

Maarit Kinnunen

”TODELLA HYVÄ MEININKI KYLÄLLÄ” –
KULTTUURITAPAHTUMAN KOKONAISELÄMYKSEEN
VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Pro gradu -tutkielma

Matkailututkimus / Matkailun

liiketoimintaosaamisen suuntautumisvaihtoehto

Kevät 2013

Lapin yliopisto, yhteiskuntatieteiden tiedekunta

Työn nimi: ”Todella hyvä meininki kylällä” – Kulttuuritapahtuman kokonaiselämykseen vaikuttavat tekijät

Tekijä: Maarit Kinnunen

Koulutusohjelma/oppiaine: Matkailututkimus

Työn laji: Pro gradu -työ_X_Sivulaudaturtyö__Lisensiaatintyö__

Sivumäärä: 136

Vuosi: 2013

TIIVISTELMÄ

Tavoitteena oli muodostaa aineistopohjainen kotimaisten kulttuuritapahtumien tuottamaa kokonaiselämystä kuvaava malli. Aineiston muodostivat 11 tapahtumasta kerätty 818 nettikyselyvastausta, 26 haastattelua ja 51 eläytymistarinaa. Kokonaiselämykseen vaikuttaviksi tekijöiksi nousivat ydin- ja oheisohjelma, ihmiset, ympäristö, palvelut ja tuotteet, kesä ja sää, strategiset linjaukset sekä tunnelma. Kokonaiselämystulkinta syntyy näiden tekijöiden erilaisista kombinaatioista kokijan subjektiivisen näkemyksen kautta. Vastausten pohjalta osallistujat voitiin jakaa hedonisteihin, aktiiveihin sekä kaikkiruokaisiin tapahtumakävijöihin. Hedonistit ovat nuoria, sosiaalisessa mediassa reflektioivia rockfestivaaliosallistujia. Aktiivit ovat tiedostavia kuluttajia, jotka ovat valmiita käyttämään eniten rahaa. Kaikkiruokaiset käyvät kaikkein monipuolisimmin erilaisissa kulttuuritapahtumissa, ja he ovat kävijöistä vanhimpia.

Kokonaiselämyskäsitteeseen liittyy viisi diskurssia: laatu- ja kaupallisuusdiskurssi, yhteisöllisyys- ja chillailudiskurssi sekä identiteettidiskurssi. Laatudiskurssiin liittyy keskustelu ohjelman ja palvelujen laadusta. Laatudiskurssin vastakohtaksi nousee kaupallisuusdiskurssi, missä pelätään kulttuuritapahtuman viihteellistymistä ja muuttumista rahankeruutapahtumaksi, jonka kehittämisessä ei panosteta enää ohjelmiston laatuun ja ainutkertaisuuteen. Yhteisöllisyysdiskurssi liittyy tapahtuman yleisöön, talkoolaisiin ja esiintyjiin. He muodostavat väliaikaisen yhteisön, jolla on oma henki ja omat norminsa. Tärkeimmät yhteisöllisyyden piirteet ovat pyrkimys tasa-arvoon, suvaitsevaisuus ja se, että tapahtumaan osallistuminen on mahdollista kaikille. Chillailudiskurssi on puhetta hengailusta, yhdessä oleskelusta. Identiteettidiskurssi kuvaa kulttuuritapahtuman antia kävijälle – tähän voi liittyä pienimuotoista transformaatiota, mutta olennaisempaa on muistojen muodostuminen, uuden oppiminen ja uusien virikkeiden saaminen.

Positiivisiin kokonaiselämyksiin vaikuttavat eniten ihmiset, ydinohjelma, tunnelma, oheisohjelma, ympäristö ja strategiset linjaukset. Kun tarkastellaan tekijöitä, jotka voivat pilata elämyksen, olennaisimpia ovat strategiset linjaukset, palvelut ja ydinohjelma. Kulttuuritapahtumajärjestäjien tulisikin kiinnittää huomiota omiin strategisiin linjauksiinsa, sillä tapahtuman imago syntyy niiden kautta.

Avainsanat: kulttuuritapahtuma, festivaalit, kokonaiselämys, yleisötutkimus, tunnelma
Suostun tutkielman tallentamiseen yliopiston WWW -palvelimelle
Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi

The title of the pro gradu thesis: “Great thing going on” – Factors contributing to the total experience of a cultural event

Author: Maarit Kinnunen

Degree programme / subject: Tourism Research

The type of the work: pro gradu thesis laudatur thesis

Number of pages: 136

Year: 2013

ABSTRACT

The objective of this work was to construct a model based on the collected data describing the total experience produced by domestic cultural events. Data consisted of 818 web survey responses, 26 interviews and 51 empathy-based stories collected from 11 different events. Factors contributing to the total experience were core programme and supplementary programme, people, environment, services and products, summer and weather, strategic guidelines and atmosphere. The interpretation of the experience arises from different combinations of these factors through the subjective view of the experiencer. According to the responses, the participants can be divided into hedonistic, active and open-minded visitors. Hedonists are young rock festival participants who reflect their feelings through social media. Active visitors are conscious consumers who are ready to spend more money than others. Open-minded are the most versatile in their choice of cultural events and they are also the oldest of the participants.

There are five discourses concerning the concept of the total experience: the quality and the commercialism discourse, the sense of community and the chill-out discourse, and the identity discourse. The quality discourse is related to the discussion about the quality of the programme and services. The opposite of the quality discourse is the commercialism discourse where there exists the fear of the increase of entertainment element and the transformation of the festival into a money-grubbing event with no aim to invest in the quality or uniqueness of the programme. The discourse about the sense of community relates to the audience, the volunteers and the performers of the event. They form a temporary community that has its own spirit and its own norms. The most important characteristics of the sense of community are egalitarianism, tolerance and accessibility. The chill-out discourse is speech about hanging around, being together. The identity discourse describes the offerings of the cultural event to its visitor: this may include small-scale transformation but fundamentally it is about gaining memories, learning new things and getting new stimuli.

The factors affecting most to the positive total experiences are people, core programme, atmosphere, supplementary programme, environment and strategic guidelines. The factors that can spoil the experience are strategic guidelines, services and core programme. The organizers of cultural events should pay special attention to their strategic guidelines since they lead to the event image.

