaisessa Karjalassa. Ilomantsissa syntyneitä vastaajia oli yhteensä kolme, heistä kenenkään nykyinen asuinkunta ei ollut enää Ilomantsi. Ilomantsissa nykyisin asuvia vastaajia oli kaksi. Joensuussa asuvia vastaajia oli kuusi, Kajaanin

asuinpaikkakunnakseen ilmoitti neljä henkilöä, myös Helsingissä asuvia vastaajia oli sama määrä. Kaikkein kaukaisimmat asuinpaikat olivat kahdella Kiteeltä lähtöisin olevalla alle 30-vuotiaalla naisvastaajalla. Toinen heistä ilmoitti asuinkunnakseen Abujan Nigeriassa ja toinen kertoi asuvansa Hong Kongissa. Yksi naisvastaaja ilmoitti asuinkunnakseen Nackan Ruotsissa. Aineistossa on siis nähtävissä itäsuomalainen painottuneisuus.



KUVIO 7. Vastaajien asuinkunnat lääneittäin (n=50)

5.2.2 Matkatyyppi, kohteen valinta ja tieto kohteesta

Ensimmäisenä kysyttiin, oliko kyseessä ryhmämatka, vai ei. Kolmessa lomakkeessa kohtaan ei ollut vastattu. Vastaajista 44 % oli ryhmämatkalla, 50 % matkusti itsenäisesti. Naisista 39 % oli ryhmämatkalla ja miehistä 73 %. Tämän kyselyn mukaan näyttäisi sitä, että miehet ovat ryhmämatkalla naisia useammin. Tosin miesten vastausten vähäinen määrä (11) ei anna mahdollisuutta kovin pitkälle meneviin johtopäätöksiin, jo yhden vastaajan vaikutus prosenttijakautumaan on suuri. Tulos saattaa kertoa myös siitä, että naiset valitsevat miehiä useammin matkakohteen itse ja että heille on kohteella kenties suurempi merkitys kuin ryhmällä.

Toinen kysymys käsitteli kohteen valintaa, eli miksi henkilöt olivat valinneet kohteeseen juuri Parppeinvaaran. Kysymyksessä ei ollut vaihtoehtoja, vaan se oli avoin. Neljässä lomakkeessa ei ollut vastausta. Yleisin syy oli matkanjohtajan/oppaan suositus (26 %) tai se, että kohde oli osa ryhmän ohjelmaa, (yli 18 %). Yli 10 % vastaajista ilmoitti syyksi kulttuurin ja siihen tutustumisen. Muita syitä olivat halu tutustua Ilomantsiin, hyvä ruokapaikka, tai se, että joku oli ehdottanut kohdetta. Kaksi henkilöä kertoi olleensa vaaralla töissä parikymmentä vuotta sitten ja yksi vastaaja oli tullut paikalle ihan sattumalta. Eräs vastaaja kertoi valinneensa kohteeseen Parppeinvaaran, koska vaaralla ovat: ”Hienot perinteet ja maisemat, karjalainen pitopöytä ja piirakat” (nainen, 23 vuotta). Taulukkoon 2 on koottu kunkin vastaajan ensimmäisenä mainitsema asia.

TAULUKKO 2. Motiivit Parppeinvaaran valintaan (n=46)

Motiivi			Yht
	Naiset	Miehet	
Opas/Matkanjohtaja suositteli	6	6	12
Ryhmän mukana	5	3	8
Kulttuuri/perinne	4	1	5
Sotahistoria	2	0	2
Joku suositteli kohdetta	2	0	2
Ruokapaikka	2	0	2
Ollut töissä kohteessa	2	0	2
Halu tutustua Ilomantsiin	2	0	2
Kohteen esittely omalle vieraalle	2	0	2
Sukulaisia Ilomantsissa	1	0	1
Uteliaisuus	1	0	1
Sattumalta	1	0	1
Mökki lähellä	1	0	1
Yleissivistys	1	0	1
Kiinnostava kohde	1	0	1
Uusi paikka	1	0	1
Historia	1	0	1
Tottumuksesta	0	1	1
Yht.	35	11	46

Tähän kysymykseen annetut vastaukset kertovat oppaiden ja matkanjohtajien merkittävästä roolista ryhmämatkoilla. Kaksi eniten ääniä saanutta vaihtoehtoa, jotka molemmat liittyvät ryhmämatkailuun, merkitsevät yhdessä yli 40 %:in

osuutta kohteen valinnassa. Muiden valintaperusteiden kohdalla hajonta on selvästi suurempi.

Kolmantena kyselylomakkeessa haluttiin tietää, mistä matkailijat olivat saaneet tietoa kohteesta. Vastauksia tuli yhteensä 43, joten seitsemässä kyselylomakkeessa kohtaan ei ollut vastattu. Monet vastaajista olivat saaneet tietoa oppaalta (23 %). Kohde oli ennestään tuttu 20 %:lle ja sukulaiset tai muut tuttavat olivat kertoneet kohteesta noin 16 %:lle vastaajista. Eräs henkilö kertoi saaneensa tietoa paikasta seuraavasti: ”Alun perin Ilomantsin matkailutoimistosta? Päärakennus näkyi muistaakseni mieleenpainuvasti jo v. -87.” (mies, 47 vuotta)

TAULUKKO 3. Kohdetta koskevan ennakkotiedon lähde (n=43)

Tietolähde				
	Naiset	Miehet	Ei sukup. tiedossa	Yht
Oppaalta/Matkanjohtajalta	6	4	0	10
Paikka tuttu jo ennestään	5	4	0	9
Tuttavalta tai sukulaiselta	6	1	0	7
Paikan päältä	3	1	0	4
Internetistä	3	0	1	4
Esitteistä	3	0	0	3
Opasteista	2	0	0	2
Ollut töissä kohteessa	2	0	0	2
Matkailutoimistosta	0	1	0	1
En mistään	1	0	0	1
	31	11	1	43

Tämän kysymyksen kohdalla jälleen oppaan ja matkanjohtajan rooli korostuu. Merkittävä osa kävijöistä oli paikalla uudestaan, koska kohde oli entuudestaan tuttu. Parppeinvaaran palvelutarjonnan osalta olisi tärkeää pystyä tarjoamaan myös tälle ryhmälle tutun ja entisen tarjonnan lisäksi jotain uutta ja kiinnostavaa katsottavaa vaaralla.

5.2.3 Parppeinvaaran aktiviteettivaihtoehdot

Kaksi seuraavaa kysymystä olivat monivalintakysymyksiä, joissa vastaajan piti valita annetuista vaihtoehdoista kolme kiinnostavinta ja numeroida ne kolmiportaisesti 1 (kiinnostavin) 2 ja 3. Suurin osa vastaajista oli toiminut annettujen ohjeiden mukaisesti, mutta osa oli jättänyt kohdat numeroimatta tai numeroinut kaikki vaihtoehdot yhdestä kahdeksaan (2 lomaketta). Numeroilla 1-8 annetuista lomakkeista otin huomioon kohdat 1-3. Käsittelin oikein numeroidut ja numeroimattomat lomakkeet erikseen. Mikäli vastaaja oli numeroinut pyydetysti kohdat 1, 2 ja 3 ja sen lisäksi rastinut tai numeroinut vielä lisävaihtoehtoja, huomioin näistä lomakkeista ainoastaan kohdat 1-3. Olihan kyselyn tarkoituksena saada selville kolme mielenkiintoisinta vastausvaihtoehtoa.

Lomakkeissa, joissa numerointia ei ollut tehty, laskin kaikki merkityt kohdat. Koska kaikki vastaukset olivat tällöin samanarvoisia, en voinut tietää, mikä kohdista kiinnosti vastaajaa eniten. Näihin vastauksiin laskin myös niiden numeroitujen lomakkeiden ”ylimääräiset”, rastilla merkityt kohdat, joita en ollut laskenut aiemmin. Tällä varmistin sen, että kaikkien lomakkeiden täyttäneiden mielipiteet tulivat lasketuiksi. Näitä ”sekalomakkeita” oli tosin joukossa vain kaksi. Joissakin vastauksissa oli numeroitu vain esimerkiksi kohdat 1 ja 2, eikä sopivaa kolmatta vaihtoehtoa ei ollut vastaajan mielestä löytynyt. Siksi numeroitujen vastausten taulukossa saattaa olla jossakin kohdassa yhteensä saatuja vastauksia vähemmän kuin palautettuja lomakkeita.

Neljännessä kysymyksessä kysyttiin, mitä nähtävää tai koettavaa vastaaja toivoisi Parppeinvaaralla olevan. Naisista kysymyksen numeroi 22 vastaajaa ja 14 vastaajaa rastitti vaihtoehdot. Yhteensä naisvastaajia oli siis 36. Miehistä 7 numeroi vastaukset ja 4 rastitti lomakkeet. Miesvastaajia oli yhteensä 11. Kahdessa lomakkeessa kysymykseen ei ollut vastattu. Olin lomaketta tehdessäni koettanut miettiä mitä erilaisimpia mahdollisuuksia ja vaihtoehtoja, joita tilan koon ja paikan hengen huomioiden olisi mahdollista järjestää. Kysymykseen saattoi vastata myös avoimesti. Vastaajalla oli mahdollisuus kirjoittaa oma ehdotuksensa, mikäli mikään annetuista vaihtoehdoista ei miellyttänyt. Naisten ja miesten vastaukset on koottu omiin taulukoihinsa. Ensin on laskettu, kuinka monta ensimmäistä, toista ja kolmatta sijaa ehdotukset ovat saaneet. Neljännessä

sarakkeessa on laskettu rästetetuista lomakkeista saatu määrä ja lopuksi kaikki ”äänet” on laskettu yhteen.

TAULUKKO 4. Naisten toiveet ohjelmatarjonnasta (n=36)

OhjelmaParppeinvaaralla					
	1	2	3	Rastit	Yht.
Kantele- tai muuta kansanmusiikkia	9	7	3	14	33
Karjalaisen pukuperinteen näyttely	7	6	4	8	25
Piirakoiden ym. leipomista itse	2	2	4	6	14
Kalevala-näyttely	0	2	4	6	12
Opastettuja kierroksia vaaralla	1	2	3	5	11
Rukoushetkiä	0	0	2	9	11
Muuta, mitä?	1	3	0	2	6
Ulko-ilma aktiviteetteja esim. kyykkä	2	0	1	1	4
Yht.	22	22	21	51	116

Vastaajien omina ehdotuksina vaaralle toivottiin mm. vanhoja valokuvia ihmisistä ja elämänolosuhteista, karjalaista perinnettä, parempaa tietä vaaralle, paikallisten tuotteiden esittelyä ja myyntiä, vanhoja tavaroita ja käsitöitä ja Elias Lönnrotista kertovaa näyttelyä. Eteläsuomalaisen 54-vuotiaan naisen mukaan ”runonlaulajan pirtin ohjelma on nyt hyvä!”

