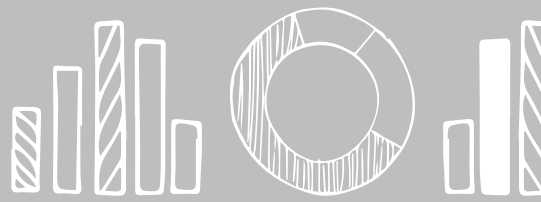


8



JUKOLAN VIESTIN VAIKUTUKSET JÄRJESTÄJÄALUEELLA

– loppuraporttien sisällönanalyysi

Rufus Kaivo



JOHDANTO	160
Johdatus aiheeseen	160
Aikaisempi tutkimus	160
Tutkimuksen rakenne ja kulku	162
URHEILUN SUURTAPAHTUMAN VAIKUTUKSET JÄRJESTÄJÄALUEELLA	162
Tapahtuma ja suur tapahtuma	162
Tapahtumien vaikutukset	164
JUKOLAN VIESTIN LOPPURAPORTTIEN SISÄLLÖNANALYYSI	164
Aineistolähtöinen sisällönanalyysi	165
Tutkimusetiikka	167
PAIKALLISYHTEISÖ JA JÄRJESTÄJÄALUE JUKOLAN VIESTIN LOPPURAPORTEISSA	167
Luvut tapahtuman kuvaajana	167
Yhteistyö	168
Vaikutukset paikallisiin asukkaisiin	171
Vaikutukset alueen ympäristöön	172
YHTEENVETO	173

JOHDANTO

JOHDATUS AIHEESEEN

Tapauhtumia on järjestetty aina kautta ihmiskunnan historian, ja ne ovat olleet erinomainen keino tuoda esille paikallista kulttuuria ja traditioita (Smith, MacLeod & Robertson, 2010, s. 66). Uusia tapahtumia kehitetään koko ajan (Smith ym., 2010, s. 67), ja myös vanhojen perinteisten tapahtumien, kuten olympialaisten, Ruisrockin tai Jukolan viestin, suosio jatkuu. Näin tapahtumat houkuttelevat kokonaisuudessaan entistä enemmän kävijöitä, jotka tulevat nauttimaan tunnelmasta ja viihteestä sekä järjestäjäalueen palveluista. Suuret urheilutapahtumat, kuten olympialaiset, ovat nykyään niin mittavia, että niiden ympärille kehitetään muita tapahtumia ja näistä eri tapahtumista luodaan yksi iso suur tapahtuma tai festivaali. (Getz, 2005, s. 29.)

Tutkimuskohteeni Jukolan viesti on Suomen suurin suunnistustapahtuma, joka kokoaa vuosittain yhteen noin 30 000 suunnistuksesta innostunutta ihmistä: toimitsijoita, kilpailijoita, huoltajia ja yleisöä. Tarkka osallistujamäärä ei ole tiedossa, koska tapahtumaan ei myydy lippuja (Jukola/Lukuja), mutta Suomen mittakaavassa tapahtuma on merkittävä. Urheilun suur tapahtumien houkuttelevuus tiedetään, ja järjestäjäkaupunkien niihin suuntaama taloudellinen panos on huomattava. Vuoden 2020 Jukolan viesti järjestetään Rovaniemellä, ja kaupunki tukee tapahtuman järjestelyjä 265 000 eurolla (Passoja, 2016). Järjestäjien ja muiden tapahtumien kanssa tekemisissä olevien on hyvä tietää tapahtumien erilaiset vaikutukset järjestäjäalueelle ja -yhteisölle. Tutkimuksellani voin välittää Rovaniemen tapahtuman järjestäjille tietoa siitä, miten Jukola-tapahtumaa voi hyödyntää ja mitä muiden Jukola-tapahtumien kokemuksista voi oppia.

Tutkimukseni teoreettisena viitekehyksenä toimivat tapahtuman ja suur tapahtuman käsitteet sekä tapahtuman vaikutukset. Pää tutkimuskysymykseni on: Miten tapahtuman hyödyt ja haitat järjestäjäyhteisölle tulevat ilmi Jukolan viestin loppuraporteista? Osakysymykset ovat: Miten paikallisten yritysten ja asukkaiden kanssa tehtävä yhteistyö kuvataan raporteissa? Millainen rooli isäntäkaupungilla on viestin järjestämisessä? Millaisia järjestäjäalueelle koituvia myönteisiä ja kielteisiä vaikutuksia raporteista ilmenee?

AIKAISEMPI TUTKIMUS

Viljanen (2010a) tutki opinnäytteessään Jukolan viestin muuttumista vuosien saatossa. Hän totesi tapahtuman muuttuneen koko ajan ammattimaisempaan suuntaan. Vuosia 1980–1994 Viljanen luonnehti ammattimaistu-

misen kaudeksi, jolloin Jukolan viesti viimeistään nousi suur tapahtumien joukkoon. Vuodet 1995–2009 puolestaan olivat tekniikan ja kaupallistumisen kautta, jolloin tekniikka kehittyi ja koko yön kestävä radiolähetys vaihtui koko yön kestävään televisiolähetykseen. (Viljanen, 2010a, s. 40, 45, 53–54.) Jukolan viestistä on vuosien ja vuosikymmenten myötä kehittynyt taloudellisesti merkittävä tapahtuma, jonka liikevaihto on nykyään yli miljoona euroa (Viljanen, 2010a, s. 91).

Ympäristö otetaan Viljasen mukaan Jukolan viestiä järjestettäessä hyvin huomioon, ja vuonna 1995 viestin ympäristöaristuksesta tehtiin tutkimus. Tapahtuman jatkuvasti kasvaessa on tärkeää tutkia tarkoin sen vaikutukset ympäristöön. Viljanen pitääkin Jukolan viestin yhtenä uhkana ympäristörajoituksia, jotka saattavat rajata pois hyviä suunnistusmaastoja. (Viljanen, 2010a, s. 107–108.) Jukolan viestistä laadittavista loppuraporteista Viljanen toteaa lyhyesti, että niissä kuvataan tarkasti tapahtuman valmisteluprosessi ja että on ensisijaisen tärkeää, että järjestäjät vaihtavat keskenään kokemuksiaan näin suuren tapahtuman rakentamisesta (Jukolan viestit, 1989–2008, 2009, s. 8–12, Viljasen, 2010a, s. 82 mukaan). Viljanen ei tarkastele tutkimuksessaan lähemmin loppuraportteja eikä sitä, millä tavalla järjestäjäalueen ihmisten ja yritysten hyödyt tulevat niissä ilmi.