Keywords: cultural event, festivals, total experience, audience research, atmosphere

I give a permission the pro gradu thesis to be read in the Library

I give a permission the pro gradu thesis to be read in the Provincial Library of Lapland

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO.....	7
2	YDINKÄSITTEET	10
2.1	Kulttuuritapahtuma ja -festivaali	10
2.2	Elämys	12
2.3	Kokonaiselämys.....	15
3	AINEISTO JA METODOLOGIA	22
3.1	Tutkitut tapaukset	22
3.2	Aineisto.....	26
3.3	Tutkimusetiikka	33
3.4	Metodologia.....	35
3.5	Raportointi	39
4	TULOKSET	44
4.1	Kokija	45
4.2	Ydinohjelma	51
4.3	Oheisohjelma	53
4.4	Ihmiset	55
4.5	Palvelut ja tuotteet	63
4.6	Ympäristö	67
4.7	Kesä ja sää	74
4.8	Strategiset linjaukset.....	76
4.8.1	Rahoituskanavat	77
4.8.2	Saavutettavuus.....	80
4.8.3	Säännöt	82
4.8.4	Kestävä kehitys	83
4.8.5	Ohjemapolitiikka.....	88
4.8.6	Viestintäpolitiikka	89
4.8.7	Yleisön määrä.....	91
4.8.8	Laatuvaatimukset	92
4.9	Tunnelma	94
4.10	Koettu kokonaiselämys.....	97
5	YHTEENVETO	102
5.1	Tutkimuksen arviointi.....	107
5.2	Jatkotutkimuskohteita.....	111

KIITOKSET	113
LÄHTEET	114
LIITE 1. Nettikysely	124
LIITE 2. Puhelinhaastattelukysymykset	134
LIITE 3. Eläytymistarinoiden kehyskertomukset	135
LIITE 4. Kosketukset tutkittaviin tapahtumiin	136

Kuvaluettelo

Kuva 1 Ahon matkailuelämyksen prosessimalli	14
Kuva 2 Sundbon ja Hagedorn-Rasmussenin kokonaiselämystuote	16
Kuva 3 Getzin elämysmalli	17
Kuva 4 Wallsin ym. matkailuelämyksen viitekehys	18
Kuva 5 Mossbergin elämysmalli	19
Kuva 6 Morganin elämysmalli	20
Kuva 7 Tapahtumapaikkakunnat	22
Kuva 8 Aineiston kerääminen	32
Kuva 9 Vastaajien määrä tapahtumittain	33
Kuva 10 Aineiston ja menetelmien triangulaatio	38
Kuva 11 Analyysin toteuttaminen	40
Kuva 12 Kesäisten kulttuuritapahtumien kokonaiselämysmalli	44
Kuva 13 Schwartzin arvo-orientaatiot	45
Kuva 14 Taustamuuttujien väliset korrelaatiot	46
Kuva 15 Michael Monroe kiipeilee lavarakenteissa, Provinssirock 2012	52
Kuva 16 Tuubien taisto, LuostoClassic 2012	55
Kuva 17 Ihmiset	56
Kuva 18 Suhtautuminen talkoolaisiin (n = 813)	59
Kuva 19 Suhtautuminen lapsiin (n = 811)	61
Kuva 20 Suhtautuminen väenpaljouteen (n = 816)	62
Kuva 21 Palvelut ja tuotteet	64
Kuva 22 Suhtautuminen paikallisuusvaatimukseen (n = 811)	65
Kuva 23 Suhtautuminen teknologiapalveluihin (n = 813)	66
Kuva 24 Aittakuru, LuostoClassic 2012	68
Kuva 25 Konsertti Ahvenlammen rannalla, LuostoClassic 2012	68
Kuva 26 Kuhmo-talon Lentua-sali	70
Kuva 27 Suhtautuminen istumapaikkoihin (n = 814)	71
Kuva 28 Suhtautuminen tilan somistukseen (n = 805)	72
Kuva 29 Huoneen somistusta, Naivistit Iitalassa 2012	73
Kuva 30 Taideteos Törnävänjoella, Provinssirock 2012	73
Kuva 31 Tuborg-anniskelualue, Ilosaarirock 2012	74
Kuva 32 Strategiset linjaukset	77

Kuva 33 Suhtautuminen sponsoreiden käyttöön (n = 807)	78
Kuva 34 Suhtautuminen VIP-palveluihin (n = 805)	79
Kuva 35 Liikuntarajoitteisille osoitettu katselupaikka, Provinssirock 2012.....	80
Kuva 36 Suhtautuminen vähävaraisten halvempiin lippuihin (n = 809).....	81
Kuva 37 Sillan oikeanpuoleinen liikenne, Provinssirock 2012.....	82
Kuva 38 Suhtautuminen tapahtuman ekologisuuteen (n = 811)	84
Kuva 39 Suhtautuminen oman osallistumisen asteeseen (n = 811)	89
Kuva 40 Suhtautuminen sosiaaliseen mediaan (n = 813)	91
Kuva 41 Tunnelma	95
Kuva 42 Elämyskuvauksissa käytettyjä tunnelmaa kuvaavia sanoja.....	96
Kuva 43 Positiivisesti koetun elämyksen tekijät (n = 455).....	97
Kuva 44 Elämyksen kehittämistä kaipaavat tekijät (n = 455).....	98
Kuva 45 Positiivisesti (vihreä) ja negatiivisesti (punainen) vaikuttaneet tekijät	99

Taulukkoluetelo

Taulukko 1 Yhteenveto matkailun kokonaiselämysmalleista	21
Taulukko 2 Tapahtumat, niiden genre, ydinohjelma ja tapahtumapaikka	23
Taulukko 3 Tietoa tapahtumista	25
Taulukko 4 Nettikyselyn levittämistavat.....	26
Taulukko 5 Nettikyselyn kysymysten taustat.....	27
Taulukko 6 Nettikyselyn vastaajien taustatiedot (n = 818).....	29
Taulukko 7 Faktorianalyysin tulos.....	43
Taulukko 8 Taustamuuttujien välisen korrelaatiot.....	47
Taulukko 9 Suomalaisten vs. tapahtumakävijöiden arvohierarkia.....	48
Taulukko 10 Klusterien keskipisteet kävijäryhmittäin (n = 809).....	49
Taulukko 11 Viisi tärkeintä osallistumismotivaatiota genreittäin (n = 818).....	51
Taulukko 12 Strategiset linjaukset vs. diskurssit ja kävijäryhmät	103
Taulukko 13 Vastausmäärät genreittäin ja tapahtumittain (n = 818).....	108

1 JOHDANTO

Kiinnostukseni festivaaleihin heräsi omien osallistumiskokemusteni myötä 1980-luvun alussa. Liftasimme ystävien kanssa rockfestivaaleille mukaanamme Soppu-teltoa, makuupussi, vaihtovaatteet ja niin paljon halpaa viiniä kuin jaksoimme kantaa. Festivaaleilla käynnit loppuivat, kun totesimme, että olimme liian vanhoja palelemaan teltassa ja että halusimme käydä siistissä vessassa. Kun kerroin viime keväänä ystäville, että aion käydä kesällä rockfestivaaleilla, monet totesivat, etteivät enää ”tässä iässä” voisi ajatella moista: ”Eihän siellä saa edes kunnon ruokaa.” Ruokablogistiystäväni ehdotti, että tekisin gradun festivaalien lisäpalveluista. Matkailupalveluita on tutkittu paljon erityisesti laatunäkökulmasta, joten halusin jotain muuta. Koska olin jo restonomin opinnäytetyössäni tarkastellut matkailuelämysten sisältöä, päädyin tutkimaan kulttuuritapahtumien kokonaiselämyksiä. Halusin tietää, mitkä muut tekijät vaikuttavat tapahtumakävijän kokonaiselämykseen kuin ydinohjelma ja kanssaille.