Sekä miesten että naisten vastauksissa kanteleensoitto koettiin tärkeimmäksi asiaksi, jota vaaralla pitäisi olla. Se asetettiin naisten numeroimissa lomakkeissa 9 kertaa ykköseksi, miesten 3 kertaa. Kansanpukunäyttely sai myös paljon ääniä, ja naisilla se oli ykkösvaihtoehtona 7 kertaa. Hieman yllättäen piirakoiden leipominen sai miehiltä toiseksi eniten ääniä. Miesten omista ehdotuksissa vaaralle toivottiin karjalaista rakennusperinnettä ja käsityötaitoja sekä Iljan praasniekkaa. Eteläsuomalainen 48-vuotias mies halusi puolestaan: ”murteilla lausuntaa, tietokilpailuja, maistiaisia!” Miesten toiveet ohjelmatarjonnasta löytyvät taulukosta 5.

TAULUKKO 5. Miesten toiveet ohjelmatarjonnasta (n=11)

Näettävää ja koettavaa Parpeinvaaralla					
	1	2	3	Rastit	Yht.
Kantele- tai muuta kansanmusiikkia	3	4	0	3	10
Piirakoiden ym. leipomista itse	0	0	3	3	6
Kalevala-näyttely	1	0	1	2	4
Opastettuja kierroksia vaaralla	1	1	0	2	4
Ulko-ilma aktiviteetteja esim. kyykkä	0	0	2	2	4
Karjalaisen pukuperinteen näyttely	1	1	0	1	3
Muuta, mitä?	1	1	0	1	3
Rukoushetkiä	0	0	0	2	2
Yht.	7	7	6	16	36

5.2.4 Tapahtuman sisältö ja budjetti

Viides kysymys käsitteli Pirtillä järjestettävää tapahtumaa. Kysymyksessä oli kahdeksan valmista vastausvaihtoehtoa sekä yhdeksäntenä mahdollisuus esittää omia ehdotuksia. Naisista kysymykseen vastasi 35. Vastauksista 27 oli numeroituja ja 8 numeroimattomia. Miesten lomakkeissa numeroituja vastauksia oli 7 ja rastitettuja 4. Kolmessa kyselylomakkeessa tähän kysymykseen ei ollut vastattu. Jälleen musiikki sai eniten ääniä: vastausvaihtoehto kansanmusiikkitapahtuma sai naisilta 10 ykkössijaa, miehiltä 2. Runonlaulutapahtuman parhaimmaksi vaihtoehdoksi asetti 7 naista ja 4 miestä. Myös karjalaista ruokakurssia kannatti ensimmäisenä vaihtoehtonaan neljä naista. Naisten toiveet vaaran tapahtuman sisällöstä löytyvät taulukosta 6 ja miesten taulukosta 7.

TAULUKKO 6. Naisten toiveet tapahtuman sisällöstä (n=35)

Tapahtuma					
	1	2	3	Rastit	yht
Kansanmusiikkikonsertti esim. kantele	10	6	4	7	27
Karjalainen ruokakurssi	5	6	6	1	18
Luentoja karj. kulttuurista	0	2	10	5	17
Runonlaulutapahtuma	7	3	0	5	15
Käsityökurssi	2	5	2	0	9
Runokaraoke ja/tai illanvietto	2	2	1	2	7
Viiniä ja laulua -tai vastaava tapahtuma	0	1	2	0	3
Teatteria, performanssia tai improvisaatiota	0	1	1	2	4
Jotakin muuta, mitä?	1	1	0	0	2
Yht	27	27	26	22	102

Muissa toiveissa vaaralle haluttiin kahdessa vastauksessa maalauskurssia, taiteen muotoa, jota en ollut huomannut sisällyttää vastausvaihtoehtoihin. Hyvä, että kaksi vastaajaa oli keksinyt mainita sen. Miesten vastauksista osa oli samansuuntaisia naisten vastausten kanssa. Miesten suosikkina, eli eniten ykkössijojaa saaneena oli runonlaulutapahtuma, joka oli neljällä vastaajalla ensimmäisenä. Muita vaihtoehtoja ehdotti vain yksi vastaaja, joka halusi Pirtille stand up -koomikkoja karjalaisittain.

TAULUKKO 7. Miesten toiveet tapahtuman sisällöstä (n=11)

Tapahtuma					
	1	2	3	Rastit	yht
Runonlaulutapahtuma	4	0	0	2	6
Luentoja karj. kulttuurista	0	1	1	4	6
Kans.mus.konsertti esim. kantele	2	1	0	2	5
Viiniä ja laulua -tai vastaava tap.	1	1	1	1	4
Karjalainen ruokakurssi	0	2	1	0	3
Teatteria, performanssia tai impr.	0	1	2	0	3
Käsityökurssi	0	0	1	1	2
Runokaraoke ja/tai illanvietto	0	1	1	0	2
Jotakin muuta, mitä?	0	0	0	1	1
Yht	7	7	7	12	33

Lomakkeessa, jossa sukupuolta ei kerrottu, kantele oli ensimmäiselle sijalla mieluista ohjelmatarjontaa kysyttäessä. Tapahtuman sisältöä kysyttäessä hän asetti ensimmäiselle sijalle karjalaisen ruokakurssin, toiseksi mielenkiintoisimpana vastaaja piti runonlaulutapahtumaa ja kolmantena oli teatteri

Viimeisenä kysymyksenä lomakkeessa oli arvio siitä, kuinka paljon asiakkaat olisivat valmiita maksamaan yhden päivän tapahtumasta, jos siihen kuuluisi parin tunnin mittainen ohjelma ja lämmin ruoka. Kyseessä oli monivalintakysymys, jossa oli neljä vastausvaihtoehtoa. Kahdessa vastauslomakkeessa kohta oli jätetty tyhjäksi, eräs vastaajista oli puolestaan rastittanut kaksi kohtaa. Suurin osa vastaajista oli siis sitä mieltä, että tapahtuma saisi maksaa 20–30 euroa.

TAULUKKO 10. Tapahtuman hinta (n=48)

	Naiset	Miehet	Ei sukup.	yht.
En lainkaan	0	0	0	0
10–20 €	14	4	0	18
20–30 €	17	6	1	24
30–50 €	6	1	0	7
Yht.	37	11	1	49

5.2.5 Vastaajien kehittämisehdotukset

Asiakaskyselyn alareunassa oli vielä tilaa avoimen kysymyksen muodossa Parppeinvaaran kehittämisehdotuksille. Erään vastaajan mukaan kanteletta ja musiikkia ei saa unohtaa: ”Musiikin osuus tärkeä! Kantele aina!” Toinen toivoi pihapiirin kohennusta: ”Pihapiiri – vanhan pihan piirteitä lisää – niittymäisyyttä, kauniit maisemat huomioitava.” Kolmas kiitteli opastusta: ”Nytkin mukava opastus – huumorintajua riitti!!!” Myös käsityömyymälän tuotteita kiitettiin: ”Mukavia tuotteita myös kaupassa.” Eräs vastaaja esitti melkoisen listan toiveita: ”Perinteisen, luonnonläheisen elämäntavan opettamista/oppimista, karjalaisaiheisia elokuvia, valokuvanäyttelyitä, ekumeeninen luostari, joka tekisi

ortodoksisuutta tutummaksi (tämä ehkä sopisi paremmin Iljalaan¹⁴, Uusi Valamo on kuitenkin liian meluisa.)” Tämä 47-vuotias eteläsuomalainen vastaaja toivoi myös parempaa perinnemaiseman hoitoa.

Kymmenessä lomakkeessa Parppeinvaaran todettiin olevan hyvä näinkin ja esittelijöitä sekä kanteleensoittajia keuhuttiin kahdessa vastauksessa. Eräs 64-vuotias vastaaja toivoi vaaralle enemmän rajantakaista Karjalaa esimerkiksi rakennusten ja ruokakulttuurin muodossa. ”Ruokailu kanteleensoiton ryhdittämänä oli sopiva ja ihanat vaaramaisemat sekä kuvat runonlaulajista vastasivat paljolti odotuksiani, samoin kauniit käsityöt (nainen, 56 vuotta, Länsi-Suomi). Yhdessä vastauksessa vaaralle toivottiin parempia opasteita, ja kahdessa lomakkeessa toivottiin tien kunnostusta. Kahdessa vastauslomakkeessa esitettiin toiveita tapahtumista, toisessa haluttiin lisää ulkoilmatapahtumia ja toisessa tietyille ryhmille, esimerkiksi lapsille ja eläkeläisille, kohdennettuja tapahtumia. Yhdessä vastauksessa Parppeinvaaran toivottiin olevan auki myös talvisin, ainakin sunnuntaisin. Lisää karjalaisia kahvileipiä ja niiden ostomahdollisuutta haluttiin kahdessa vastauspaperissa.

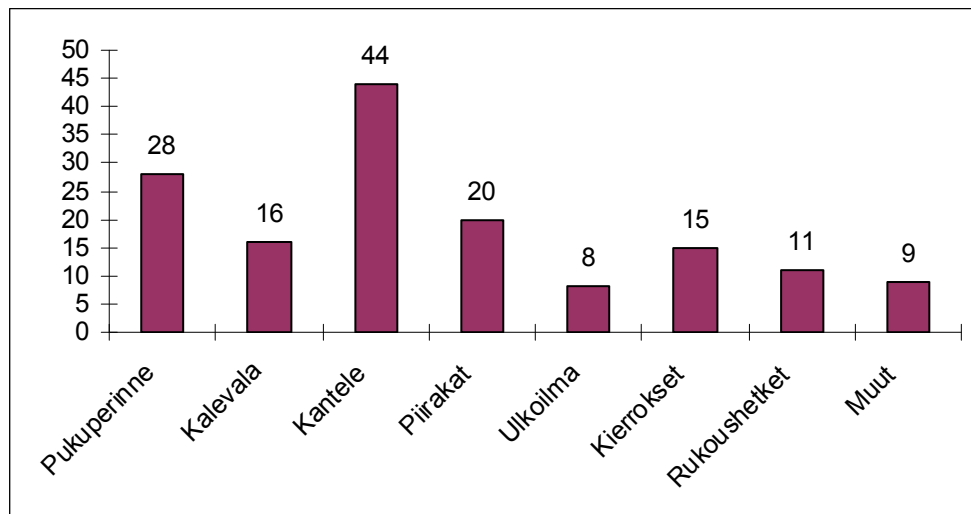
5.2.6 Yhteenveto asiakaskyselystä

Tyypillinen vaaralla kävijä on asiakaskyselyn perusteella useammin nainen kuin mies. Keskimääräinen asiakas on 49-vuotias nainen, joka on syntynyt Itä-Suomessa, kenties asuukin vielä itäisessä Suomessa. Hän on ryhmämatkalla ja on saanut tietoa kohteesta matkanjohtajalta. Tämä matkailija toivoo ennen kaikkea kuulevansa Runopirtissä kantelemusiikkia, näyttelyistä häntä kiinnostaa eniten pukuperinteeseen liittyvä näyttely. Mikäli nainen osallistuisi Parppeinvaaralla toteutettavaan tapahtumaan, toivoisi hän vaaralle musiikkiin liittyvää ohjelmaa, kenties kantelekonserttia. Hänestä voisi olla, konsertin ohella mielenkiintoista kuulla jokin luento. Tapahtumaan voisi myös liittyä karjalainen ruoka tai

¹⁴ Iljala on Ilomantsissa toimiva lähimmäispalvelukeskus, jonka toimintaa rahoittaa mm. raha-automaattiyhdistys. Sen toimintaa pyöritetään pitkälti vapaaehtoistyövoimalla.