Suurten urheilutapahtumien vaikutuksia paikallisyhteisöön tutkineiden Kimin, Junin, Walkerin ja Dranen (2014) mukaan paikallisille ihmisille tärkeimpiä myönteisiä asioita olivat yhteisön näkyvyyden lisääntyminen ja imagon paraneminen, kun taas taloudellinen hyöty ei heitä niinkään kiinnostanut. Paikalliset asukkaat eivät siis välttämättä mieti tapahtuman tuomia tuloja, vaan tärkeämpää heille on se, millaisen kuvan omasta yhteisöstä turistit ja media luovat. Kielteisistä vaikutuksista paikalliset pitivät merkittävimpinä tapahtuman aiheuttamia (esimerkiksi tapahtuma-alueen infrastruktuurin parantamisesta aiheutuneita) kustannuksia ja liikenneuhkia, kun taas turvallisuusriskit ja mahdolliset sosiaaliset konfliktit aiheuttivat vähiten huolta. (Kim, Jun, Walker & Drane, 2015, s. 29.)

Matkailijoiden epäasiallinen käyttäytyminen voi pilata tapahtuman maineen paikallisten silmissä ja jopa heikentää asukkaiden ylpeyttä omasta yhteisöstään. Näin on tapahtunut esimerkiksi Australiassa, missä hyvän maineen omannut Australian avoin tennisturnaus sai vuonna 2007 kovan kolauksen, kun turistit käyttäytyivät huonosti. Asia huomioitiin laajalti mediassa, ja tapahtumaan liittyvät myönteiset asiat jäivät kielteisten asioiden varjoon. Samalla australialaisten ylpeys omasta yhteisöstään heikkeni. (Deery & Jago, 2010, s. 22.) Näin tapahtumilla voi olla alueelle myös pitkäaikaisia vaikutuksia sen lisäksi, että ne vaikuttavat lyhyellä aikavälillä enemmän kuin muu

matkailu (Deery & Jago, 2010). On tärkeää tietää, millaisia sosiaalisia vaikutuksia tapahtumilla voi olla, koska parhaimmillaan tapahtumat voivat lisätä merkittävästi paikallisten ylpeydentunnetta omasta alueestaan mutta pahimmillaan vaikutukset voivat olla päinvastaiset.

TUTKIMUKSEN RAKENNE JA KULKU

Esittelen aluksi tapahtuman ja suur tapahtuman käsitteitä sekä tapahtuman vaikutuksia. Seuraavaksi kuvailen aineistoani eli Jukolan viestin loppuraportteja sekä kerron aineistolähtöisestä sisällönanalyysistä. Tämän jälkeen kuvaan aineiston analysointiprosessia ja havaintojen luokittelua käyttäen esimerkkinä vuoden 2013 raportin luokittelua. Analyysin jälkeen ovat vuorossa tulokset. Esittelen analyysin tuloksena määrittelemäni kolme pääluokkaa: tapahtuman kuvaus lukujen valossa, yhteistyön esiintyminen loppuraporteissa sekä Jukolan viestin vaikutukset paikallisiin asukkaisiin. Lopuksi on yhteenvedon vuoro.

URHEILUN SUURTAPAHTUMAN VAIKUTUKSET JÄRJESTÄJÄALUEELLA

Tutkimuskohteenani oleva Jukolan viesti edustaa Suomen mittakaavassa ja kansainvälisestikin urheilun suur tapahtumaa (Viljanen, 2010a, s. 67). Tutkimukseni pääkäsitteet ovat tapahtuma ja suur tapahtuma sekä tapahtuman vaikutukset. Tapahtumamatkailijoiksi luokitellaan kaikki vieraat, työntekijät ja talkoolaiset, jotka matkustavat tapahtumaan (Bohlin, 2000, s. 13, Hakolan & Pasasen, 2009, s. 15 mukaan). Tapahtumalla on aina joitakin vaikutuksia, jotka voidaan jakaa myönteisiin ja kielteisiin (Deery & Jago, 2010, s. 9).

TAPAHTUMA JA SUURTAPAHTUMA

Tapahtumamatkailu on matkailua, kuten muukin matkailu. Ihminen matkustaa tapahtuman houkuttelemana omasta elinympäristöstään matkakohteeseen ja taas takaisin. Tapahtuma voi olla tärkein syy matkustaa paikkakunnalle tai se voi olla vain osa matkan sisältöä. (Bohlin, 2000, s. 13; Hakolan & Pasasen, 2009, s. 15 mukaan.) Useimmat Jukolan viestin vieraat matkustavat paikkakunnalle juuri viestitapahtuman takia, ja tapahtuman aikana Jukolan viesti on todennäköisesti paikkakunnan suurin vetovoimatekijä.

Käsitteenä tapahtuma on moninainen, sillä tapahtumaksi luetaan kaikki paikallisista pienistä tilaisuuksista aina isoihin massatapahtumiin (Hakola & Pasanen, 2009, s. 10). Kaikki tapahtumat ovat tilapäisiä, ja tilapäisyys toimiikin tapahtumien yleisenä määritelmänä (Getz, 2005, s. 15). Tapahtumien luonteeneseen kuuluu spontaanisuus; järjestelyt tapahtuvat sujuvasti ja joustuen, tapahtumaa paikalliseen ympäristöön, yhteisöön ja kulttuuriin mukauttaen (Smith ym, 2010, s. 69). Tapahtuma voi olla suunniteltu tai suunnittelematon. Suunniteltuna se on julkisesti tiedossa ja ihmiset osaavat odottaa sitä. Vaikka osa tapahtumista järjestetään joka vuosi, jokainen tapahtuma on kokemuksellisesti aina ainutlaatuinen. (Getz, 2005, s. 16.) Getzin (2005, s. 17) mukaan seuraavat asiat rakentavat tapahtumien erityisyyttä: autenttisuus, tapahtumien monet tavoitteet, tarpeiden tyydyttäminen, korkea laatu, joustavuus, traditio-naalisuus, symbolisuus, erilaiset teemat, vieraanvaraisuus, tapahtumien henki ja käytännöllisyys. Monet näistä tekijöistä määrittävät myös Jukolan viestiä; kyseessä on tietyn lajin säännöllinen kesätapahtuma, jonka tietävät muutkin suomalaiset kuin suunnistuksen harrastajat (Viljanen 2010a, s. 4).

Kun tapahtumalla on ainakin tuhat katsojaa ja se on tunnustettu urheilun hallintoelimissä, kyseessä on urheilun suur tapahtuma. Lisäksi suur tapahtuman kriteerinä voidaan pitää laajaa mediahuomiota ja vapaaehtoistyöntekijöiden suurta määrää. Suur tapahtumien markkinointi ja rahoitus edellyttävät toimijaa, joka kantaa järjestelyvastuun. Mukana järjestelyissä on myös julkinen sektori, joka usein omistaa suorituspaikat. Suur tapahtumat toimivat liikeyritysten tavoin, jolloin huono taloudellinen tulos voi saattaa järjestäjät suuriin vaikeuksiin. Kisatapahtuma on tuote, jota myydään yleisölle ja sponsoreille ja jota hoitavat ammattilaiset, koska kaikkea ei pystytä hoitamaan talkoovoimin. (Ks. Viljanen, 2010b, s. 113.)