Gradun aihetta etsiessäni otin yhteyttä Matkailun Edistämiskeskuksen Culture Finland -projektin vetäjään, Soila Palviaiseen, joka järjesti tapaamisen Finland Festivalin toiminnanjohtajan Kai Amberlan kanssa. Yhdessä ideoimme sitä, minkälaiset tapahtumat olisivat kiinnostavia tutkimuksen kohteita – sellaisia, joissa puhutulla kielellä ei olisi suurta merkitystä, jolloin ne soveltuvat myös ulkomaisen matkailijan ohjelmaan, ja sellaisia, jotka järjestetään eri tyyppisissä tiloissa: konserttisaleissa, teltoissa, ulkoilmassa, kartanoissa.

Kun tein taustahaastatteluja tätä työtä varten, nuori nainen kertoi, että hän tuli hyvälle tuulelle, kun näki festivaalilla kierrätettävän. Hän sanoi, että ei se hänen osallistumispäätökseensä vaikuta, kierrätetäänkö tapahtumassa vai ei. Mutta kyllä se pisteitä nostaa. Nuori mies taivasteli festivaalin leirintämaksun korkeaa hintaa. Sitten hän totesi, että se menee paikalliselle urheiluseuralle. Mies ei myöntänyt hyväksyvänsä kallista hyväntekeväisyysteltoa, mutta miksi ihmeessä hän sitten erikseen sanoi rahan menevän urheilulle? Voisivatko järjestäjät parantaa kävijöiden elämyksiä ihan pienillä asioilla, tehdä niistä muistettavampia ja saada kävijän palaamaan seuraavanakin vuonna? Entä jos maksullisella parkkipaikalla olisi tiedote, joka kertoisi, että rahat menevät paikalliseen nuorisotyöhön? Voisiko olla niin, että hinnasta ei enää valitettaisi ja kävijä tuntisi jopa

pienoista ylpeyttä siitä, että on ollut tukemassa jotain tärkeää? Mitä muita asioita on, joilla kävijän mielialaa voisi parantaa?

Käsittelen tässä tutkimuksessa kulttuuritapahtuman tuottamaa kokonaiselämystä.

Tutkimuskysymykseni on: **Mistä tekijöistä kesäisen kulttuuritapahtuman kokonaiselämys syntyy?** Tavoitteeni on muodostaa aineistopohjainen malli, johon on koottu ne tekijät, joista kokonaiselämys muodostuu. Tulen lopuksi vertaamaan rakentamaani mallia muihin kokonaiselämysmalleihin. Taustamuuttujina tarkastelen kävijöiden sosiodemografisten tekijöiden lisäksi heidän arvojaan. Tuloksista on hyötyä akateemiselle tapahtumatutkimukselle, mutta pyrin siihen, että myös tapahtumajärjestäjä voisi hyödyntää tutkimustuloksia käytännön työssään.

Tapahtumia on tutkittu hyvin paljon taloudellisten vaikutusten (Bracalente ym., 2011; Suomessa Cantell, 1993 & 1996, sekä Kainulainen, 2005) ja osallistumismotivaation (kokoomat esim. Getz, 2010; Lee, Lee & Wicks, 2004; Li & Petrick, 2006) näkökulmasta. Getzin (2010, s. 20–21) mielestä näitä kahta aluetta on painotettu jo liikaakin. Tapahtumista on tutkittu lisäksi muun muassa paikkakuntalaisten käsityksiä tapahtumasta (Wood & Thomas, 2006), vakio- ja uuskävijän eroja (Wooten & Norman, 2008), asiakastyytyväisyyttä (Lee & Beeler, 2009; Cole & Illum, 2006; Smith & Costello, 2009) ja tapahtuman laadun mittaamista (Crompton & Love, 1995). Tapahtumaelämyksiä on tutkittu jonkin verran (esim. Pettersson & Getz, 2009; Ralston, Ellis, Compton & Lee, 2007). Kokonaiselämys-termiä on kuitenkin käytetty varsin vähän tapahtumien yhteydessä (Suomessa Ahola, 2007). Walls, Okumus, Wang ja Kwun toteavat (2011, s. 20), että elämystutkimuksessa oletetaan hyvinkin yleisesti, että kaikilla elämykseen vaikuttavilla tekijöillä olisi vieraiden mielissä sama painoarvo. Eri tekijöiden välistä tärkeyttä ei ole juuri arvioitu. Henkilökohtaisten arvojen vaikutusta elämykseen on tutkittu vähän (Hede, Jago & Deery, 2004; Woosnam, McElroy & van Winkle, 2007), vaikka arvojen tarkastelu kuluttajatutkimuksessa onkin hyvin yleistä. Lähes kaikki festivaalitutkimukset keskittyvät yhteen tai muutamaan tapaukseen (Nicholson & Pearce, 2001, s. 449; Getz, 2010, s. 20–21). Tässä mielessä uskon tuovani uutta näkemystä tapahtumatutkimukseen tarkastelemalla useita tapahtumia, hakemalla kokonaiselämykseen vaikuttavia tekijöitä ja niiden painotuksia sekä huomioimalla kävijöiden arvoja.