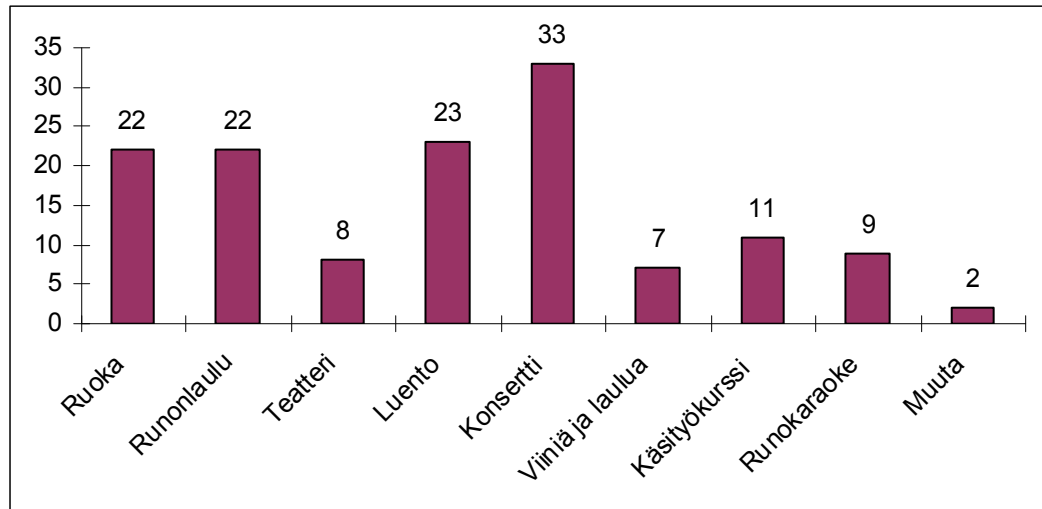
runonlaulu. Yhden päivän tapahtumasta, johon kuuluisi lämmin ruoka ja jotakin ohjelmaa, asiakas olisi valmis maksamaan 20–30 euroa.

Kuviossa 8 on koottuna kaikkien vastaajien toiveet Parpeinvaaraa koskien. Vastaajat kokivat kantelemusiikin tärkeimmäksi elementiksi vaaralla ja toiseksi eniten toivottiin pukuperinteestä kertovaa näyttelyä. Yllättävän harva halusi vaaralle ulkoilma-aktiviteetteja.



KUVIO 8. Yhteenveto kaikista ohjelmatarjontaa koskevista vastauksista (n=47)

Musiikki sai eniten kannatusta myös tapahtuman sisältönä. Kuviossa 9 on koottuna kaikkien vastaajien toiveet tapahtuman sisältöä koskien. Luennot karjalaisesta kulttuurista olivat toiseksi eniten ääniä saanut vaihtoehto. Karjalaiset ruokakurssit ja runonlauluun liittyvä tapahtuma saivat sen ohella molemmat lähes yhtä paljon ääniä. Huomionarvoista on se, että kukaan ei asettanut luentoja ensimmäiselle sijalle. Luennot nähtiin siis lisäarvona, ei itse tapahtuman tarkoituksena, kun taas runonlaulutapahtuman oli yllättäen asettanut ykkössijalle 4 vastaajaa, siis 8 % vastanneista. Runonlaulutarjontaa ei Suomessa juuri ole, vaikka kalevalamittaiseen lauluperinteeseen pohjautuvaa Kalevalaa kutsutaan maan kansalliseepokseksi. Olisiko nyt aika tuoda runonlaulu uusin voimin ja uudessa paketissa estradille?



KUVIO 9. Yhteenveto kaikista tapahtumaa koskevista vastauksista (n=46)

Kyselyn tulokset olivat monella tapaa sellaisia odotuksenmukaisia.

Kantelemusiikin vahva suosio ei yllättänyt. On kuitenkin muistettava, että kukaan vastaajista ei valinnut kohdetta sen vuoksi, että siellä on kantelemusiikkia. Suurin osa vastaajista kertoi tullessa ryhmän mukana tai oppaan suosittelujen perusteella. Vaaralle tultiin myös kulttuurin ja perinteen vuoksi. Tätä taustaa vasten kantelemusiikkia ei, kaikista vastauksista huolimatta, voi pitää vaaran vetonaulana. Se koetaan asiaksi, joka vaaralla vain on oltava. Uskoisin, että esimerkiksi pukuperinteeseen liittyvä näyttely modernisti ja kiinnostavasti toteutettuna voisi toimia jonkinlaisena houkuttimena uusille kävijöille. Pirtissä esillä ollut Kalevala-näyttely on ollut vaaralla jo vuodesta 1977 eli 31 vuotta. Vaikka näyttelyä uudistettaisiinkin, on selvää, että se ei voi enää olla Runonlaulajanpirtin vetonaula. Jos vaaralle toivotaan myös paikallisia kävijöitä, on näyttelyitä uudistettava, sillä aika monet ilomantsilaiset ovat kyseisen näyttelyn sen esilläolovuosien aikana nähneet, itsekin ainakin kolme kertaa.

5.3 Haastattelut

Haastattelin opinnäytetyötäni varten kolmea henkilöä: Parppeinvaara – hankkeen projektivastaavaa, projektisihteeriä ja Parppeinvaaralla toimivaa yrittäjää. Kaikki haastattelut olivat teemahaastatteluja. Olin siis jo etukäteen miettinyt millaisia asioita haastateltavilta kysyn. Tein haastatteluja varten ranskalaisilla viivoilla kirjoitetun haastattelurungon (liitteet 2,3 ja 4), johon olin miettinyt osittain valmiita kysymyksiä, osittain vain joitakin avainsanoja. Tällainen haastattelumuoto mahdollisti sen, että mikäli haastateltava henkilö toi itse haastattelussa esiin jonkin mielenkiintoisen asian, saatoin esittää aiheesta lisäkysymyksiä. Nauhoitin haastattelut ja litteroin ne. Kysyin haastatteluissa Parppeinvaaran nykyiseen ohjelmatarjontaan liittyviä kysymyksiä ja ajatuksia tulevaisuuden tarjonnasta. Jokaiselta haastateltavalta kysyttiin myös heidän ajatuksiaan Parppeinvaaran tapahtumasta ja sen sisällöstä. Ravintola Parppeinpirtin yrittäjän haastattelussa keskustelimme luonnollisesti kohteen tilanteesta hänen yrityksensä näkökulmasta, kun taas projektivastaavan ja projektisihteeri lähestyivät aihetta Runopirtin kannalta.

Projektivastaava työskentelee Ilomantsin Museosäätiöllä, joka on opinnäytetyöni toimeksiantaja. Ilomantsin kunta osti Museosäätiöltä Parppeinvaaraa koskevan hankesuunnitelman ja säätiö pyöritti toimintaa Runopirtillä ensimmäisen kerran kesällä 2008. Projektisihteeri on aloittanut 1.10.2008 työskentelyn Parppeinvaaran kehittämishankkeessa. Hän toimi myös pirtin emäntänä vuonna 2007. Kolmas haastateltava on toiminut ravintola Parppeinpirtin yrittäjänä vuodesta 2001. Haastattelin kyseisiä henkilöitä siksi, että heillä kaikilla on oma vastuualueensa vaaran toiminnassa ja he ovat alueen tulevien toimintojen kehittäjiä. Halusin tietää Parppeinvaaraa koskevista suunnitelmista ja siitä, mitä asioita he itse kokevat vaaralla tärkeiksi. Kysyin myös heiltä kaikilta tapahtumanjärjestämiseen liittyen, millainen tapahtuma heidän mielestään vaaralle sopisi.

5.3.1 Projektivastaavan haastattelu

Projektivastaava kertoi, että kulunut kesä oli pirtillä tietynlainen väli vuosi. Kesällä 2008 Runonlaulajanpirtillä olikin ns. perustarjonta, eli kanteleensoittoa ja opastusta. Oppaita Runonlaulajan pirtillä oli enimmillään kolme. Alueen sisäänpääsymaksu oli aikuisilta 3 euroa ja lapsilta 2 euroa. Kävijöitä runokylässä oli 4556, joista 2664 oli ilmaiskävijöitä. Ilmaiskävijät olivat lähinnä niitä, jotka vierailivat pirtissä olevassa käsityömyymälässä. Säätiön tavoitteena on tietenkin kasvattaa Runonlaulajan pirtin kävijämäärää. Projektivastaava mainitsi, että jo 4500 maksavaa kävijää olisi hyvä määrä. Kävijämäärän kasvua varten olisi pirtin sisältöä kehitettävä ja tuotava asioita esille sellaisessa muodossa, josta nykyihminenkin saa kiinni. Tapahtumasta kysyessäni projektivastaava totesi, että Parpeinpirtillä järjestettävää perinneruokatapahtumaa voisi laajentaa ja Runopirtillä voisi olla vaikka konsertti. Tapahtuman rahoitus tulisi ainakin projektin ollessa käynnissä sitä kautta. Tapahtuman merkityksen hän uskoi olevan suurin vaaran imagolle, ja ennen kaikkea projektivastaava halusi korostaa, että tapahtuma olisi molempien pirttien yhteinen asia, siis koko vaaran yhteinen asia. (Projektivastaava 2008.).

Projektivastaavan haastattelusta tuli selville ajatuksia vaaran uudistamisesta, monia perinteisiä asioita voisi tuoda esille uudella tavalla. Tästä hän mainitsi esimerkkinä sähkökanteleen. Kysyessäni onko vaaralle tarvetta vielä nykyisinkin, hän vastasi:

” No kyllä varmasti on. Sitä asiaa tietenkin voi katsoa monesta eri näkökulmasta, et sitä voi katsoa Ilomantsin matkailun näkökulmasta, Parpeinvaara on Ilomantsin vanhimpia matkailukohteita ja se on ollut jossakin vaiheessa Ilomantsin matkailun ykköskohde ja semmoisena sillä on perinteitä ja sitä kannattaa ihan tällaisena matkailukohteena kehittää. Ja sit ylipäätensä se sellainen asia, että myöskin nykypäivän ihmisille on hyvä tunnistaa ja tietää jotakin asioita omasta menneisyydestään ja historiastaan ja omasta kulttuuristaan. ” (Projektivastaava 2008.)