Myös Jukola toimii liikeyritysten tavoin. Tapahtumaa hoitamaan palkataan lukuisia ammattilaisia ja sitä varten tehdään paljon varainhankintaa ja sopimuksia sponsoreiden kanssa. Viestin järjestäjäorganisaatio rakennetaan tapahtumakohtaisesti paikallisista toimijoista, kuten urheiluseuroista, yhdistyksistä ja yrityksistä. Paikallistoimijoiden lisäksi mukana ovat aina Kaukametsäläiset, Suomen suunnistusliitto ja Puolustusvoimat. Järjestäjäorganisaation tavoitteena on tehdä voittoa kaksi euroa työtuntia kohden. Järjestäjäorganisaatio rekrytoi sekä palkallisia että vapaaehtoisia tapahtuman erilaisiin toimitsija-tehtäviin. (Viljanen, 2010a, s. 92–93.) Järjestäjänä olevien paikallistoimijoiden verkosto voi vaihdella vuosittain paljonkin. Ammattimaisuudesta huolimatta urheiluorganisaatiot toimivat edelleen tapahtumien, myös Jukolan viestin, liikkeellepanevana voimana. Ilman urheilujärjestöjen kautta tulevia talkoolaisia suur tapahtumia ei voitaisi järjestää, koska talkoolaiset muodostavat suuren osan käytännön toimijoista. Vapaaehtoistyöntekijöiden rooli on Jukolan

viestissä pysynyt samana vuosien saatossa – vielä nykyäänkin tarvitaan kahvinmyyjiä, roskien kerääjiä ja muita talkoolaisia. (Ks. Viljanen, 2010b, s. 113.)

TAPAHTUMIEN VAIKUTUKSET

Tapahtumilla voi olla alueen asukkaille myönteisiä ja kielteisiä vaikutuksia sekä taloudellisesti että sosiokulttuurisesti (Deery & Jago, 2010, s. 9). Myönteisiä vaikutuksia ovat esimerkiksi työllistyminen, taloudelliset hyödyt, yhteisön ylpeys alueestaan, mahdollisuus tavata uusia ihmisiä ja imagon paraneminen. Kielteisiä vaikutuksia voivat olla turistien huono käyttäytyminen, paikallisten asukkaiden normaalin elämän häiriintyminen, ympäristön pilaantuminen, rikollisuuden lisääntyminen ja taloudellisten varojen suuntaaminen vain tapahtumiin eikä yhteisön tarpeisiin. (Deery & Jago, 2010, s. 17.) Monipuolisen kulttuurielämän – johon kuuluu myös tapahtumia – omaavaa yhteisöä voidaan pitää kaiken kaikkiaan vauraampana kuin yhteisöä, jolla ei ole rikasta kulttuurielämää (Silvanto, 2016, s. 12).

Tapahtumilla ja niiden sosiokulttuurisilla vaikutuksilla voi olla merkittävä rooli paikallisyhteisön kehittämisessä (Smith ym., 2010, s. 69). Paikalliset asukkaat muodostavatkin yhden tapahtumien tärkeimmistä sidosryhmistä. He ovat tapahtuman potentiaalisin kävijäkuunta, ja he voivat olla mukana tekemässä tapahtumasta kestävää. Kun asukkaat ovat aktiivisesti mukana järjestelyissä, tapahtuma voi lisätä yhteisön yhtenäisyyttä, vähentää syrjintää, kohottaa yksittäisten ihmisten itsetuntoa ja kehittää erilaisia taitoja. (Ks. Liu, 2014, s. 984–987.)

Myös urheilutapahtumilla on sekä taloudellisia että sosiokulttuurisia vaikutuksia, mutta taloudellisia vaikutuksia on tutkittu enemmän (Kim ym., 2015, s. 28.) Sosiaalisia vaikutuksia voidaan pitää arvokkaampina, koska ne leviävät tapahtuman järjestäjäyhteisöön tasaisemmin kuin taloudelliset (Holopainen & Maukonen, 2017, s. 104). Jotta tapahtuma saadaan onnistumaan, sekä taloudelliset että sosiaaliset tavoitteet ja vaikutukset on syytä ottaa huomioon tasaapuolisesti (Kim ym, 2015, s. 23).

JUKOLAN VIESTIN LOPPURAPORTTIEN SISÄLLÖNANALYYSI

Tutkimukseni aineistona ovat Jukolan viestin tapahtumajärjestäjien tuottamat loppuraportit vuosilta 2011–2016. Raportteja on saatavilla myös varhais-

semmilta ajoilta, mutta valitsin tutkittavaksi tuoreet raportit. Tapahtuma on kasvanut jatkuvasti, ja sen vaikutukset alueelle ovat raporttien kuvaamina vuosina huomattavasti suuremmat kuin aikaisemmin.

Loppuraportissa on kuvattu kunkin vuoden Jukolan viestin yleiset visiot, arvot ja tavoitteet. Lisäksi on esitetty erikseen eri valiokuntien tavoitteet ja niiden täyttyminen sekä se, mitä parannettavaa tapahtumassa ja sen järjestelyissä on. Raportit ovat pituudeltaan noin 180–230 sivua, ja niissä on käytetty selkeää suomen kieltä. Valiokunnista käytetyt nimitykset vaihtelevat hieman eri vuosina, mutta pääpiirteissään kaikista loppuraporteista löytyvät samat tiedot. Vuonna 2015 valiokunnat olivat: toimistovaliokunta, kilpailuvaliokunta, it-valiokunta, kartta- ja ratavaliokunta, kenttä- ja huoltovaliokunta, markkinointivaliokunta, talousvaliokunta, ravintovaliokunta sekä viestintä- ja areenatuotantovaliokunta. Raportin lopussa on vielä tiivistelmä puolustusvoimien tuesta sekä erilaisia liitteitä. Loppuraportin toimittaa kilpailun järjestelytoimikunta.

AINEISTOLÄHTÖINEN SISÄLLÖNANALYYSI

Analysoin loppuraportteja sisällönanalyysillä. Sitä voidaan pitää joko teoreettisena kehyksenä ja yhdistää se erilaisiin analyysikokonaisuuksiin tai yksittäisenä metodina (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 91). Se soveltuu erinomaisesti aineistoon, joka on valmiiksi teksti- tai kuvamuodossa (Botterill & Platenkamp, 2012, s. 33). Sisällönanalyysillä voidaan tutkia raportteja tai muita dokumentteja systemaattisesti ja objektiivisesti (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 103). Sisällönanalyysi voi olla aineistolähtöinen tai teorialähtöinen (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 108). Teorialähtöisessä sisällönanalyysissä käytetään ennalta luotua viitekehystä, jolloin teema tai käsitekartta antaa analyysille suunnan. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 113).