Elämyksiä on tutkittu yleensä joko yhteiskuntatieteellisestä tai markkinoinnin näkökulmasta. Yhteiskuntatieteellinen näkemys on pitänyt elämystä nimenomaan huippuelämyksenä, missä korostetaan elämystä arkipäivän rutiineista poikkeavana asiana (esim. Arnould & Price, 1993). Markkinointinäkökulmasta elämystä on arvioitu kulutuselämyksenä, jolloin mukana ovat myös elämystä tukevat sivuelämykset. Markkinointipohjainen tutkimus on keskittynyt lähinnä elämyspalvelujen tai elämyksen laadun mittaamiseen (esim. Kim, Ritchie & McCormick, 2010). (Quan & Wang, 2004, s. 298–299.) Tämä tutkimus on pitkälti markkinointipohjainen kuluttajatutkimus, sillä näen elämyksen kulutuselämyksenä ja pyrin kytkemään sen kuluttajan omiin arvoihin. Walls ym. jakavat (2011, s. 12) matkailuun liittyvän elämystutkimuksen kolmeen osaan: elämysten luokittelun rakentamiseen, elämysten syiden selittämiseen sekä elämysten ja muiden tekijöiden välisen suhteen tarkasteluun. Tämä tutkimus kuuluu lähinnä viimeiseen kategoriaan eli pyrin etsimään elämykseen vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksessa on käytetty sekä määrällisiä että laadullisia aineistonkeruu- ja analysointitapoja. Aineistoa on kerätty nettikyselyllä, puhelinhaastatteluin ja eläytymistarinoin. Analysoinnissa on käytetty luokittelua, monimuuttujamenetelmiä sekä diskurssianalyysia.

Seuraavaksi tulen esittelemään tutkimukseen liittyvät pääkäsitteet, kulttuuritapahtuman ja -festivaalin sekä elämyksen ja kokonaiselämyksen. Luvussa 3 kuvaan tutkittavat tapahtumat, aineiston ja sen keruutavan, eettiset valinnat, tutkimusmetodologian sekä tehtyjen analyysien teoreettiset taustat. Lukuun 4 on koottu tutkimuksen tulokset, ja kutakin kokonaiselämykseen vaikuttavaa tekijää kohti on oma alalukunsa. Yhteenveto on luvussa 5.

2 YDINKÄSITTEET

2.1 Kulttuuritapahtuma ja -festivaali

Termi tapahtumamatkailu on syntynyt vasta 1980-luvun loppupuolella. Itse tapahtumien jaottelu tai määrittely on hieman haasteellista, sillä niiden kirjo on laaja. Ne vaihtelevat yritys- ja urheilutapahtumista poliittisiin, kulttuuri- ja koulutustapahtumiin, puhumattakaan virkistystapahtumista tai lukuisista yksityistilaisuuksista. Boorstin (1992, s. 9–12) nosti jo 1960-luvulla esiin keinotekoiset pseudotapahtumat, joilla on kaupallinen tai mediahakuinen tavoite. Tapahtumia jaotellaan paitsi sisällön myös tapahtuman koon tai merkityksen mukaan. Tällöin voidaan puhua olympialaisten kaltaisista megatapahtumista tai merkkitapahtumista, jotka ovat omalta osaltaan luoneet paikkakunnan imagoa. (Getz, 2007, s. 21 & 25; Getz, 2008, s. 404–408.) Tapahtumien strateginen merkitys matkailulle näkyy sekä valtakunnallisissa (NZ, 2007, s. 35–36) että alueellisissa (Lapin Liitto, 2011, s. 50–51) matkailustrategioissa – tapahtumilla haetaan lisää matkailijoita ja pyritään vähentämään kausivaihteluita (Getz, 1989, s. 134).

Keskityn seuraavassa kulttuuritapahtumiin tai -festivaaleihin. Kulttuuritapahtumaa määriteltäessä on syytä tarkastella ensin sitä, mitä itse kulttuurilla tarkoitetaan. Laajasti tulkiten kulttuuri on kaikkea ympärillämme: kaikki konkreettinen ja abstrakti ympäristöstä, rakennuksista ja käyttötavaroista historiaan, ihmisten toimintaan yksin ja ryhmässä, elämäntapaan. En kuitenkaan tutki kansallista kulttuuria vaalivia tai paikalliskulttuuriin perustuvia tapahtumia, vaan kavennan kulttuurin koskemaan esittävää tai visuaalista taidetta. Tässä työssä tarkoitettua tapahtumaa kuvaa parhaiten englanninkielinen termi *special event*, joka Getzin mukaan (1989, s. 125) on yleisölle avoin, teemallinen, kerran vuodessa tai harvemmin järjestettävä, ajallisesta rajattu, yhden tai useamman aktiviteetin sisältävä tapahtuma. Kaikki erikoistapahtuman aktiviteetit realisoituvat samassa yhteisössä tai samalla alueella. Käytän jatkossa termiä kulttuuritapahtuma ja -festivaali tarkoittamaan samaa asiaa, taiteeseen perustuvaa erikoistapahtumaa. Tutkitut kulttuuritapahtumat ovat luonteeltaan yleisfestivaaleja, joissa on esillä sekä kotimainen että ulkomainen taide eri muodoissaan.

Festivaali tulee latinan kielen sanasta *festum* tai *feria*. Jo roomalaisten aikaan järjestettiin festivaaleja, joihin liittyi erityinen festivaalikäytös: se, mikä normaalioloissa oli kiellettyä, oli

festivaaleilla sallittua. Tämä on totuttu liittämään karnevaaleihin. Karnevaalit (lat. *carne vale*, ”hyvästit lihalle”) järjestettiin ennen paaston aikaa, vaikka ensimmäiset karnevaalit olivatkin pakanallisia juhlia. Ajan myötä kirkko lopulta hyväksyi monia kansanjuhlia pienellä ”kristillisellä silauksella”. Terminä festivaali kytketään usein karnevalisointiin, asioiden ylösalaisin asettamiseen. Olennaista on ero arjesta, hauskanpito, muiden päästäminen sisään yhteisöön ja (katu)tilan ottaminen festivaalin käyttöön. (Falassi, 1987, s. 1–3; Turner, 1987, s. 76 & 85; Abrahams, 1987, s. 178.) Antiikin festivaaleilla *ihmiset* tuottivat juhlaa *ihmisille* eikä ohjelman esittäjän ja yleisön erillisiä rooleja välttämättä ollut. Nykyajan kulttuuri- tai taidefestivaali erottelee osallistujissa esiintyjät ja yleisön. (Waterman, 1998, s. 58.)