Projektivastaava toivoi, että tulevaisuudessa vaaralle saataisiin luotua sellainen sisältö, josta myös nykyihminen voisi helposti saada kiinni. Tämä koskee myös

tapahtuman järjestämistä. Vaaran tapahtumasta tulisi löytyä sisältöä, mutta niin, että se koskettaisi mahdollisimman monia. (Projektivastaava 2008.)

5.3.2 Projektisihteerin haastattelu

Projektisihteerin kertoi meneillä olevan Parppeinvaaran kehittämishankkeen jatkuvan aina 2011 syksyyn saakka. Projektissa työskentelee tällä hetkellä kaksi henkilöä, joista toinen käy läpi Raappanan Majan aineistoa. Hankkeen tavoitteena on vaaran markkinointi, Internet-sivujen tekeminen, esitemateriaalinen työstäminen ja markkinointityö esimerkiksi messuilla. Projektisihteerin kertoi vaarasta seuraavasti:

” No kyllähän tietysti Parppeinvaara käsitteenä niin se tuo ihmisille mieleen sen kalevalaisuuden, karjalaisuuden ja kantelemusiikki on tietysti se mitä ihmiset tulee sieltä hakemaan. Tietysti samalla vaaralla, kun siellä on aika monipuolista tarjontaa, jotta siellä on tuo ortodoksinen tsasouna eli ortodoksinen kulttuuri kenties sen myötä tulee tutuks, Raappanan Majalla sotahistoria ja nyt tulevaisuudessa kun saadaan tää Erä- ja Eläinmuseo sinne, niin myöskin tavallaan tää suomalainen eläimistö ja entinen pyynti ja ansaperinne tulevat myöskin tutuks. Ja tietysti nyten viime vuosina ennen kaikkea tää karjalainen ruokakulttuuri Ravintola Parppeinpirtillä, se on myös sellainen mitä ihmiset vaaralta hakevat. ” (Projektisihteerin 2008.)

Tulevaisuudesta keskusteltaessa projektisihteerin sanoi, että vaaran sisältö kiinnostaa ihan sellaisenaankin, etenkin hieman varttuneempaa väestöä, mutta totesi samalla, että sisältö ei houkuta käymään vaaralla enää toista kertaa. Tässä hän näki, että tapahtumista saattaisi olla hyötyä. Lapsiperheitä varten vaaralle on kehitteillä mm. ansapolku ja leikkipiha. Myös näyttelyitä aiotaan jossain määrin uudistaa. Tapahtumista projektisihteerin mainitsi perinneruokapäivät, joita voisi laajentaa. Tavoitteena olisikin muodostaa kenties hieman pidempikestoinen tapahtuma, ehkä tapahtumaviikko, jossa ruoan ohella voisi olla erilaisia työpajoja (kuten taontaa ja tuohitöitä) ja viikon aikana voisi myös olla jokin konsertti. Tällöin tapahtuman ruokailu olisi ravintola Parppeinpirtissä ja ohjelma Runopirtissä. Viimeiseksi hän totesi, että kaikista tärkeintä vaaralle olisi yhtenäisen ilmeen luominen, tähän projekti tähtää. (Projektisihteerin 2008.)

5.3.3 Ravintola Parpeinpirtin yrittäjän haastattelu

Yrittäjä on toiminut Parpeinpirtissä jo seitsemän vuotta, oikeastaan kyseessä on perheyrittys. Ravintoloitsija kertoi, kävijämäärää kysyttäessä, että ravintolassa ei lasketa varsinaisia kävijämääriä vaan myytyjä annoksia. Menneenä kesänä, touko- elokuussa, myytyjä annoksia oli lähes 10 000. Tämä luku sisältää sekä lounasmyynnin että erilaiset Parpeinpirtillä pidetyt juhlatilaisuudet. Tämän vastauksen jälkeen päätinkin kysyä, mistä ero Runopirtin 4500 ja ravintola Parpeinpirtin 10 000 kävijän välillä voisi johtua. Yrittäjä vastasi, että Parpeinpirtin asiakkaina oli kesällä muun muassa isoja hääporukoita, jotka valitsivat paikan ravintolan ja yleisestikin ihan juhlallisten puitteiden vuoksi. Myös ryhmiä, joilla ohjelmassa oli vain ruokailu, oli jonkin verran. (Yrittäjä 2008.)

Pyysin ravintola Parpeinpirtin yrittäjää seuraavaksi kertomaan, millaista ruokaa vaaralla tarjotaan ja miltä alueelta ruoka on kotoisin. Hän kertoo, todettuaan ensin ongelmallisuuden ruoan tarkan alueen määrittelyssä, että yritys tarjoaa kalakasvisvoittoista ruokaa. Voita ja kermaa on muutenkin käytetty karjalaisessa keittiössä vasta toisen maailmansodan jälkeen. Pitopöydästä löytyy yksi liharuoka. Se on uunipaisti, toiselta nimeltään karjalanpaisti. Yrittäjä innostui pohtimaan käsitettä karjalainen pitopöytä ylipäättään:

”Niin, se karjalainen pitopöytä, niin mikä se on? Siellähän oli välillä tuota italiansalaatista lähttiin kaikkee mahdollista, että se on hyvin semmonen voisko sanna, että venyvä käsite se karjalainen pitopöytä. Ja ylipäättään tuo seisovapöytä on aika uus asia, sehän on tullu vasta 1900-luvun alussa. Et, mutta toisaalta niinku ehkä se uudistaminen on tarkottanu sitä, että on otettu nuo kalaja kasvisruuat ehkä enemmän, jätetty se voi ja kerma vähän sivummalle.”
(Yrittäjä 2008.)

Lisäksi pöydässä näkyy ilomantsilainen piirakkaperinne, joka on pohjoiskarjalaisen ja rajakarjalaisen piirakkaperinteen sekoitus. Tämä nykykarjalainen pitopöytä on otettu hyvin vastaan. Totta kai perinteen muuttaminen tai uudistaminen aiheuttaa aina myös suuria tunteita. Yrittäjä sanoikin, että perinteen muuttuvuus tulisi hyväksyä.

”Mut sit tietysti on, et sitä palautetta joskus tullee esimerkiksi perinneruokapäiviltä tuli, kun sultsinan sissään laitettin suppilovahvero soosia, niin joku rouva oli aivan kauhuissaan, että eihän sitä nyt niin voi tehdä, mutta nää on niitä semmosia kysymyksiä sitten, että eihän me toisaalta niinkun täällä tarkalleen tiedetä, mitä se on 1800-luvulla ollu se ruoka, ja kyllähän se muutos on ruuassakin sitten, että eihän perinneruokakaan tarvii olla mittään semmosta, joka ei koskaan muutu.” (Yrittäjä 2008.)

Tapahtuman järjestämisessä myös yrittäjä nosti esille Parppeinpirtillä pidetyt perinneruokapäivät. Hän sanoi, että viime kesänä tapahtumaa oli laajennettu sen verran, että ennen ruokaa oli ollut noin puolen tunnin paginamuotoinen luento ruokaperinteestä, joka oli kerännyt hyvin ihmisiä. Yrittäjä mainitsi tapahtuman lähtökohdiksi myös muita vaaran elementtejä, esimerkiksi tsasounan. Hän kertoi, että vuosittain Ilomantsissa järjestettävää valtakunnallista ja osittain jo kansainvälistäkin kanteleleiriä voisi myös hyödyntää.

Vastauksen päätteeksi yrittäjä korosti sitä, että tapahtumaa tehtäessä vastuun pitäisi jakautua useammalle taholle, ei vain yhden ihmisen harteille. Hän kertoi, että vaaralla on kautta aikojen ollut hieman sellainen mentaliteetti, että ravintola on oma kokonaisuutensa ja Runopirtti omansa, ja toivoi samalla, että yhteinen sävel löytyisi. Viime kesänä yhteistyötä pyrittiin tekemään pirttien välillä ainakin niin, että ravintolan ryhmistä tieto toimitettiin myös Runonlaulajanpirtille. Myös yhteneväiset aukioloajat on jo päätetty ensi vuodelle. Vaaran vahvuudeksi yrittäjä mainitsi kaikki Ilomantsista löytyvät elementit: kulttuurin, sotahistorian ja myös metsästyksen. Myös karhua voisi hyödyntää Ilomantsin matkailussa paremmin. Nämä kaikki elementit löytyisivät myös kehitteillä olevasta matkailukolmiosta, Hattuvaarasta, Möhköstä ja kirkonkylästä/Parppeinvaarasta. Hän totesi vielä lopuksi: *” Että se ei ois niin pieninä palasina tää homma.”* (Yrittäjä 2008.)

5.3.4 Yhteenveto haastatteluista

Kaikissa kolmessa haastattelussa tuli yllättävän paljon samanlaisia asioita esiin. Kaikissa korostettiin sitä, että pirttien on tulevaisuudessa pystyttävä toimimaan paremmin yhdessä. Tämä ei koske ainoastaan tapahtuman järjestämistä, vaan yleisemminkin koko toimintaa. Parpeinvaaralle on tekeillä kokonaisuus, jossa kaikki Ilomantsin matkailun tärkeimmät elementit ja vetovoimatekijät ovat esillä: karjalainen kulttuuri, ortodoksisuus, perinneruoka, runonlaulu, sotahistoria ja luonto. Näiden elementtien kokoaminen yhtenäiseksi kokonaisuudeksi tulee olemaan vähintäänkin haasteellista. Toisaalta vaaran monimuotoisuus tulee hyvin esille. Millainen matkailullinen kokonaisuus näistä kootaan, riippuu pitkälti tekijöiden ammattitaidosta, yhteistyöstä ja uskalluksesta. Samalla on pidettävä mielessä vaaran perimmäinen ajatus, karjalaisen kulttuurin esille tuominen, sillä tuskinpa toista Tapani Kansan tähdittämää karjalaista kylää Pohjois-Karjalaan tarvitaan.

Varsinaisen sisällön löytämisen ongelma oli kuitenkin hyvin selvillä: aineetonta on hankala tuotteistaa. Kalevalaista runonlaulua ei ole pystytty tuotteistamaan, ja sama koskee karjalaista kulttuuria laajemminkin. Siksi Runonlaulajan Pirtin tapahtuman suunnittelemiseen ja myöhemmin sen toteuttamiseen on lähdettävä maltillisesti ja hyvällä strategialla. Vain yhteistyön avulla tapahtumasta voidaan luoda taloudellisesti kannattava ja sisällöltään riittävän monipuolinen. On kuitenkin vaikeaa siirtää karjalaista kulttuuria uudelle vuosituhannelle ja sen ajan ihmisille.