Käytän tutkimuksessani aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Aineistonani toimivia loppuraportteja voidaan tällä menetelmällä tutkia sujuvasti ja löytää tutkimuksen kannalta oleellista tietoa. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: aineiston pelkistämiseen, klusterointiin eli ryhmittelyyn sekä abstrahointiin eli teoreettisten käsitteiden luomiseen (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 108). Pelkistämisessä analysoitavasta aineistosta karsitaan pois kaikki epäolennainen. Pelkistäminen voit tapahtua esimerkiksi niin, että alleviivataan tutkimuskysymykseen liittyviä ilmaisuja. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 109.) Ryhmittelyssä alleviivatut alkuperäiset ilmaukset jaetaan eri ryhmiin siten, että samaa asiaa tarkoittavat asiat muodostavat oman ryhmän. Luokitteluyksikkönä voi olla jokin ominaisuus tai piirre. Ryhmittelyssä luodaan pohjaa tutkimuksen rakenteelle ja tehdään ensimmäisiä ha-

vainoja tutkittavasta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 110.) Ryhmittelyn jälkeen alkaa abstrahointi, jossa erotetaan tutkimuksen näkökulmasta kaikkein oleellisin tieto ja muodostetaan sen pohjalta teoreettisia käsitteitä. Abstrahointia voidaan kuvata prosessiksi, jossa tutkija muodostaa yleiskäsitteiden kautta kuvauksen tutkimuskohteesta. Teoriaa ja johtopäätöksiä verrataan jatkuvasti alkuperäisaineistoon uutta teoriaa muodostettaessa. Tuloksissa kuvaillaan luokittelujen pohjalta muodostetut kategoriat, ja johtopäätöksissä tutkija pyrkii ymmärtämään, mitä asiat tutkittaville merkitsevät. (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 112–113.)

Aloitin aineistolähtöisen sisällönanalyysin pelkistämällä: kävin kaikki loppuraportit läpi ja alleviivasin jokaisen asian, joka saattoi jollain tavalla liittyä järjestäjäkaupunkiin tai paikallisyhteisöön ja niihin kohdistuviin vaikutuksiin. Tällaisia olivat esimerkiksi isäntäkaupungin kiittäminen yhteistyöstä, maininnat paikallisen yrityksen kanssa tehdystä yhteistyöstä tai tapahtuman tavoitteeksi ilmoitettu paikallisen identiteetin esiin tuominen. Osan raporttien sisällöstä rajasin analyysin ulkopuolelle. Tällaisia olivat esimerkiksi kohdat, joissa kuvattiin yksityiskohtaisesti, kuinka jokin prosessi suoritettiin ja mitä välineitä ja kuinka paljon prosessissa käytettiin. Esimerkiksi aidan rakentamisen kuvaaminen ei tarjonnut mitään oleellista sisältöä tutkimustani varten.

Alleviivauskierroksen jälkeen muodostin luokkia, johon sijoitin havaintojani. Muodostin jokaiselle loppuraportille samat luokat, koska havainnot olivat jokaisessa samanlaisia. Aineiston analyysiesimerkissäni, jota on tarkemmin kuvattu liitteessä 8, olen käyttänyt vuoden 2013 Jämsä-Jukolan loppuraporttia. Luokkia oli yhteensä 11. Luokkien nimet muodostuivat huomattessani, että Kaikissa raporteissa oli käytetty hyvin samantyyllisiä lauseita. Kirjoitin näin ollen jokaisen luokan alle lähes suoraan sen, mitä raportissa oli mainittu siitä asiasta. Tämän jälkeen supistin luokkien määrän kolmeen ja kokosin kaikki havainnot näihin luokkiin. Luokat olivat: yhteistyö, vaikutukset paikallisiin ja alueeseen sekä luvut tapahtuman kuvaajina. Luokka *yhteistyö* muodostui alkuperäisistä kategorioista 1 (yhteistyö kaupungin kanssa), 2 (yhteistyö paikallisten yritysten ja oppilaitosten kanssa) ja 8 (yhteistyö, jota ei ole eritelty). Luokka *vaikutukset paikallisiin ja alueeseen* sisältää alkuperäiset kategoriat 3 (maininta paikallisista asukkaista), 4 (maininta paikallisesta identiteetistä), 5 (markkinointi, tapahtuman näkyvyys paikallisille), 7 (järjestävään urheiluseuraan kohdistuneet vaikutukset), 10 (toimitsijahuomioita) ja 11 (liikenne/ympäristö). Luokkaan *luvut tapahtuman kuvaajina* sijoitin alkuperäisen luokittelun kategoriat 6 (tapahtuman suuruutta kuvaavia lukuja) ja 9 (sosiaalinen media).

Jotkin alkuperäisistä II luokista olisi voinut sijoittaa useampaan pääluokkaan, mutta en päätenyt tähän ratkaisuun. Esimerkiksi ympäristövaikutuksista puhuttaessa viitataan myös yhteistyöhön eri kumppaneiden kanssa.

TUTKIMUSETIIKKA

Tutkimuseettiset kysymykset liittyvät tutkittavien suojaan ja aineiston hankintaan sekä tieteellisen tiedon soveltamiseen, käyttöön ja vaikutuksiin. Lisäksi tutkimuseetiikkaan kuuluvat tieteen sisäiset eli tiedeyhteisöön liittyvät asiat. Tieteen eettisyyden yleisinä arvoina voidaan pitää uuden tiedon tuottamista sekä pyrkimystä riippumattomuuteen ja itsenäisyyteen. (Kuula, 2006, s. 24–25.)

Tutkimuksessani ei ole suuria tutkimuseettisiä ongelmia. Loppuraportit ovat järjestäjien sivuilla kaikkien saatavilla, eikä niissä paljasteta kenenkään henkilötietoja. Tutkimukseni aineisto on siis vapaasti saatavilla – kuka tahansa voi käydä lukemassa raportteja. Loppuraporteissa näkyvät Jukolan viestin järjestäjien ja järjestämisessä auttaneiden nimet, mutta en käytä tutkimuksessani heidän nimiään enkä kohdenna tutkimustani tiettyihin henkilöihin. Noudatan tutkimuksessani hyvää tieteellistä käytäntöä. (Ks. Kuula, 2006.)

PAIKALLISYHTEISÖ JA JÄRJESTÄJÄALUE JUKOLAN VIESTIN LOPPURAPORTEISSA

Ryhmittelin sisällönanalyysin tuottamat havainnot kolmeen pääluokkaan: loppuraporteissa kuvattu yhteistyö, Jukolan viestin vaikutukset paikallisiin asukkaisiin ja ympäristöön sekä tapahtuman kuvaus loppuraportissa esitetävien lukujen avulla. Esittelen seuraavassa näitä luokkia aloittaen tapahtuman kuvauksesta lukujen avulla. Sen jälkeen kerron yhteistyön näkymisestä raporteissa ja viimeiseksi tapahtuman vaikutuksista paikallisiin asukkaisiin ja ympäristöön.