Suomen ensimmäiset festivaalit, Jyväskylän laulujuhlat, järjestettiin vuonna 1881. Vaikka ne voitiin nähdä kulttuurifestivaalina, oli kyse kansallistunnon huumassa syntyneestä poliittisesta kannanotosta. Nykyaikaiset festivaalit syntyivät toisen maailmansodan jälkeen, ja Suomessa Seppo Nummi esitti 1950-luvulla kesäfestivaalien järjestämistä. Tarkoituksena oli tarjota lomalaisille kulttuurista (taiteellista) virkistystä ympäri Suomea. Finland Festivals -organisaatio syntyi vuonna 1968, ja jo 1970-luvun lopulla Suomessa oli yli 1 000 kesätapahtumaa. (Valkonen & Valkonen, 1994, s. 9, 18, 32–36 & 41.) Festivaalien suuri määrä selittyy paljolti Skot-Hansenin (2005, s. 33–35) kuvaamalla kulttuuripolitiikan perusteluilla valistaminen (*enlightenment*), voimaannuttaminen (*empowerment*), taloudelliset vaikutukset (*economic impact*) ja viihde (*entertainment*). Valistamistarkoitus on ollut hyvin perinteinen kulttuuri-investointien peruste. Kulttuuri on haluttu demokratisoida, jotta koko väestö voisi nauttia siitä. Voimaannuttamisen taustalla ovat sosiaaliset ja poliittiset tavoitteet – halutaan kannustaa ihmisiä itseilmaisuun, kaikkia kulttuurin alueita pidetään tasavertaisina ja yleisö halutaan nähdä pikemminkin toimijana kuin kohteena. Myerscoughin (1988) laaja-alaisesta kulttuurin vaikutusten tutkimuksesta seurasi taloudellisten vaikutusten tutkimusten buumi, ja tapahtumien järjestämisen pääperusteluksi alkoivat nousta niiden tuottamat aluetaloudelliset hyödyt. Viimeinen perustelu, viihde, pohjautuu leikittelyyn ja levon tarpeelle arkisen aherruksen vastapainona. Vahvimmaksi tapahtumien määrän kasvun syyksi nousevat kuitenkin aluetaloudelliset ja imagosyyt. Taloudellisten vaikutusten tutkimukset ovat päässeet suuriin lukuihin. Cantell (1996, s. 53) arvioi, että vuoden 1993 Ruisrock tuotti Turun alueelle 20,1 miljoonan markan matkailutulot. Vuoden 2007 Ilosaarirockin matkailutulo vaikutukseksi arvioitiin (Mikkonen, Ristolainen & Taskinen, 2008, s. 68) 3,8 miljoonaa euroa. Saman vuoden arvoon muutettuna Ruisrock 1993 tuotti noin 4 miljoonaa euroa (Tilastokeskus,

2012a). Iso-Ahon mukaan (2011, s. 98) Kuhmon Kamarimusiikki tuo kuntaan vuosittain 2,5 miljoonan euron matkailutulot. Hjalager (2009, s. 271) arvioi Roskilden festivaalin tuottavan 20–25 % alueen vuosittaisesta matkailuliikevaihdosta. Matkailutulojen lisäksi tapahtumien tuoma mediajulkisuus parantaa alueen imagoa, ja kulttuuritapahtumia on pidetty Kainulaisen (2004, s. 96–97) mukaan 1980-luvulta alkaen Euroopan kaupunkien imagomarkkinoinnin välineenä. Erityisesti suuret ja suuremmilla paikkakunnilla järjestettävät kulttuuritapahtumat voivat saada paljonkin ilmaista valtakunnallista tai jopa kansainvälistä mediahuomiota.

Getzin ja Cheyenen (1998, s. 147–148) mukaan festivaalin erottaa muusta tapahtumasta sen ainutlaatuisuus ja ilmapiiri sekä se, että se on ammattimaisesti järjestetty niin esiintyjien kuin järjestelyjenkin näkökulmasta. Silvannon (2007, s. 9–11) mielestä festivaali edustaa tiettyä taiteenalaa tai sillä on tietty teema, se järjestetään säännöllisesti samassa paikassa, se on arjesta poikkeava, yleisölle avoin tapahtuma, joka kestää useita päiviä ja on ammattimaisesti järjestetty. Harris (2007, s. 194) tosin huomauttaa, että (post)festivaalit ovat muuttumassa paikkaperspektiivistä: ne ovat entistä enemmän hajautettuja ja liikkuviakin, lähempänä kansalaisaktivismia (vrt. YouTube, 2012). Kainulainen (2005, s. 65–67) pitää festivaalia toistuvana, julkisena, teemallisena, arjesta poikkeavana, ajallisesti rajattuna, sisällöllisesti monimuotoisena, sosiaalisena tapahtumana, joka voi sisältää myös useita erillisiä tapahtumia. Omassa tutkimuksessani keskityn kulttuuritapahtumiin (tai -festivaaleihin), jotka edustavat tiettyä kulttuurigenreä, ovat ammattimaisesti järjestettyjä ja esiintyjät ovat pääosin ammattilaisia. Tutkimani kulttuuritapahtumat ovat säännöllisiä samassa paikassa järjestettäviä ja ne ovat yleisölle avoimia, mutta pääosin maksullisia. Kyseisiä tapahtumia on järjestetty jo niin pitkään, että valtaosasta on muodostunut Getzin (2007, s. 24) kuvaamia merkkitapahtumia. Nämä tapahtumat ovat paikkakunnalle tärkeitä ja tapahtumasta on muodostunut olennainen osa paikkakunnan imagoa.