6 PARPPEINVAARAN TAPAHTUMA

6.1 Lähtökohdat

Parppeinvaaran tapahtuman on välttämättä perustuttava jo olemassa oleviin resursseihin, kahteen pirttiin, joissa on toiminnallista tilaa, niitä ympäröiviin muihin rakennuksiin ja miljööseen sekä siellä työskentelevien ihmisten osaamiseen. Onhan ympäristö yleisön silmissä myös osa tapahtumaa (Tapahtuman järjestäjän opas 2001, 17).



KUVA 7. Parppeinpirtin takana siintää vaaramaisema

Runopirtin tapahtuman tärkeimpänä kohderyhmänä ovat jo Ilomantsissa olevat matkailijat tai sinä ajankohtana sinne saapuvat matkailijat sekä paikalliset ihmiset. Vasta toisena ryhmänä tulevat ns. uudet matkailijat. Ensisijaisen kohderyhmän takia opinnäytetyöhöni liittyvä tutkimus tehtiin Parppeinvaaralla, ei esimerkiksi messuilla tai Ilomantsin matkailun toimipisteessä. Tutkimuksessa selvitettiin, mitä ne henkilöt, jotka ovat jo jollakin tavalla kiinnostuneet Parppeinvaarasta, eli ovat siellä käymässä, ajattelevat tapahtumasta ja Parppeinvaaran tarjonnasta yleensä. Mikäli tapahtuma vuosien kuluessa tulee kasvamaan, myös uusien matkailijoiden houkuttelevuus tulee tärkeämmäksi. Tässä vaiheessa tapahtumaan liittyvät resurssit ovat todennäköisesti kehittyneet ja kasvaneet, tavat vakiintuneet ja tieto tapahtumasta levinnyt. Tällöin tapahtuma voidaan nähdä matkailullisena ”houkuttimena” uusille matkailijoille. Alkuvaiheessa mahdollinen tapahtuma tulee olemaan eräänlainen lisäarvo, ei vielä itse matkan tarkoitus.

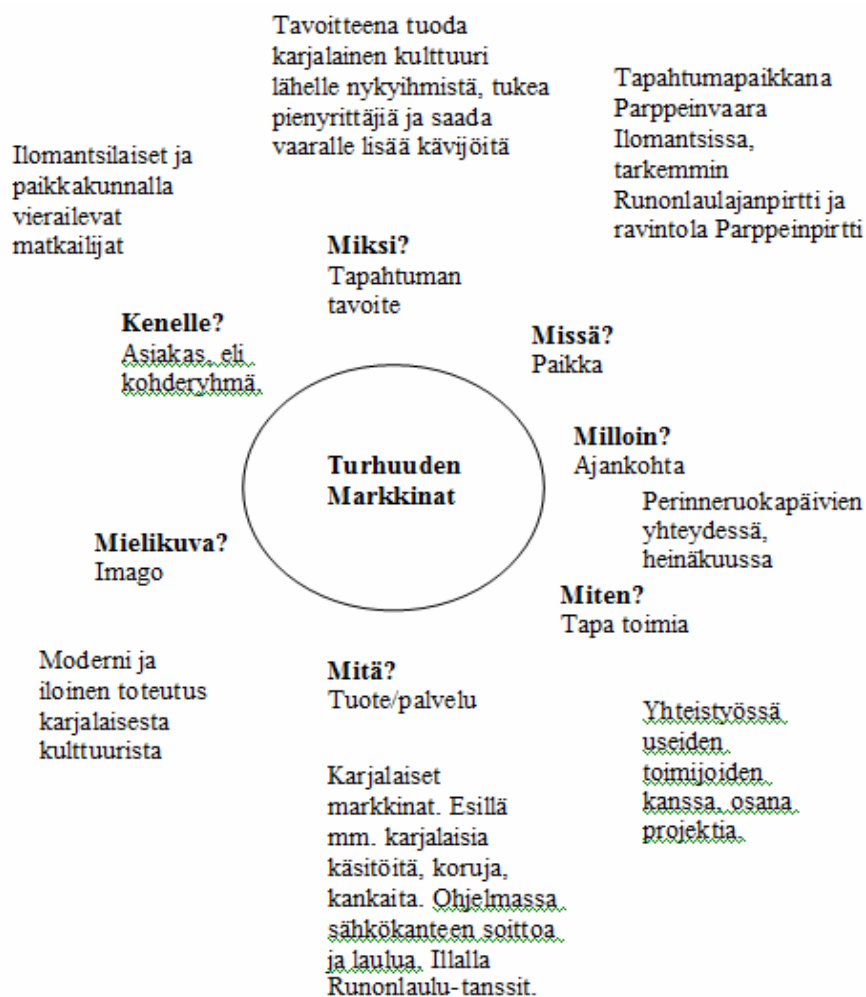
Tällainen tapahtumanjärjestämisen määrittely saattaa tuntua liian ylimalkaiselta ja tavoitteettomalta, mutta tälle on olemassa omat syynsä. Ilomantsista noin 100 kilometriä etelään sijaitsee Rääkkylä-niminen paikkakunta, jossa järjestettiin vuosittain kansanmusiikkitapahtuma Kihaus. Kyseinen juhla lähti käyntiin hyvin kansanmusiikin suosion imussa ja vieraita riitti. Viime vuosien aikana Kihaus on kuitenkin jatkuvasti kärsinyt asiakaskadosta, tuottanut tappiota ja päätynyt konkurssiin. Uusi yhtiö perustettiin jatkamaan entisen pohjalta ja uudet vetäjät tarttuivat työhön. Kahden vuoden työn jälkeen myös uusi taiteellinen johtaja on ilmoittanut eroavansa (Karjalainen 2008, 22). Vaikeuksien taustalla ovat ennen muuta rahoitusongelmat sekä kansanmusiikin marginaalisuus tapahtuman sisältönä. Rääkkylässä on hyvin vähän muuta tarjontaa, joten matkailijat menevät sinne Kihauksen vuoksi, ja jos kansanmusiikista kiinnostuneita ei ole riittävästi, tapahtuma ei kannata. Kihaus ei pysty kilpailemaan Kaustisen festivaalin kanssa.

Myös Parppeinvaaraa ja etenkin Runopirttiä voidaan pitää marginaalisena kohteena. Tapahtuman kannalta onkin siis olennaista tarkastella sitä, mitä Ilomantsissa on jo valmiiksi ja millaisia yrityksiä, palveluja ja osaajia paikkakunnalta löytyy. Tapahtuman järjestämisessä onkin mielestäni käytettävä paikallisia resursseja mahdollisimman paljon. Paikallista osaamista tukemalla

pidetään paitsi alueen elinkeinoelämää virkeänä, nostetaan myös omaa paikallisyhteisöä ja yhteistyöhön. Myös kaikki haastateltavat korostivat yhteistyötä pirttien välillä sekä mainitsivat ravintola Parpeinpirtissä vietettävien perinneruokapäivien laajentamisen. (Yrittäjä 2008; Projektisihteeri 2008; Projektivastaava 2008.) Mielestäni ajatus kyseisen tapahtuman laajentamisesta on hyvä, joten päätin luoda tapahtumakonseptin perinneruokapäivien yhteyteen, karjalaiselle perinneviikolle.

6.2 Turhuuden markkinat

Käytän tapahtumaa kuvatessani tapahtumanjärjestämisen teoriaosiossa esittelemääni tapahtuman järjestämisen seitsemän kysymyksen mallia.



KUVIO 10. Tapahtuman järjestämisen seitsemän kysymystä (Mukaiillen Kauhanen ym., 2002, 34–37.)

Turhuuden markkinoiden tarkoituksena ei ole tuoda vaaralle mitään sellaista, mikä ei sinne kuuluisi. Koska runokylän tehtävänä on olla elävä perinteen keskus, nykyajan käsityöyrittäjät sopivat sinne hyvin. Osittaisessa ulkoilmatapahtumassa on aina kesälläkin omat riskinsä sään suhteen, mutta onhan sateisen sään sattuessa vaaralla kaksi pirttiä, jonne voi mennä hetkeksi kuivattelemaan. Markkinoita ei kannata sisällä järjestää, tilatkin olisivat siihen liian pienet, ja oikeastaan koko tapahtuman idea kärsisi. Niinpä osa tapahtumasta on ulkona, osa sisällä. Sisällä tapahtuvia aktiviteetteja ovat ruokailu, luento ja Runopirtin puolella näyttelyt. Tapahtuman pääsylippu voisi olla samanhintainen kuin Runopirtin aluelippu muutenkin tai runsaamman tarjonnan vuoksi enemmän. Tuloja vaaralle tulisi markkinapöytien vuokrasta, lipunmyynnistä ja ruoan myynnistä. Illalla järjestettäviin Runonlaulu-tansseihin myytäisiin liput erikseen. Markkinakojujen lisäksi ohjelmassa olisi sähkökanteleen ja haitarin soittoa ja kenties laulua.

Tällaiset esiintyjät eivät nousisi kustannuksiltaan liian kalliiksi, eikä esiintyminen vaatisi isoja teknisiä ratkaisuja. Totta kai tapahtumassa pitäisi olla osaava juontaja. Ulkona vaaran päällä nurmikolla ja aittojen pihoilla järjestettäisiin pukunäytöksiä, joissa esiteltäisiin perinteen pohjalta suunniteltuja uusia pukuja, sekä juhla- että käyttövaatteita. Myös perinne- ja muinaiskorut sopisivat erinomaisesti samassa yhteydessä esiteltäviksi. Näytöksen onnistumisen kannalta tärkeää olisi sen mahdollisimman tuore toteutus, mikä vaatisi hyvän suunnittelijan ja myös koreografian, jossa hyödynnettäisiin Parpeinvaaran erityinen miljöö mahdollisimman hyvin.

Ennen pitoruokailua vieraille esiteltäisiin tarjolla oleva ateria ja sen karjalaiset juuret. Runopirtin puolella kerrottaisiin ennen pukunäytöksiä karjalaisten komeasta puku- ja koruperinteestä ja sen tärkeydestä karjalaisnaisen elämässä. Onhan karjalainen kulttuuri aika turhamaistakin, joten elämän koreus saisi tulla

tässä yhteydessä näkyviin. Illalla järjestettävissä tansseissa olisi tarkoitus pitää hauskaa runonlaulutanssien parissa. Tallarit – kansanmusiikkiyhtye on levyttänyt kalevalamittaisiin teksteihin perustuvaa tanssimusiikkia. Sovituksissa kansanruno taipuu tangoksi ja humpaksi ja jopa latinorytmeihin nelipolvinen trokee¹⁵ on saatu taipumaan. Miltä kuulostaisikaan Kultaneitorumba?