LUVUT TAPAHTUMAN KUVAAJANA

Erilaisilla luvuilla kuvataan loppuraporteissa Jukolan viestiä tapahtumana. Luvut kertovat muun muassa tapahtuman kävijämääristä ja näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa. Lähes jokaisessa raportissa on kohta ”Jukolan vies-

ti lukuina”, joka antaa kuvan tapahtuman suuruudesta. Kilpailijoita on ollut keskimäärin noin 16 500 ja joukkueita on saapunut yli 20 maasta. Kokonaiskävijämääräksi ilmoitetaan joissakin loppuraporteissa yli 40 000 kävijää. Lisäksi raporteissa kerrotaan, kuinka paljon tapahtuman kotisivuilla on kävijöitä, Facebook-sivuilla tykkääjiä ja Twitter-tilillä seuraajia. Facebookin ja Twitterin suosio on kasvanut jatkuvasti. Vuonna 2016 Facebook tykkääjiä oli 15 500 ja suosituinta julkaisua katsottiin noin 176 000 kertaa.

Kaikki edellä mainitut luvut kertovat siitä, että Jukolan viesti on urheilun suur tapahtuma, jonka merkittävyys on Suomen mittakaavassa erittäin suuri. Järjestäjäalueelle Jukolan viesti on suuri mahdollisuus. Yli 40 000 kävijää merkitsee mahdollisuutta tuoda esille omaa aluetta ja saada kansallista näkyvyyttä. Kävijämäärää voidaan verrata Rovaniemen asukaslukuun, joka on noin 60 000. Jukolan viestin aikana vuonna 2020 Rovaniemi on täynnä suunnistushenkisiä ihmisiä, jotka haluavat kokea hienon perinteisen tapahtuman. Kun joukkueita on mukana yli 20 maasta, tapahtuma mahdollistaa myös kansainvälisen näkyvyyden.

Sosiaalisen median luvut osoittavat, että järjestäjät osaavat hyödyntää sosiaalisen median kanavia ja saavat sitä kautta tapahtumalle näkyvyyttä. Loppuraporteissa kerrotaan, kuinka sosiaalisessa mediassa toimittu. Esimerkkinä tästä on päätös hashtagin #jukola vakiinnuttamisesta Twitterissä.

Sosiaalinen media on nykyään myös erinomainen yhteistyön väline. Loppuraporteista käy ilmi, että sosiaalisen median kanavilla käytyjen erilaisten kilpailujen avulla on tehty yhteistyötä toistaiseksi vain tärkeimpien yhteistyökumppanien kanssa. Yhteistyötä voisi tehdä myös paikallisten ihmisten, yritysten ja isäntäkaupungin kanssa. Sosiaalisessa mediassa voidaan luoda näkyvyyttä itse tapahtuman lisäksi myös paikallisille asukkaille ja toimijoille – ja tuoda näin esille esimerkiksi paikallista identiteettiä sekä paikallisen yhteisön ja alueen moninaisuutta.

YHTEISTYÖ

Yhteistyötä kuvataan loppuraporteissa monella eri tavalla. Raporteissa mainitaan isäntäkaupungin apu, paikallisten oppilaitosten ja yritysten kanssa tehty yhteistyö, järjestävään urheiluseuraan kohdistuneet vaikutukset sekä yhteistyö maanomistajien kanssa. Myös järjestäjien mukaan saamien yhteistyökumppaneiden määrä kerrotaan. Yhteistyötä kuvaillaan yleensä hyvin lyhyesti, yhdellä tai kahdella lauseella. Esimerkiksi vuoden 2015 loppuraportissa todetaan: *Paikalliselta verkkoyhtiöltä Caruna Oy saatiin apua muuntajien vaihdoissa, maakaapeleiden hankinnassa sekä tilapäisten liittymien mittaroinnissa.*

Vuoden 2011, 2013, 2015 ja 2016 loppuraporteissa mainitaan yhdeksi Jukolan viestin tavoitteeksi saada tuottoa ja näkyvyyttä alueen talouselämälle. Järjestäjillä oli tavoitteena tehdä yhteistyötä ja luoda hyvä tapahtuma paikallisten osajien kanssa sekä lisätä samalla paikallisten yritysten näkyvyyttä. Tämä tarjoaa merkittäviä mahdollisuuksia. Yhdessäkään loppuraportissa ei kuitenkaan kerrota, onnistuttiinko tässä tavoitteessa halutulla tavalla. Taloudelliset hyödyt kuuluvat joka tapauksessa tapahtuman mahdollisiin myönteisiin vaikutuksiin (Deery & Jago, 2010, s. 17). Kyseessä on tärkeä tavoite, jonka toteutumisesta olisi hyvä kertoa loppuraporteissa. Näin tulevat järjestäjät voisivat tämän tiedon pohjalta markkinoida Jukolan viestiä alueensa yrityksille.

Kerrottaessa toteutuneesta konkreettisesta yhteistyöstä yritysten kanssa mainitaan, ovatko yritykset paikallisia. Esimerkiksi vuoden 2015 loppuraportissa kerrotaan: *Ompelusetit ja saksat ostettiin paikalliselta Fine Medical Oy:ltä, Lääkkeet ja infuusionesteet tilattiin paikallisen Pyhän Henrikin apteekin kautta.* Vuoden 2014 loppuraportissa mainitaan Talous ja markkinointi -valiokunnan onnistuneen maakunnallisten yhteistyökumppaneiden saamisessa.

Raporteista käyvät myös ilmi erilaiset yhteistyön muodot. Selvästi yleisin yhteistyön muoto oli sähkösopimus paikallisen sähköyrityksen kanssa. Kokoonsa nähden Jukolan viestillä näyttää olevan yllättävän vähän erilaisia yhteistyösopimuksia paikallisten yritysten kanssa. On tosin mahdollista, että ne mainitaan raporteissa vain, jos yritys on tehnyt jotain selvästi konkreettista tapahtuman järjestämiseen liittyvää. Yhteistyötä voitaisiin joka tapauksessa tehdä huomattavasti enemmän, jotta loppuraporttien tavoitteiden mukaiset vaikutukset alueen talouselämään toteutuisivat. Esimerkiksi paikallista ruokakulttuuria voitaisiin esitellä yhdessä paikallisten ravintoloiden kanssa myymällä heidän valmistamiaan ruoka-annoksia viestin tapahtuma-alueella. Vuoden 2011 ja 2016 loppuraporteissa mainitaan jopa, että paikalliset yritykset eivät uskaltaneet tai halunneet lähteä mukaan tukemaan Jukolan viestin järjestelyjä.

Vuoden 2014 loppuraportissa on mielenkiintoinen kehitysehdotus: *Yritysvieraille ja paikallisille yhteistyökumppaneille voitaisiin kehittää suunnistukseen liittyviä tietoisuuksia tai vaikka kartanlukukoulutusta lajiin kohdistuvaa mielenkiintoa kohottamaan.* Tämä ehdotus saattaa kertoa siitä, että yritykset eivät oleinnostuneet lähtemään mukaan, koska suunnistusta ja Jukolan viestiä ei koeta kiinnostavaksi. Toki kyseessä voi olla vain yleinen ehdotus. Jättäisikö paikallinen yritys käyttämättä mahdollisuuden tuoda omaa yritystään esille vain sen takia, ettei suunnistus kiinnosta lajina?