2.2 Elämys

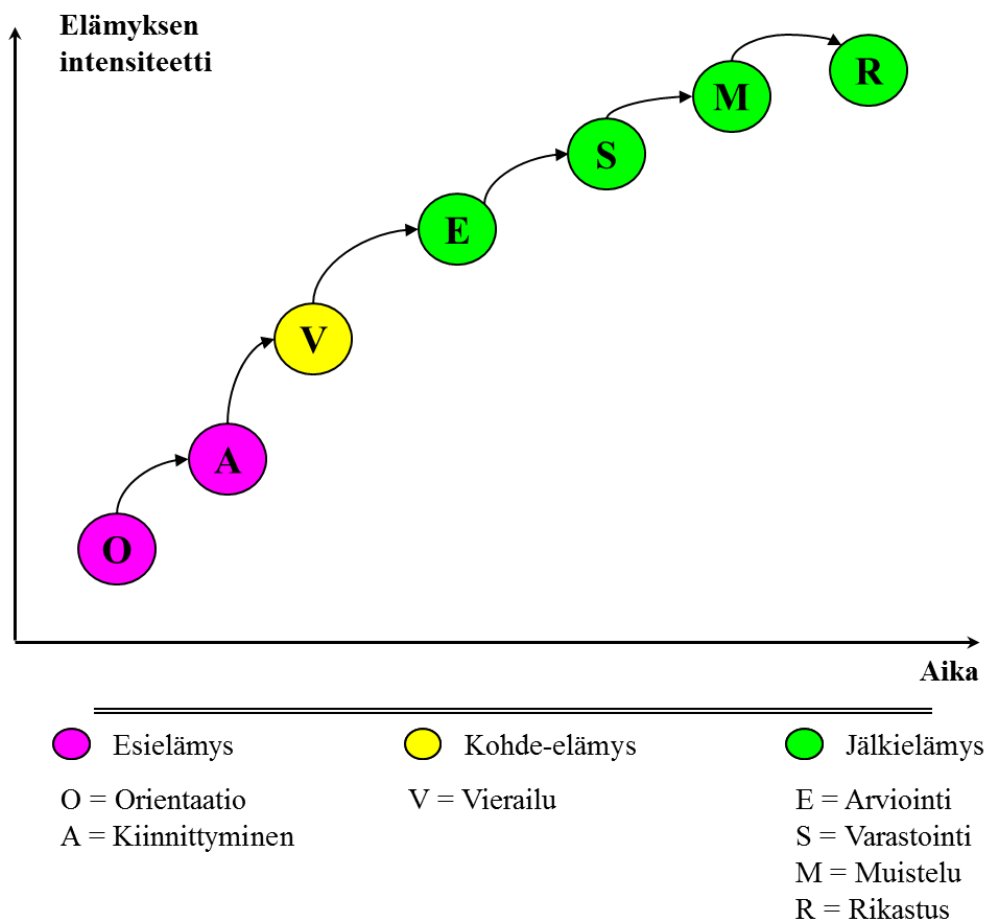
Pine ja Gilmore (1998, s. 102) jakavat elämyksen viihteeseen, koulutukseen, eskapismiin ja esteettisyyteen riippuen siitä, miten voimakas on kokijan osallistumisen ja uppoutumisen aste. Suomalaisissa kulttuuritapahtumissa löytyy kaikkia dimensioita. Kuvataidenäyttely on varmastikin pääosin esteettinen elämys, ja monet pitävät rockfestivaalia viihteenä. Kuopio

Tanssii ja Soi -festivaalilla sekä Kuhmon kamarimusiikissa on tarjolla koulutusta. Toisaalta mikä tahansa tapahtuma voi tuottaa kävijälle myös eskapistisia elämyksiä.

Englannin kielessä *experience* tarkoittaa sekä elämystä että kokemusta (mm. Aho, 2001, s. 32). Ahon mielestä *emotional experience* vastaa parhaiten suomen termiä elämys. Ireland (2000, s. 55) päätyy samaan englanti – suomi -sanapariin. MacCannellin (1999, s. 24) kuvaamana kulttuurisen kokemuksen vaikutus (*influence*) on lähimpänä elämys-käsitettä. Richards ja Wilson (2006, s. 1214) käyttävät muotoa *individual experience*, jonka he rinnastavat saksan termiin *Erlebnis*.

Elämyksen tasoista tunnetuimpia on Csikszentmihályin määrittämä optimaalinen kokemus, *flow*. Se on niin täydellinen syventyminen asiaan tai tehtävään, että millään muulla ei ole merkitystä. Tekeminen etenee omalla painollaan, ”kuin virta”. (Csikszentmihalyi, 2005, s. 19.) Toisena esimerkkinä elämyksistä annetaan usein Maslow’n (1994) kuvaama *peak experience*, ekstaasin kaltainen olotila, joka monesti liitetään uskonnolliseen hurmukseen. Erityislaatuisessa kokemuksessa (*extraordinary experience*) nousevat esiin uusien asioiden kokeminen, spontaanisuus ja voimakas tunne-elämys sekä kokemuksen omakohtainen tulkinta ja siitä tehtävä kerronta (Abrahams, 1986, s. 50–51, 60–61 & 65–70).

Aho on kehittänyt 7-vaiheisen matkailuelämyksen prosessimallin, joka on kuvassa 1. Prosessi alkaa kiinnostuksen heräämisestä tiettyjä matkakohteita kohtaan, jonka jälkeen seuraavat matkakohteeseen kiinnittyminen tiedonhankinnan muodossa ja varsinainen vierailu. Vierailun jälkeen seuraa elämysten arviointi, mieleenjäätien vaikutelmien varastointi, elämysten reflektointi ja viimeisenä vaiheena matkailuelämyksen rikastus mahdollisten jatkotoimien seurauksena. (Aho, 2001, s. 42–49.)



Kuva 1 Ahon matkailuelämyksen prosessimalli (mukaillen Aho, 2001, s. 44)

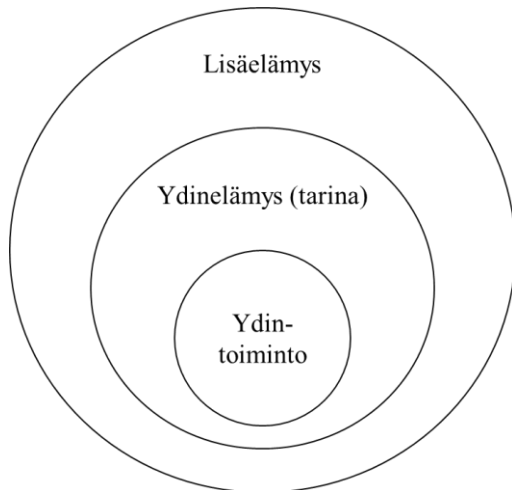
Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus määrittelee, että ”elämys on moniaistinen, muistijäljen jättävä, myönteinen, kokonaisvaltainen ja yksilöllinen kokemus” (LEO, 2002, s. 3). Aho (2001, s. 34) ei pidä LEO:n määritelmää kattavana, sillä tietty elämys ei välttämättä täytä kaikkia määritelmän kriteerejä eikä määritelmässä huomioida lainkaan tunne dimensiota. Elämys on kuitenkin ennen kaikkea subjektiivinen: kahdella ihmisellä ei voi olla täysin samanlaista elämystä (Uriely, 2005, s. 203–205), vaikka osallistujilla olisikin samoja havaintoja ja kokemuksia (Pettersson & Getz, 2009, s. 317). Koettuun vaikuttavat kokijan persoonallisuus ja monet tilannekohtaiset tekijät kuten kokijan mieliala sekä fyysinen ja sosiaalinen ympäristö (Mossberg, 2003, s. 24–26 & 67). Toisaalta elämys on mitä suurimmassa määrin vuorovaikutuksellinen ja jaettu (Morgan, 2007, s. 116).