Turhuuden markkinoista tekemäni kaksi tuotekorttia ovat liitteenä (liitteet 5 ja 6). Tein tapahtumasta kaksi hieman erityylistä mallia. Ensimmäinen (liite 5) tuotekortti on tyyliltään rauhallisempi ja asiallisempi, toinen (liite 6), taas hieman värikkäämpi. Nämä kaksi mallia osoittavat, että Turhuuden Markkinat – tapahtumakonsepti on helposti muunneltavissa, monipuolinen ja moderni.

6.3 Tutkimustulokset ja Turhuuden markkinat -tapahtumakonsepti

Asiakaskyselyn perusteella tärkeimmäksi nähtäväksi ja koettavaksi asiaksi vaaralla nousi kantele. Tapahtumassa kanteleensoitto tulisi esille modernimmassa muodossa, sähkökanteleen sointina. Myös projektinvastaava mainitsi haastattelussaan sähkökanteleen mahdollisena kulttuuriuutuutena (Projektivastaava 2008). Akustista kanteletta sähkökantele ei Parpeinvaaralla tule syrjäyttämään, mutta ne täydentävät mainiosti toisiaan ja laventavat käsitystä perinteisestä soittimesta moderniin suuntaan. Informatiivisten, selkeiden ja hyvin esitettyjen luentojen tuominen tapahtumaan puoltaa paikkaansa asiakaskyselyn perusteella, saivathan luennot tapahtumaan liittyvässä kysymyksessä eniten ääniä musiikin jälkeen. Myös ravintola Parpeinpirtin yrittäjä mainitsi haastattelussaan, että perinneruokapäivillä ollut luento ennen ruokaa oli kerännyt paljon kuuntelijoita (Yrittäjä 2008). Luentojen on tarjottava oikeata tietoa perinteestä, ne eivät saa olla liian pitkiä ja ennen kaikkea ne on esitettävä iloisesti ja eloisasti.

Turhuuden markkinoilla puvut, korut ja muut käsityöt olisivat pääosassa, ja asiakaskyselyssähän pukuperinteestä kertovaa näyttelyä toivottiin paljon. Tuoreus

¹⁵ Nelipolvisessa trokeessa eli kalevalamittassa säe koostuu yleensä kahdeksasta tavusta, jolloin se

ja sopiva leikkimielinen perinteen esillepanossa on kuitenkin olennaista. Tunkkaisuutta ja turhaa vakavuutta ei voi liiaksi välttää. Illalla järjestettävät Runonlaulu-tanssit olisivat hauska, erilainen lisä päivän ohjelmaan. Karjalaisesta kulttuurista löytyy elementtejä iloiseen irrotteluun, kun vain järjestäjillä on uskallusta tuoda se esiin. Projektivastaavan haastattelusta kävi hyvin ilmi, että karjalaista kulttuuria pitäisi tuoda esille siten, että nykyihminen saisi siitä jollakin tavalla kiinni (Projektivastaava 2008).

Kulttuuria ei mielestäni tarvitse esittää aina vakavassa mielessä. Myös käsitys siitä mikä on oikeata kulttuuria ja mikä väärää, on vanhanaikainen, kun asiaa ajatellaan matkailun näkökulmasta. Vaarallehan voitaisiin tietysti luoda hyvinkin hieno tapahtuma kulttuurintutkimuksen otteella. Siinä voitaisiin esitellä Kaleva-näyttely, pohtia Kalevalan merkitystä suomalaisten identiteetin rakentumisessa, pitää Runonlaulusta kertova luentosarja ja päättää kantelekonserhtiin. Tällainen tapahtuma tuskin vetäisi kuitenkaan vaaralle kovin suurta asiakaskuntaa, sillä tapahtuman kohderyhmä olisi liian marginaalinen. Tällöin tapahtuma olisi varmasti joidenkin piirien mielestä kulttuurisesti ”oikea”, mutta matkailullisesti arvoton.

Matkailuesitteiden ja –oppaiden Suomi on kaksijakoinen. Toisaalta niissä näyttäytyy huippuosaaminen ja teollisuus, toisaalta luonto maisemineen ja eläimineen. Julkaisuissa esiteltyjen virallisten näkymien takana elää epävirallinen Suomi ja suomalaisuus, jossa merkitseviä ovat hyvä meininki ja hyvä seura, uudet, vanhat ja vaihtuvat ystävät. (Hannula ja Markkanen 2008, 6.) Parpeinvaaran tapahtuman elementtien on myös oltava perinteen mukaisia, mutta samalla rehellisellä tavalla moderneja. On paradoksaalista joutua toteamaan, että kansankulttuurin pohjalta suunniteltavan tapahtuman ohjelmasta on uskallettava tehdä riittävän kansanomainen.

7 POHDINTA

Tutkin opinnäytetyössäni tapahtumanjärjestämistä. Tavoitteenani oli löytää tapahtuman sisältö Parppeinvaaran runokylään, jotta sinne saataisiin luotua vuosittainen kesätapahtuma. Samalla olen lähes huomaamattani laajentanut opinnäytetyötäni niihin asioihin, joita myös kulttuurintutkimuksessa käsitellään: folklorismiin, ja ylipäätään pohdintaan kulttuurin, tai perinteen muuttumisesta ja kaupallistamisesta. Näin nämä näkökulmat työni kannalta mielenkiintoiseksi näkökulmaksi, mutta tärkeintä se oli tapahtuman sisällön miettimisessä. Minunkin oli pohdittava, mitä karjalainen kulttuuri on, mikä siinä on aitoa ja mitä siitä voisi tuotteistaa.

Asetin työni tutkimusongelmaksi Parppeinvaaran tapahtumakonseptin suunnittelun. Ensimmäinen siitä lähtevä tutkimuskysymykseni oli, miten menneisyys voi toimia vetovoimatekijänä Parppeinvaaralla. Avasin tässä kohdassa hieman käsitettä karjalainen kulttuuri, kulttuurimatkailu ja folklorismi. Käsittelin myös karjalaisen kulttuuriin tuotteistamisen ongelmaa esimerkkikohteinani Bomba-talo ja Korpiselkätalo. Luvun viimeisessä alaluvussa Parppeinvaara, totta, vai tarua? toin esille ne seikat, joita vaaralla voidaan käyttää vetovoimatekijöinä. Parppeinvaaran historia täytyy nähdä laajemmin ilomantsilaisena historiana, jossa on kytköksiä runonlauluun, Kalevalaan, ortodoksisuuteen ja ylipäätään karjalaiseen kulttuuriin. Pirtin oma historiatausta ei ole riittävän vetovoimainen, ovathan pirtit paikalle 1950-luvun jälkeen rakennettuja ”kulisseja”, joiden henki tulee vaaralla työskennelleistä ja työskentelevistä ihmisistä.

Toisena kysymyksenäni oli, mitkä asiat ovat keskeisiä karjalaisessa kulttuurissa matkailun näkökulmasta ja miten näitä elementtejä voidaan hyödyntää? Tämä kysymys liittyi läheisesti tapahtumanjärjestämiseen ja pohdintaan tapahtuman sisällöstä. Osittain vastaus löytyy asiakaskyselyn tuloksista. Helpoimmin lähestyttävimmät asiat karjalaisessa kulttuurissa ovat musiikki ja ruoka. Nämä elementit nousivat esille, kun kyselyn vastaajat poimivat omasta mielestään

mielenkiintoisimmat vaihtoehdot tarjotusta sisällöstä. Tätä johtopäätöstä tukevat myös tekemäni haastattelut. Kaikki haastateltavat mainitsivat kantelemusiikin ja ruoan jossakin vaiheessa keskustelua. Ne ovat sellaisia elementtejä, joita nykyihminenkin voi helposti lähestyä. Ne eivät vaadi matkailijalta ennakkotietoa tai kokemusta, ja jokainen voi arvioida niitä omalla tavallaan ja omista lähtökohdistaan.

Karjalaisen ruoan ja musiikin hyödyntäminen onnistuu tietenkin tapahtumanjärjestämisessä hyvin. Silti ne eivät riitä pelkästään Parppeinvaaran sisällöksi, vaan sinne on tuotava myös muita karjalaisen kulttuurin tunnusmerkkejä. Elementti, jota ei ole tarpeeksi hyödynnetty, on karjalainen käsityö- ja pukuperinne, jotka molemmat ovat ns. kansantajuisia asioita. Niiden tuominen näyttelyiden sisällöksi toisi kenties tarvittavaa vetovoimaa Runopirttiin. Käsityö on tässä ymmärrettävä myös puutyön merkityksessä. Etenkin miehiä kiinnostava hirsirakennustekniikan malli olisi helppo tehdä vaikka Pirtin takapihalle. Pirtin sisällä vieraat voisivat kokeilla kirjoa tai muuten koristella oppaan avustuksella suurta käsipaikkaa, joka voisi toimia vaikka vaaran viirinä. Myös korunäyttely, jossa esiteltäisiin vanhoja ja uusia koruja ja niiden tekijöitä, voisi toimia aktiviteettina.

Viimeisenä eli kolmantena tutkimuskysymyksenä oli, millainen tapahtuma Runopirtille olisi mahdollista luoda. Haastatteluissa esiin tulleet yhteistyö Parppeinvaaran perinneruokapäivien laajentamisesta on hyvä ajatus. Tällöin tapahtuman ohjelma olisi Runopirtin puolella ja ruokailu tapahtuisi ravintola Parppeinpirtissä. Molemmat pirtit hyötyisivät tapahtumasta. Opinnäytetyöni tulos oli Turhuuden markkinat -tapahtumakonsepti, jossa vaaralla toteutettaisiin yhdessä karjalaisesta kulttuurista lähtökohtansa saavia iloisia, kauniita, näyttäviä asioita, esiteltäisiin käsityöläisiä kertakäyttökulttuurin vastavoimana. Tarjolla olisivat myös luennot tai tietoiskut, upeat pukunäytökset ja kaiken keskellä soisi sähkökannel. Tapahtumakonseptin tavoitteena on tutkimustuloksiin ja haastatteluihin perustuva moderni näkemys vaaran yleisöä houkuttelevasta tapahtumasta. Siinä mielessä uskon suunnitelman toimivan.

Opinnäytetyöni olisi todennäköisesti hyvin erilainen, mikäli olisin Ilomantsissa ulkopaikkakuntalainen. Oma asemani ilomantsilaisena on ollut sekä etu että haitta. Etu se on ollut siinä mielessä, että monet asiat ovat olleet minulle täällä tuttuja, melkein itsestäänselvyyksiä jo entuudestaan. Olen elänyt elämäni ensimmäiset 20 vuotta tämän karjalaisuuden ja ortodoksisuuden keskellä. Olen tietoinen siitä, että mikäli kysyisin tai ehdottaisin joitain tiettyjä asioita tai varsinkin jos arvostelisin toimintatapoja, voisin loukata pahasti ihmisten tunteita. Joitakin asioita olen kenties tästä syystä jättänyt käsittelemättä, yleisen sovun nimissä. Olen kuitenkin parhaani mukaan pyrkinyt pohtimaan Parppeinvaaraa matkailualan ihmisen silmin, en ilomantsilaisena. Toisaalta ulkopuolisen tutkijan roolin täydellinen omaksuminen on edellä kerrotuista syistä ainakin osittain ollut mahdotonta.