Vuoden 2012 loppuraportissa ilmoitetaan tavoitteeksi: *Seurat saavat palkaksi kohtuullisen tulon, joka käytetään oman seuran edistämiseen.* Tämänkaltainen

tavoite on myös vuoden 2014 ja 2016 raporteissa. Näinkin isoa tapahtumaa toteutettaessa on tärkeää, että järjestäjäseura voi samalla kehittää omaa toimintaansa ja hyötyä taloudellisesti. Vuoden 2016 loppuraportissa kerrotaan, ettei kohtuullisen tulon tavoite toteutunut, koska sää oli myrskyinen ja tuoton sijasta seuralta jäi saamatta 0,3–0,4 miljoonaa euroa kävijämäärän jäätyä odotettua pienemmäksi. Lisäksi osa osuuisännistä vaati korvauksia, koska mainokset kastuivat eivätkä näkyneet kunnolla. Jos Jukolan viestiä ei pystytä suunnittelemaan niin, että se kestäisi sää kuin sään, onko järkevää enää kasvattaa sitä? Kyseessä on suur tapahtuma, ja suur tapahtumat toimivat liikeyritysten tavoin eli huono taloudellinen tulos voi saattaa järjestäjät suuriin vaikeuksiin (ks. Viljanen, 2010b, s.113).

Paikalliset oppilaitokset, kuten ammattikorkeakoulut ja ammattiopistot, ovat mahdollisia yhteistyökumppaneita Jukolan viestin järjestämisessä. Useimmissa loppuraporteissa tämänkaltaisen yhteistyö tulee esille. Kattavimmin paikalliset oppilaitokset on otettu mukaan tapahtuman järjestämiseen vuonna 2014. Tuon vuoden loppuraportissa kiitetään Savonia-ammattikorkeakoulun suurta panosta monella eri osa-alueella. Lisäksi kerrotaan yhteistyöstä Savon ammatti- ja aikuisopiston sekä Savon koulutus kuntayhtymän kanssa. Myös vuosien 2011, 2013 ja 2016 raporteissa kerrotaan paikallisten oppilaitosten opiskelijoiden avusta. Esimerkiksi vuonna 2011 ja 2016 opiskelijat olivat auttamassa ensiavussa.

Kaikkien Jukolan viestin järjestäjien olisi hyvä selvittää, millaista yhteistyötä paikallisten oppilaitosten kanssa voi tehdä. Oppilaitosten avulla viestistä saadaan tehtyä enemmän koko yhteisön tapahtuma ja vastineeksi oppilaitokset saavat näkyvyyttä. Hyöty on siis molemminpuolinen, ja erityisesti hyötyä on opiskelijoille, jotka pääsevät näyttämään taitojaan tällaisessa ainutlaatuisessa tapahtumassa. Esimerkiksi vuonna 2016 eräs opiskelija teki opinnäytetyön ensiavun järjestelyistä. Tapahtuma voi kehittää myös yksittäisten ihmisten henkilökohtaisia taitoja (Matarosso, 1997, Liun, 2014 s. 985 mukaan).

Isäntäkaupunki tai isäntäkaupungit ovat esillä jokaisessa loppuraportissa. Yhteistyötä ja järjestelyapua kuvataan aina myönteiseen sävyyn, mutta toisissa raporteissa se on esillä vähemmän kuin toisissa. Vuoden 2013 ja 2016 loppuraporteissa isäntäkaupunki mainitaan vain kerran. Vuoden 2016 loppuraportissa kiitetään Lappeenrannan kaupunkia yhteistyöstä mutta ei kerrota tarkemmin, mitä yhteistyöhön kuului. Yhteistyö on voinut olla hyvinkin hedelmällistä, mutta se ei selviä raportista. Vuosien 2012, 2014 ja 2015 loppuraporteissa isäntäkaupungin rooli ja yhteistyö tuodaan tarkemmin esille. Vuoden 2014 loppuraportissa kiitetään Kuopion kaupungin taloudellista ja hengellistä tukea sekä mainitaan, että Kuopio ymmärsi, millainen mahdolli-

suus Jukolan viesti on kaupungin näkyvyydelle. Vuoden 2015 loppuraportissa järjestäjät kiittivät Paimion, Turun ja Kaarinan kaupunkeja erilaisista panoksista; erityisesti kenttä- ja huoltovaliokunnan osuudessa kaupunkeja kiitettiin korvaamattomasta avusta.

Vuoden 2014 raportissa kuvattu Kuopion kaupungin toiminta on hyvä esimerkki siitä, kuinka järjestäjien ja isäntäkaupungin tulisi toimia yhdessä. Jos järjestäjät saavat isäntäkaupungin sitoutumaan mukaan Jukolan viestiin tai kaupunki itse tunnistaa sen tuomat mahdollisuudet, tapahtumalla on hyvä perusta. Jos isäntäkaupunki tukee tapahtumaa vahvasti, on todennäköistä, että koko alue yrityksineen ja asukkaineen tiedostaa Jukolan viestin merkittävyyden.

VAIKUTUKSET PAIKALLISIIN ASUKKAISIIN

Paikallisuus ja vaikutukset paikallisiin asukkaisiin tulevat esille loppuraporteissa esitetyissä tavoitteissa sekä muissa kohdissa, joissa mainitaan alueen asukkaiden rekrytoiminen vapaaehtoisiksi ja toimitsijoiksi, tapahtuman markkinointi asukkaille, paikallisen identiteetin nostaminen sekä järjestäjäseura. Paikallisia asukkaita koskevat lisäksi Jukolan viestin liikenne- ja ympäristövaikutukset, joista loppuraporteissa puhutaan. Ympäristövaikutuksia tarkastelen lähemmin seuraavassa alaluvussa.

Paikallisen identiteetin esiintuominen on hyvä keino saada asukkaat ja yritykset tuntemaan ylpeyttä tapahtumasta sekä saada heidät osallistumaan sen järjestämiseen. Useina vuosina järjestäjät ovatkin asettaneet yhdeksi Jukolan viestin tavoitteeksi tai visioksi paikallisen identiteetin tai alueen tunnettuuden kasvattamisen. Esimerkiksi vuoden 2015 loppuraportissa kerrotaan: *Nimesimme tapahtumamme Louna-Jukolaksi. Halusimme korostaa tällä paikallista identiteettiä.* Myös vuoden 2016 tapahtuman nimi Lappee-Jukola valittiin korostamaan paikallista identiteettiä. Näiden tapahtumanimien lisäksi ainoastaan vuoden 2016 loppuraportissa kerrotaan, millä tavoin paikallista identiteettiä on pyritty tuomaan esille: luomalla erilaisia maaseututeemaisia rekvisiittoja. Tämä pyrkimys tosin epäonnistui sään takia. Muissa loppuraporteissa paikallisen identiteetin korostaminen jää siis vain maininnaksi alussa esitetyissä tavoitteissa. Raporteissa ei myöskään kerrota, miten paikallisen identiteetin vahvistamisessa on onnistuttu. Vuoden 2014 loppuraportissa todetaan, että kaikissa tavoitteissa onnistuttiin, mutta siinäkin ei kerrota, millä tavalla paikallista identiteettiä tuotiin esille ja kuinka onnistuneesti.