Kävijällä ei yleensä ole juurikaan odotuksia elämysten suhteen – tai jos on, ne ovat hyvinkin heikkoja ja epämääräisiä (Arnould & Price, 1993, s. 25–26). Itse asiassa yllätykselliset asiat

lisäävät elämyksen positiivisuutta (Pettersson & Getz, 2009, s. 322). Asiakkaan tyytyväisyyttä elämykseen ei voi siis mitata, mikäli tyytyväisyyden mittana käytetään tyypillistä palvelujen arvioinnissa (Oliver, 1980) käytettyä odotusten ja koetun välistä eroa. Kun käsitellään elämyksiä, on tyytyväisyyden mittaaminen muutenkin haasteellista (Mossberg, 2003, s. 25–26), sillä elämys on prosessi, joka koostuu monesta eri interaktiosta mahdollisesti monen eri palveluntarjoajan kanssa. Muiden ihmisten käytös ja tunteet vaikuttavat omaan kokemukseen, vaikka laatumittausmalleissa (esim. Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1998) ei huomioida tätä dimensiota lainkaan (Grove & Fisk, 1997, s. 66). Morgan (2006, s. 313) korostaa sitä, että kävijä ei arvioi elämyksiään yksittäisten palvelujen perusteella, vaan hän arvioi kokonaisuutta. Mossberg toteaa (2003, s. 26), että tyytyväisyys ei sinällään takaa elämystä. Myös palveluihin tyytymätön kävijä voi kokea elämyksiä – tällöin positiivisen elämyksen ovat tuottaneet esimerkiksi mukana olleet ystävät (Cole & Chancellor, 2008, s. 324).

2.3 Kokonaiselämys

Ahola tutki kävijöiden elämyksiä messuilla ja taidenäyttelyissä. Hän löysi neljä elämyksellisyyden osa-alueita: kehollinen (*corporality*), tunteisiin (*sensibility*), edistyksen kokemiseen (*progress*) ja henkilökohtaiseen osallistumiseen (*fellowship*) liittyvä elämyksellisyys. Kehollinen elämyksellisyys syntyi kävijän liikkumisesta ja aistimisesta. Tunteisiin liittyvä elämyksellisyys rakentui koskettavuudesta, hämmäntävyydestä ja virkistäväyydestä. Edistyksen kokemiseen kuuluivat oman luovuuden kehittäminen ja asiantuntijuuden kasvattaminen. Henkilökohtaiseen osallisuuteen liittyi paitsi oma toiminta itse tapahtumassa myös elämysten jakaminen muiden kanssa. (Ahola, 2007, s. 139–143; Ahola, 2008, s. 65–66.) Nämä elämyksen osa-alueet tulevat esiin lähes kaikissa kokonaiselämystä kuvaavissa malleissa.



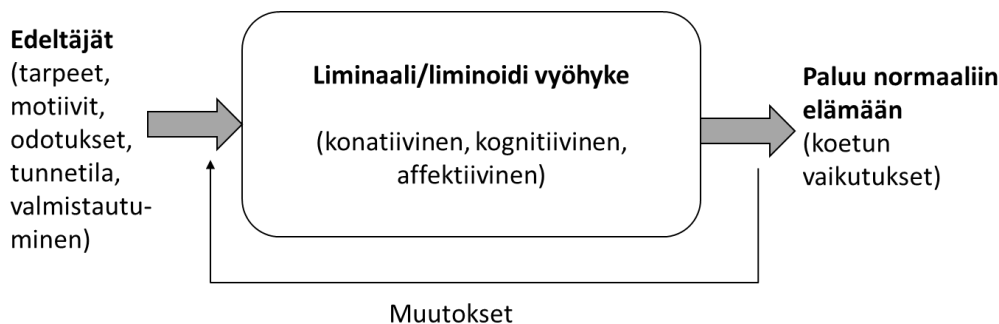
Kuva 2 Sundbon ja Hagedorn-Rasmussenin kokonaiselämystuote (Sundbo & Hagedorn-Rasmussen, 1998, s. 97–98)

Kuvassa 2 on Sundbon ja Hagedorn-Rasmussenin (1998, s. 96–98) kokonaiselämystuote (*the total experience product*), jonka pohjana on Grönroosin (1991, s. 103–104) klassinen palvelutuotemalli. Grönroos jakaa palvelun ydinpalveluun (*core service*), avustaviin palveluihin (*facilitating services*) ja tukipalveluihin (*supporting services*).

Kokonaiselämystuotteen keskiössä on ydinelämys, joka koetaan näyttämön edessä, vaikka itse konsepti luodaankin kulissien takana, taustalla. Ytimen ympärillä olevat lisäpalvelut rikastuttavat kokonaiselämystä, ja niitä kutsutaan lisäelämyksiksi (*peripheral experiences*). Ydinelämyksenä voi siis olla lavalla esitettävä konsertti ja lisäelämyksinä tarjolla olevat ravintolapalvelut. Kävijän kokemasta arvosta valtaosa syntyy ytimestä, ja lisäelämykset tuottavat parhaimmillaan lisäarvoa.