Opinnäytetyössäni on tarkoituksella pyritty tuomaan esille Parppeinvaaran ongelmallisuus matkailukohteena, sen kulissimaisuus ja sisällön pysähtyneisyys. Näiden ongelmien tietynlainen alleviivaus johtuu siitä, että ne löytäkseni ja ymmärtäkseni olen joutunut palaamaan ”alkuun”. Olen siis perehtynyt Parppeinvaaran historiaan ja karjalaiseen kulttuuriin, jotta voisin löytää sieltä luontevaa sisältöä tapahtumaan. Olen myös tietoisesti vienyt opinnäytetyötäni kulttuurintutkimukseen liittyville aihealuille, pohdintaan folklorismista ja karjalaisesta kulttuurista ylipäätään. Tavoitteenani on ollut, modernista ajatusmaailmastani huolimatta, luoda vaaralle aitoihin asioihin pohjautuva tapahtuma. Työtäni voi kuitenkin kritisoida matkailuteorian suppeudesta. Olenhan käsitellyt teoriaosiossa lähinnä vain tämän työn kannalta keskeistä, tapahtumanjärjestämiseen liittyvää teoriaa jättäen monet muut näkökulmat lähes täysin huomiotta.

Myös työni tutkimusosion näkökulmaa voidaan pitää hyvin tiukasti rajattuna. Olen tutkinut siinä kohteen jo jollakin tavalla tuntevia matkailijoita, jotka olivat vaaralla käymässä, ja sen lisäksi olen haastatellut Parppeinvaaran nykyisiä toimijoita. Tämä kapea-alaisuus johtuu toisaalta työni rajaamisesta uuden tapahtuman suunnitteluun, toisaalta työn liiallisen laajenemisen estämisestä. Asiakaskyselylomakkeen vastauksia läpi käydessäni huomasin numeroinnin 1-5 ongelmallisuuden. Kenties numerointia olisi pitänyt korostaa hieman enemmän.

Opinnäytetyöni tutkimusosio on kuitenkin täyttänyt tarkoituksensa tapahtuman suunnittelussa. Olen saanut sieltä tukea ajatuksilleni, hylännyt tiettyjä suunnitelmia ja löytänyt toimeksiantajaani ajatellen muutamia matkailijoiden toiveita Parppeinvaaran sisällöstä.

Käytetyt metodit ovat olleet tarkoituksenmukaisia ja tapahtumakonsepti on luotu saatujen tulosten pohjalta. Työni on validiteetti eli pätevä siinä mielessä, että olen onnistunut mittamaan niitä asioita, joita pitikin mitata. Mielestäni tutkimuslomakkeen kysymykset toivat tietoa kohteen kävijöistä ja heidän toiveistaan Parppeinvaaraa koskien. Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus tarkoittaa kykyä tuottaa tuloksia, jotka eivät ole sattumanvaraisia. Tämän työn luotettavuutta mietittäessä on syytä muistaa vastaajien suhteellisen pieni määrä, viisikymmentä vastaajaa. Kyselyn tuloksiin saattaa vaikuttaa se, että vastaajissa on ryhmämatkalaisia. Ryhmän koostumus voi vääristää esimerkiksi ikäjakautumaa koko osallistujajoukossa. Jos Runopirtissä toteutettaisiin sama lomakekysely ensi kesänä, uskon, että tulokset olisivat kuitenkin hyvin samankaltaisia. Tutkimusta voidaan pitää luotettavana lähteenä tutkimuskysymyksiä pohdittaessa, mutta ei yleistettävänä.

Uskon, että opinnäytetyöni voi avata toimeksiantajalleni uutta näkökulmaa tapahtuman suunnitteluun. Toivon sen myös vauhdittavan ja rohkaisevan kohteen kehittämistä ja uudistamista. Mikäli Parppeinvaaran halutaan nousevan taloudellisesti kannattavaksi, eläväksi matkailukeskukseksi, on sen toimintaa voitava kehittää ennen muuta sisältöä uudistamalla. Perinteen elämisen kannaltakin se on välttämätöntä, koska vain uudistuessaan perinne elää tässä ajassa.

LÄHTEET

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

Allen, J., O'Toole, W., McDonnell, I. & Harris, R. 2005. Festival and special event management. 3.painos. Brisbane: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Asplund, A. 1981. Kalevalaiset laulut. Teoksessa Asplund, A. & Hako, M. (toim.) Kansanmusiikki. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Bomban talo [verkkójulkaisu]. Nurmes NetCenterin sivut [viitattu 7.10.2008]. Saatavissa: <http://www.nnc.fi/bomba/rus/historia.html>

Eskola, J. & Suoranta, J. 1996. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Grönfors, Martti 1983. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. Helsinki: WSOY.

Hannula, I. ja Markkanen, J. 2008. Suomi hop! Jyväskylä: Atena.

Heikkinen, K. 1996. Suomen karjalaisten identiteetti ja sen alueellinen konteksti. Teoksessa Hakamies, P. (toim.) Näkökulmia karjalaiseen perinteeseen. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 1985. Teemahaastattelu. Helsinki: Gaudeamus.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Tampere: Kirjayhtymä Oy.

Hoyle, L. 2002. Event marketing. How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expositions. New York: John Wiley & Sons.

Iiskola-Kesonen, H. 2006. Käsikirja tapahtumanjärjestäjille. Helsinki: Suomen liikunta ja Urheilu ry.

Jetsu, L. 2001. Kahden maailman välillä. Etnografinen tutkimus venäjänkarjalaisista hautausrituaaleista 1990-luvulla. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Jouslahti, M. & Luostarinen, K. 2006. Ilomantsin Parppeinvaara. Perinnematkakohde folklorismikeskustelun ja matkailun näkökulmasta. Pro gradu-tutkielma. Joensuu: Joensuun yliopisto.

Järvinen, I. 1981. Runonlaulun Karjala. Teoksessa Mäkäräinen, Y. & Lehmusvaara, I. (toim.) Karjala I. Hämeenlinna: Arvi A. Karisto Oy.

Karjalan Liitto. 2008. [verkkojulkaisu] Karjala ja karjalaisuus. Karjalan liiton sivut [viitattu 13.2.2008]. Saatavissa:
<http://www.karjalanliitto.fi/index.phtml?s=94>

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

Kirkinen, H. 1981. Karjalantalo. Helsinki: Kirjayhtymä.

Knuuttila, S. 1989. Perinne-esiintyjä Pohjois-Karjalassa. Teoksessa Knuuttila, S. ja Piela, U. (toim.) Runon ja Rajan teillä, Kalevalaseuran vuosikirja 68. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Kostiainen, A. 2002. Historia matkailuelämyksenä. Teoksessa Saarinen, J. (toim.) Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Rovaniemi: Lapin Yliopisto.

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

Korpiselkätaalo taas kaupan. 2008. Pogostan Sanomat 6.10.2008.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinoinnin suunnittelu. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Laitinen, T. 2003. [verkkajulkaisu] Helsingin kaupunginkirjaston Kaapelisolmu sivut, Suomen Sillan Uutisviikko 08/2003 [viitattu 6.10.2008]. Saatavissa: <http://www.kaapeli.fi/hypermail/suomis-list/0370.html>

Lappalainen, H. & Kuronen, V. 2007. Karjalaisessa ruokapöydässä. Joensuu: Pro Agria, Pohjois-Karjalan Maa- ja kotitalousnaiset.

Lautanen, K. 2008. [verkkajulkaisu] Ilomantsi: Ilomantsin alueen palveluntarjoajien sivut [viitattu 13.2.2008]. Saatavissa: <http://www.pogosta.com/mohkonruukki/saatio.htm>

Lukkarinen, A. 1995. Käspaikka. Teoksessa Lukkarinen, A. ja Heikkilä-Palo, L. (toim.) Käspaikat, pyhäiset pyyhkiet. Heinävesi: Valamon luostari.

MEK:in sivut [verkkajulkaisu]. Kulttuurimatkailun määritelmä [viitattu 12.2.2008]. Saatavissa: [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(Pages\)/Kulttuurimatkailum%E4%E4ritelm%E4?opendocument&np=C-10](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(Pages)/Kulttuurimatkailum%E4%E4ritelm%E4?opendocument&np=C-10)

Metsämuuronen, J. 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia-sarja 4. Helsinki: International Methelp Ky.

Miettinen, A. 2008. Bomba satsaa tulevaisuuteen. [verkkolehti] Uutispäivä demari. [viitattu 7.10.2008]. Saatavissa: <http://www.demari.fi/content/view/1495/344/>

Mikkonen, J., Ristolainen, K. & Taskinen, H. 2008. Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus [online], s. 7–71 [viitattu 6.10.2008]. Saatavissa: http://mot.joensuu.fi/media/matkailu/ESS/ess_vaikuttaa_tutkimusraportti2008.pdf

MTV3. 2005. [verkkojulkaisu] Ilomantsi on EU:n itäisin piste. [viitattu 26.10.2008]. <http://www.mtv3.fi/matkailu/kotimaa/matkakohteet.shtml/414895?pohjoiskarjala>

Niemeläinen, P. 1981. Karjalainen ruokapöytä. Teoksessa Mäkäräinen, Y. & Lehmusvaara, I. (toim.) Karjala I. Hämeenlinna: Arvi A. Karisto Oy.

Pauliina Lerche jättää Kihauksen. 2008. Karjalainen 11.10.2008.

Pekkilä, E. (toim.) 1990. Hiljainen haltioituminen. A.O. Väisäsen tutkielmia kansanmusiikista. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Petrisalo, K. 1994. Menneisyys turismin vetovoimatekijänä. Teoksessa Aho, S. (toim.) Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulu: Oulun yliopisto.

Piiroinen, E. 1995. Käspaikka kirkollisessa käytössä. Teoksessa Lukkarinen, A. ja Heikkilä-Palo, L. (toim.) Käspaikat, pyhäiset pyyhkiet. Heinävesi: Valamon luostari.

Pohjanvalo, P. 1947. Salmin murteen sanakirja. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Projektisihteeri. 2008. Ilomantsin Museosäätiö. Haastattelu 6.10.2008.

Projektivastaava. 2008. Ilomantsin Museosäätiö. Haastattelu 6.10.2008.

Romppanen, H. 2008. Kesäteatteri vauhditti matkailukesää Ilomantsissa. Sanomalehti Karjalainen 23.8.2008.