Tapahtuman nimeäminen on jo hyvä alku paikallisen identiteetin korostamiseen, mutta siihen on myös lukuisia muita keinoja. Tapahtuman loppu-

raportissa tulisi kertoa, miten näitä on käytetty. Näin raportit antaisivat tuleville järjestäjille ideoita siitä, kuinka he voisivat tuoda esille oman alueen paikallista identiteettiä.

Jukolan viestin markkinointiin paikallisille asukkailla on panostettu kaikkina vuosina. Paikallislehdissä on ollut mainoksia, ja lisäksi on mainostettu radiossa sekä eri tapahtumissa ja keskeisillä paikoilla järjestäjäkaupungissa. Vuonna 2016 toteutettiin kahdeksan viikon leditaulukampanja ja vuonna 2015 markkinointitapahtuma aivan Turun keskustassa. Tavoitteena oli saada Jukolan viestille hyvä näkyvyys katukuvassa ja paikalliset asukkaat tietoisiksi tapahtumasta.

Jukolan viestin järjestäjät pyrkivät hyvin aktiivisesti rekrytoimaan toimitsijoita tapahtumaan. Muutamassa loppuraportissa mainitaan tavoitteeksi hyvä yhteistyö paikallisten kanssa ja alueen talkookulttuurin nostattaminen. Toimitsijoiden rekrytoimiseksi järjestäjät ovat mainostaneet lehdissä. Vuonna 2014 talkootyöläisiä tiedusteltiin lähialueiden yhdistyksiltä ja seuroilta. Vuonna 2016 lähetettiin rekrytointikirje kyläyhdistykselle, yliopistolle, ammattikorkeakoululle ja urheiluseuroille.

Vuonna 2013 paikallisten asukkaiden rekrytoimisessa onnistuttiin erittäin hyvin, kun noin 900 eli runsaat puolet kaikista toimitsijoista oli paikallisia. Tapahtuma siis luotiin aidosti paikallisten asukkaiden avulla, ja näin siitä tuli koko yhteisön tapahtuma. Paikallisten ihmisten hyvällä rekrytoimisella voidaan saada myös paremmin esille aiemmin mainittua paikallista identiteettiä: Jukolan viestistä tulee asukkaiden näköinen tapahtuma, ja he voivat tuntea ylpeyttä omasta paikkakunnasta ja tapahtumasta. Talkootyöllä tai sen laininlyömisellä voi olla myös kielteisiä vaikutuksia. Esimerkiksi vuoden 2014 loppuraportissa kerrotaan järjestäjäseuran saaneen hieman kyseenalaisen maineen, koska oman seuran jäsenet juoksivat Jukolan viestissä eivätkä osallistuneet sen toteuttamiseen.

VAIKUTUKSET ALUEEN YMPÄRISTÖÖN

Ympäristövaikutukset tulevat luonnollisesti esille suur tapahtuman järjestämisessä. Kun tapahtuma-alueella on samaan aikaan noin 40 000 henkilöä ja lisäksi kilpailurakennuksia, luonto joutuu kestävänsä kovan rasituksen. Jukolan viestien kilpailumaastoihin sisältyy monia arvokkaita luontokohteita. Vuonna 2012 viestin kilpailumaastosta tuli kesken järjestelyjen kansallispuisto.

Loppuraporteissa käy ilmi, että kielteisten ympäristövaikutusten minimointi on järjestäjille tärkeä asia. Tapahtuma on pyritty aina järjestämään mahdoll-

lisimman ympäristöystävällisesti. Ympäristöhaittojen ennaltaehkäisemiseen on kiinnitetty paljon huomiota. Järjestäjät ovat tehneet esimerkiksi ympäristösuunnitelman ja luontokartoituksen, jonka avulla ratamestari on osannut rajata tärkeät luontokohteet kilpailureitin ulkopuolelle. Erityisen arat alueet on pyritty jokaisena vuonna eristämään kokonaan tapahtuman ulkopuolelle. Lisäksi on tehty paljon yhteistyötä isäntäkaupunkien, urheiluliittojen ja -seurojen sekä viranomaisten kanssa, jotta kielteiset vaikutukset ympäristöön jäisivät mahdollisimman pieniksi.

Vuoden 2014 loppuraportissa mainitaan ympäristörasituksen olleen maastossa odotettua suurempaa, mutta rasitusta ja sen vaikutuksia tapahtuman jälkeen ei täsmennetä. Muina vuosina ympäristössä ei raporttien mukaan ole ilmennyt suurempia ongelmia tapahtuman jälkeen. Tapahtuma voi vaikuttaa ympäristöön myönteisestikin. Vuoden 2012 loppuraportissa todetaan: *--alueen voidaan arvioida jääneen siistimpään kuntoon kuin se oli ennen tapahtumaa, mikä olikin järjestäjien tavoite.*

Jukolan viestin kokoinen tapahtuma tuo alueelle paljon normaalia enemmän liikennettä – busseja, henkilöautoja ja matkailuautoja. Loppuraportissa on ilmoitettu tarkat ajoneuvojen määrät. Keskimäärin Jukolan viestin pysäköintipaikoilla on ollut noin 5 000 henkilöautoa. Vuoden 2013 raportissa kerrotaan kantatie 56:n sulkemisesta, mikä vaikutti jonkin verran alueen liikenteeseen. Liikennettä ei kuitenkaan yleensä mainita raporteissa ongelmanna. Vuonna 2011 liikenteen aiheuttamia haittoja vähennettiin tarjoamalla toimitsijoille ilmaiset bussikuljetukset tapahtumapaikalle, ja vuonna 2012 pyrittiin hyödyntämään mahdollisimman paljon joukkoliikennettä kaikessa liikkumisessa. Nämä keinot muistuttavat useiden musiikkifestivaalien käyttämää ratkaisua eli ”festaribussia”, joka kuljettaa kävijöitä kaupungista tapahtuma-alueelle ja takaisin. Tämänkaltaisen ratkaisu onkin toimiva keino liikenneuhkien vähentämiseen suur tapahtumissa.

YHTEENVETO

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, millaisia hyötyjä ja haittoja Jukolan viestistä on järjestäjäalueelle. Aineistona käytin vuosien 2011–2016 Jukolan viestien loppuraportteja, jotka analysoin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä. Aineistoni oli laaja, ja raporteissa oli paljon erilaista tietoa Jukolan viestin toteuttamisesta. Sisällönanalyysi soveltui aineistooni hyvin, ja pystyin sitä käyttäen rajaamaan laajoista raporteista tutkimukselleni oleellisen tiedon.

Relevantin tiedon rajaamisen jälkeen luokittelu eteni sujuvasti ja pystyin helposti muodostamaan 11 luokkaa, jotka sain edelleen tiivistettyä kolmeen pääluokkaan: yhteistyö, vaikutukset paikallisiin asukkaisiin ja ympäristöön sekä luvut tapahtuman kuvaajina.

Analyysimenetelmäni oli toimiva, ja onnistuin löytämään aineistosta Jukolan viestin aiheuttamia sekä taloudellisia että sosiaalisia hyötyjä ja haittoja. Hyötyjä ovat esimerkiksi yhteistyö paikallisten yritysten ja oppilaitosten kanssa, paikallisen yhteisön yhtenäisyyden tiivistyminen, ympäristöstä huolehtimisen parantuminen sekä laaja kansallinen näkyvyys. Nämä hyödyt eivät kuitenkaan välttämättä realisoidu täysimääräisesti, vaan ne voivat jäädä vähäisiksi tai kääntyä haitaksi. Ympäristö joutuu kovalle rasiitukselle, vaikka siitä pyritäänkin pitämään hyvää huolta. Paikallisia asukkaita ei välttämättä saada rekrytoitua toimitsijoiksi, eikä tapahtumasta näin tule täysin paikallisen yhteisön omaa. Paikallisia yrityksiäkään ei aina hyödynnetä kovin paljon, jolloin paikallinen osaaminen ei pääse esille.

Jukolan viesti tarjoaa järjestäjäalueelle monia merkittäviä mahdollisuuksia. Se on suurtapahtuma, jonka järjestämiseen tarvitaan paljon yhteistyökumppaneita. Potentiaalisia yhteistyökumppaneita ovat isäntäkaupunki, paikalliset oppilaitokset ja paikalliset yritykset. Näiden rooli on eri vuosien tapahtumissa vaihdellut. Paikallisten oppilaitosten opiskelijoita on ollut lähes aina mukana erilaisissa tehtävissä, ja tätä yhteistyötä kannattaa Jukolan viestin järjestäjien jatkaa. Paikallisten yritysten mukanaolosta kerrotaan loppuraporteissa yllättävän vähän. Yhteistyö yritysten kanssa tulee kyllä esiin, mutta tämän kokoisessa tapahtumassa yhteistyötä voisi olettaa olevan huomattavasti enemmän. Näin saataisiin enemmän hyötyä myös paikalliselle talouselämälle, mikä monessa loppuraportissa on mainittu tapahtuman yhdeksi tavoitteeksi. Parhaassa tapauksessa isäntäkaupunki tukee tapahtumaa ja sen järjestäjiä vahvasti, paikallisten oppilaitosten opiskelijoita on auttamassa järjestelyissä etukäteen ja tapahtuman aikana, ja lisäksi tehdään monipuolista yhteistyötä paikallisten yritysten, yhdistysten ja eri urheiluseurojen kanssa.

Järjestäjät aloittavat tapahtuman markkinoimisen hyvissä ajoin ja pyrkivät saamaan paikallislehtien ja erilaisten markkinointitapahtumien avulla paikalliset asukkaat tietoisiksi tapahtumasta. Ensimmäiseksi pyritään saamaan paikallisia asukkaita toimitsijoiksi tapahtumaan. Vuoden 2013 Jukolan viestissä toimitsijoista yli puolet oli paikallisia, kun taas seuraavana vuonna 2014 oman seuran väki osallistui enemmän viestikilpailuun kuin tapahtuman järjestämiseen, ja järjestäjäseura sai tämän takia jonkin verran huonoa mainetta. Paikallisten ihmisten rekrytoimiseen kannattaa panostaa, koska yhteisö kokee tapahtuman sitä enemmän omakseen ja paikallinen identiteetti tu-

lee sitä paremmin esiin, mitä vahvemmin asukkaat ovat siinä mukana. Onnistuneen tapahtuman jälkeen paikalliset voivat olla ylpeitä tapahtumasta ja omasta paikkakunnastaan.

Jukolan viestin ympäristövaikutuksiin kiinnitetään erittäin paljon huomiota ja ne pyritään minimoimaan ja ennaltaehkäisemään. Loppuraporttien mukaan ympäristöhaittojen minimoimisessa on useimmiten onnistuttu hyvin. Ympäristövaikutusten hallinta onkin välttämätöntä, jotta Jukolan viesti voidaan tulevaisuudessakin järjestää nykyisessä laajuudessa.

Loppuraporteissa esitetään paljon lukuja, jotka kuvaavat tapahtuman mitakaavaa. Kilpailijoita on vuosittain keskimäärin 16 500 ja kävijöitä yhteensä noin 40 000. Jukolan viesti on urheilun suur tapahtuma, josta alue hyötyy parhaiten, kun järjestäjäorganisaatio verkostoituu laajasti paikallisten toimijoiden kanssa ja tapahtuma toteutetaan yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa. Järjestäjien tulisi tehdä tapahtumasta mahdollisimman paikallinen eli panostaa paikallisiin yhteistyökumppaneihin ja asukkaisiin sekä markkinoida aluetta aktiivisesti näiden kanssa. Vuoden 2011 loppuraportissa todetaan: *Kauppavalintoja/mahdollisuuksia tutkittaessa kannattaa jatkossakin arvottaa paikallisten yhteistyökumppaneiden suosiminen, koska onhan elämää Jukolan jälkeenkin.*

Rovaniemi järjestää Jukolan viestin vuonna 2020. Jotta tapahtumasta saadaan Rovaniemen näköinen ja yhteisölle tärkeä, järjestäjien kannattaa rekrytoida tapahtuman toteutukseen mukaan mahdollisimman paljon paikallisia asukkaita. Lisäksi kannattaa tehdä mahdollisimman paljon yhteistyötä paikallisten oppilaitosten ja yritysten kanssa – niistä löytyy osaamista tapahtuman järjestämiseen. Näin Jukolan viestistä koituu Rovaniemelle sekä taloudellista että sosiaalista hyötyä.

Jokainen järjestäjäalue on erilainen, ja näin ollen esimerkiksi yhteistyömahdollisuudet paikallisten toimijoiden kanssa ovat erilaiset. Kunkin vuoden Jukolan viestin järjestäjät toimivat sen mukaan, mikä on mahdollista kyseisellä alueella ja yhteisössä. Loppuraporttien vertailu osoitti kuitenkin, että Jukolan viestin tuomat hyödyt ja haitat ovat olleet varsin samanlaisia eri vuosina ja eri paikkakunnilla. Kiinnostavaa olisi tutkia jonkin toisen Suomessa järjestettävän suur tapahtuman vaikutuksia ja verrata niitä Jukolan viestin vaikutuksiin.