Runopirtti. 2008. [verkkojulkaisu] Elämää pirtissä ja pirtin mäellä. [viitattu 26.10.2008]. <http://www.kiinet.com/runopirtti/>

Saarinen, J. 2002. "Elämyksiä, elämyksiä, elämyksiä": lyhyt johdatus elämystalouteen ja -tutkimukseen. Teoksessa Saarinen, J. (toim.) Elämys. Teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta? Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Savolainen, M & Knuutila, S. 1989. Matkakuvia Runon ja Rajan teiltä. Teoksessa Knuutila, S. ja Piela, U. (toim.) Runon ja Rajan teillä, Kalevalaseuran vuosikirja 68. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful event management. A practical handbook. 2. painos. Lontoo: Thomson Learning.

Sihvo, H. 1973. Karjalan kuva. Karelianismin taustaa ja vaiheita autonomian aikana. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Sihvo, H. 1989. Paikallisperinnettä ja turismifolklorea Pohjois-Karjalassa. Teoksessa Knuutila, S. ja Piela, U. (toim.) Runon ja Rajan teillä, Kalevalaseuran vuosikirja 68. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Simonen, J. 1992. Sussuna, sarafaani, feresi ja säpsä. Teoksessa Simonen, J. (toim.) Sarafaanit ja feresit. Pohjois-Karjalan museon 75-vuotisjuhlajulkaisu. Joensuu: Pohjois-Karjalan museo.

Söderholm, S. 1982. Kamera kenttätöissä: kuvadokumentit ja visuaalinen metodiikka. Teoksessa Suojanen, P ja Saressalo, L. (toim.) Kulttuurin kenttätutkimus. Tampere: Tampereen yliopiston kansanperinteen laitos.

Tapahtumajärjestäjäopas 2001. (toim.) Hirvinen, T. Seinäjoki: Etelä-Pohjanmaan liitto.

Tenhunen, A-L. 2006. Itkuvirren kolme elämää. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Timonen, S. 1982. Näin lauloi Larin Paraske. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Timonen, S. 2004. Minä, tila, tunne. Näkökulmia kalevalamittaiseen kansanlyriikkaan. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Turun avoin yliopisto. 2008. [verkkojulkaisu] Kulttuurimatkailu [viitattu 12.2.2008]. Saatavissa:
<http://www.avoinyliopisto.fi/fi-FI/Opetustarjonta/StudyUnit.aspx?StudyUnitId=207ba571-0c44-4e53-905a-d4809f7c7bce>)

Turunen, A. 1985. Mateli Kuivalatar, Koitereen laulaja, Kantelettaren runotar. Joensuu: Karjalaisen Kulttuurin Edistämisseätiö.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tallinna: Tietosanoma Oy.

Varto, J. 1992. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Helsinki: Kirjayhtymä.

Virkkunen-Follenwider, A. 2008. Ilomantsilaisia perinneruokiako? Mielipidekirjoitus, Pogostan Sanomat 28.7.2008, 4.

Virtuaaliammattikorkeakoulu. 2008. [verkkojulkaisu] Opinnäytetyön ohjausprosessi. [viitattu 2.1.2009]. Saatavissa: <https://www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html.stx>

Väinämö, R. 2007. Bomban talon jälkeläiset perustivat sukuseuran. Aamun koitto 17/2007, 13–14.

Wikipedia. 2008. [verkkojulkaisu] Kalevalamitta. [viitattu 19.10.2008]. Saatavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Kalevalamitta>

Wood, E. 2005. Measuring the economic and social impacts of local authority events. Julkaisussa The International Journal of Public Sector Management [online], s. 37–46 [viitattu 27.4.2008]. Saatavissa: www.emeraldinsight.com/0951-3558.htm

YLE. 2008.[verkkojulkaisu] Karjala kadonnut maa. [viitattu 19.10.2008]. Saatavissa: <http://yle.fi/teema/karjala/sivu.php?id=172>

Yrittäjä. 2008. Ravintola Parpeinpirtin yrittäjä. Haastattelu 7.10.2008.

KUVAT: Anna Jetsu 2008.

PARPPEINVAARA

LIITE 1
ASIAKASKYSELY 2008

Henkilötiedot:

Sukupuoli: nainen____ mies____ ikä vuosina____
Syntymäkunta _____ Nykyinen asuinkunta_____

Kysymykset:

1. Oletteko ryhmämatkalla? kyllä____ en____

2. Miksi valitsitte kohteeksi Parppeinvaaran _____

3. Mistä saitte tietoa

Parppeinvaarasta _____

4. Mitä nähtävää/ koettavaa toivoisitte Parppeinvaaralla olevan?

Valitkaa kolme kiinnostavinta ja numeroikaa ne numeroilla 1 (kiinnostavin) 2 ja 3.

Karjalaisen pukuperinteen näyttely
 Kalevala-näyttely, erikieliset julkaisut
 Kantelemusiikkia tai muuta kansanmusiikkia
 Piirakoiden ym. leipomista itse
 Ulkoilma-aktiviteetteja, esim. kyykänheittoa
 Opastettuja kierroksia vaaralla
 Rukoushetkiä
 Muuta, mitä? _____

5. Mikäli Parppeinvaaralla olisi kesätapahtuma, minkälaisen toivoisitte sen olevan?

Valitkaa kolme kiinnostavinta ja numeroikaa ne numeroilla 1 (kiinnostavin) 2 ja 3.

Käsityökursseja
 Runonlaulutapahtuma
 Kansanmusiikkikonsertti, esim. kantele
 Runokaraoke ja/tai illanvietto
 Karjalainen ruokakurssi
 Viiniä ja laulua - tai vastaava tapahtuma
 Teatteria, performanssia tai improvisaatiota,
 Luentoja karjalaisesta kulttuurista
 Jokin muu, mikä? _____

6. Paljonko olisitte valmis maksamaan yhden päivän tapahtumasta, jos tapahtumaan kuuluisi parin tunnin mittainen ohjelma ja lämmin ruoka? Rastittakaa yksi vaihtoehto.

En lainkaan
 10-20 euroa
 20-30euroa
 30-50 euroa

7. Miten mielestänne Parppeinvaaraa pitäisi kehittää, esittäkää kommentteja ja ehdotuksia, voitte jatkaa myös lomakkeen toiselle puolelle

KIITOKSIA VASTAUKSESTANNE JA OIKEIN HYVÄÄ KESÄN JATKOA!

LIITE 2

HAASTATTELURUNKO

Projektivastaava

- Kuka olet ja mitä teet?

- Miten liityt Parpeinvaaraan?

-Milloin Runopirtin toiminnan pyörittäminen siirtyi Museosäätiölle?

-Kuinka paljon vuonna 2008 Pirtillä oli kävijöitä?

-Paljonko vaaran sisäänpääsymaksu on ollut?

-Mitä tarjontaa alueella on ollut?

-Mitä tavoitteita säätiöllä on vaaraa ajatellen?

-Yhtenä tavoitteena on saada vaaralle tapahtuma, mitä ajatuksia sinulla on tapahtumanjärjestämisestä. Millainen tapahtuma vaaralle sopisi?

-Miten tapahtuma rahoitettaisiin?

-Miten tärkeänä näet tapahtuman vaaralle?

LIITE 3

HAASTATTELURUNKO

Projektisihteeri

-Kuka olet ja mitä teet?

-Miten liityt Parppeinvaaraan?

-Milloin projekti alkoi?

-Kerro hieman projektista, esimerkiksi mikä projektin tavoitteena on?

-Millaiset ovat projektin taloudelliset resurssit?

-Olet aiemminkin työskennellyt Pirtillä. Millaista palautetta vaara on matkailijoilta saanut? Mikä on ollut hyvää/huonoa?

-Mitä vaaralle tarvittaisiin?

-Miten näet Runopirtin tulevaisuuden?

-Jos vaaralla järjestettäisiin tapahtuma, millainen tapahtuma sinne sopisi?

LIITE 4

HAASTATTELURUNKO

Yrittäjä

-Miten liityt Parppeinvaaraan?

-Millaisia palveluja ravintola Parppeinpirtti tarjoaa?

-Miten kauan olet toiminut Parppeinpirtillä yrittäjänä?

-Kuinka paljon arvioisit kävijöitä olleen ravintolassa kesällä 2008?

-Runopirtissä asiakkaita kävi noin 4500, mistä arvioisit eron johtuvan?

-Ravintola Parppeinpirtti tarjoa karjalaista ruokaa? Miltä alueilta ruoka on peräisin?

-Mikä perinteen tuomisessa tähän päivään on vaikeata?

-Olen suunnittelemassa Runopirtille tapahtumaa? Millainen tapahtuma sinne sopisi?

-Onko tapahtuma nähtävä koko vaaraa kehittävänä toimenpiteenä?

-Millaista yhteistyötä vaaralla on pirttien välillä?

-Pitäisikö tulevaisuudessa yhteistyötä tiivistää?

LIITE 5



Turhuuden markkinat

Parppeinvaaran Turhuuden markkinat tuo eturivin käsityöläisosajaat yhteen. Tapahtumassa halutaan nostaa esille mm. karjalaisesta kulttuurista ideansa ammentavia käsityöläisiä, kertakäyttökulttuurin vastustajia.



Turhuuden markkinoilla:

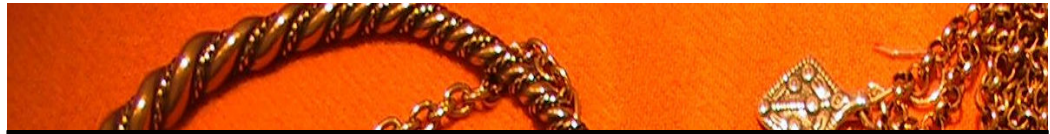
- pukunäytös
- sähkökannel
- perinnekoruja
- seppiä
- luentoja
- herkullinen lounaspöytä

Lippu 4 euroa. Lipulla pääsy myös Runopirtin uudistettuihin näyttelyihin. Lounas ostetaan erikseen.



Illalla Runonlaulu-tanssit!
Liput 12 euroa.

LIITE 6



TURHUUDEN

MARKKINAT

Aamusta saakka on Turhuuden markkinat Parppeinvaaralla auki. On korua ja vatiä, kippoa ja kauhaa, hametta ja ripustinta. Markkinat tuovat eturivin osaajat samalle vaaralle.

Tarjolla ainakin

- perinnekorunkiiltoa
- pukunäytöksiä
- fereesin tekijöitä
- tuohen taittajia
- sähkökanteleensoittoa
- kaikkea ei lähellekään rihkamaa



Ravintolassa herkullinen lounaspöytä ja karjalainen nainen kertoo elämän koreuden tärkeydestä, etenkin pukujen ja korujen.

Tiketti 5 euroa ja sillä saa jo kahvit.

Illalla on aika laittaa töppöstä korkokengän eteen Runonlaulu-tansseissa.

Liput 12 euroa.