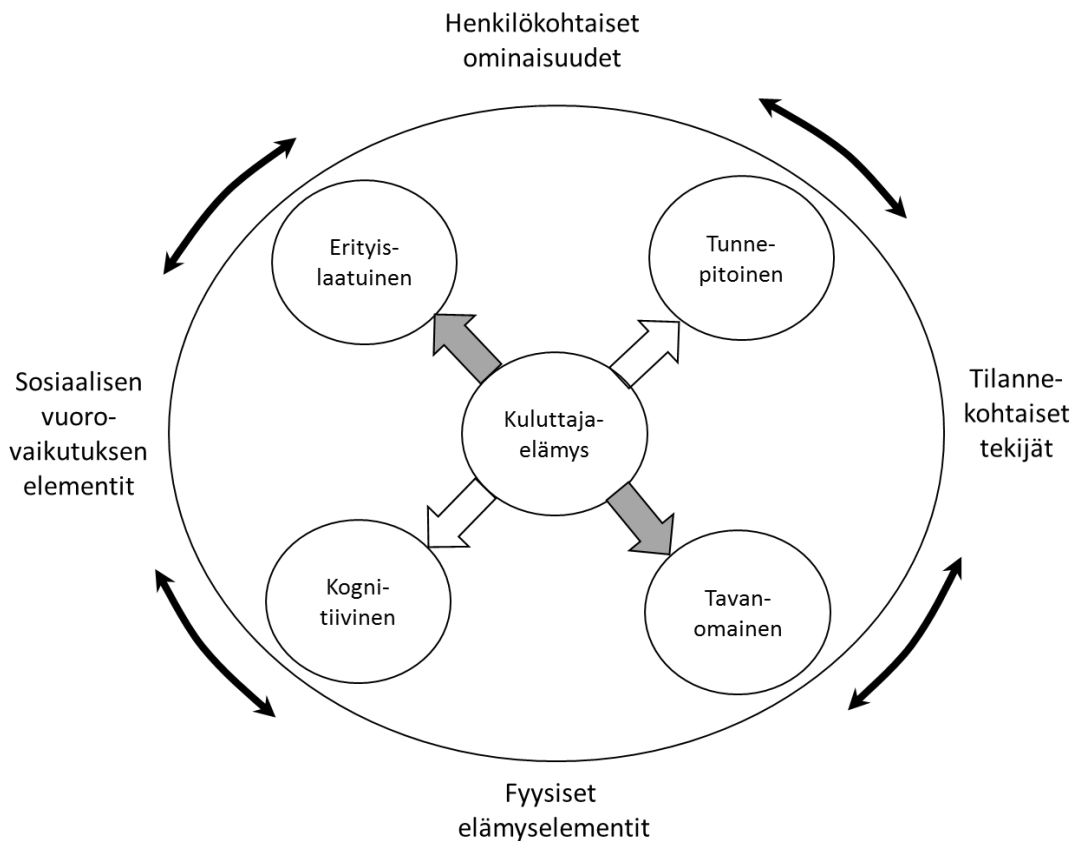
Elämysten tuotannon Sundbo ja Hagedorn-Rasmussen jakavat kolmeen osaan: edustaan (*frontstage*), näyttämöön (*stage*) ja taustaan (*backstage*). Edustassa asiakas on vuorovaikutuksessa paitsi elämyksen tuottajan myös muiden asiakkaiden kanssa. Edusta kuvastaa puhtaasti asiakkaan näkökulmaa. Näyttämöllä tapahtuu itse esitys. Näyttämö kuvastaa elämyksen tuottajan näkökulmaa siitä, millaisena hän haluaa panna esille fyysisen ympäristön, asiakaspalvelun ja osallistuvuuden muodostaman kokonaisuuden. Taustalla, kulisseissa, on elämyksen näkymätön osa, hallinnollinen taustaorganisaatio. (Sundbo & Hagedorn-Rasmussen, 1998, s. 99–102.) Sundbon ja Hagedorn-Rasmussenin elämystuotannon malli pohjautuu Grönroosin palvelumallin lisäksi Goffmanin (1990, s. 231) draamametaforaan, jonka mukaan kaikki sosiaalinen toiminta on esitystä, joka jakaantuu

näyttämön ja kulissien välille ja jonka sisältö ja luonne vaihtelee osallistujien ja esiintyjien roolien ja tarkoituksien mukaan. Sundbon ja Hagedorn-Rasmussenin elämystuotannon mallin hankaluus on siinä, että edustan (*front stage*) ja näyttämön (*stage*) erottaminen on keinotekoisia. Goffmanhan (1990, s. 109–110) ei tee jakoa tuolla tasolla, vaan puhuu pelkästään *front regionista*. Elämyskokonaisuuteen liittyvän lisäpalvelun sijainti jää epäselväksi.



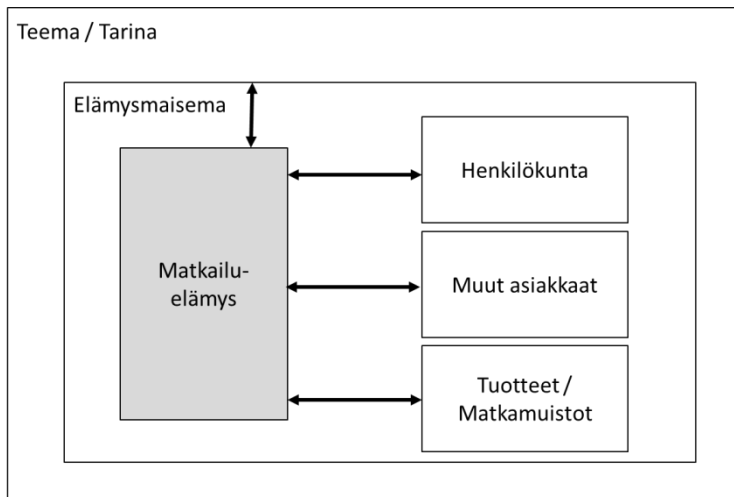
Kuva 3 Getzin elämismalli
(mukaillen Getz, 2007, s. 179)

Getzin malli (2007, s. 171–179; Pettersson & Getz, 2009, s. 310–311) on lähimpänä alussa kuvattua Aholan näkemystä. Getz korostaa elämyksen kognitiivisia, affektiivisia ja konatiivisia piirteitä; tietoisuutta ja ymmärrystä, tunteita sekä käyttäytymistä. Kuvassa 3 esitetyn mallin ytimenä on ajallisesti ja tilallisesti rajattu liminaalinen vyöhyke, Turnerin (2007, s. 127) van Gennepin pohjalta kuvaama tila, jossa osallistujat ovat tasa-arvoisia ja anonyymeja. Osallistujista syntyy statuksista ja rooleista vapaa yhteisö, joka on irti arkiympäristöstään ja joka jakaa yhteisen kokemuksen. Turner (2007, s. 152) käyttää tästä yhteisöstä nimitystä spontaani *communitas*.



Kuva 4 Wallsin ym. matkailuelämyksen viitekehys (Walls ym., 2011, s. 17)

Walls ym. (2011) muodostivat kuvassa 4 esitetyn matkailuelämyksen viitekehysten puhtaasti tutkimuskirjallisuuden pohjalta. Mallin ytimessä on kuluttajan kokema elämys, jonka kuvataan olevan välillä erityislaatuinen – tavanomainen. Elämykseen liittyvä vaste on tunnepitoisen ja kognitiivisen välillä. Elämykseen vaikuttavia tekijöitä, joihin palveluntarjoaja voi vaikuttaa, ovat fyysiset elämyselementit ja sosiaalinen vuorovaikutus. Fyysisiin elämyselementteihin liittyvät fyysiset ja aistittavat asiat. Sosiaalisessa vuorovaikutuksessa palveluntarjoaja voi vaikuttaa erityisesti työntekijöidensä toimintoihin, mutta myös muihin asiakkaisiin kohdentamalla palvelut tietyn tyyppisille asiakkaille. Kirjoittajat näkevät henkilökohtaisten ominaisuuksien ja tilannekohtaisten tekijöiden olevan sellaisia, joihin yritysjohto ei voi vaikuttaa. Tilannekohtaisilla tekijöillä he tarkoittavat esimerkiksi matkan tarkoitusta, matkaseuraa ja kohteen luonnetta. (Walls ym., 2011, s. 17–19.) Malli on nimenomaan matkailuun räätälöity, mutta siinä ei ole juurikaan purettu auki niitä elämykseen vaikuttavia tekijöitä, joihin matkailuyrittäjä voi vaikuttaa.

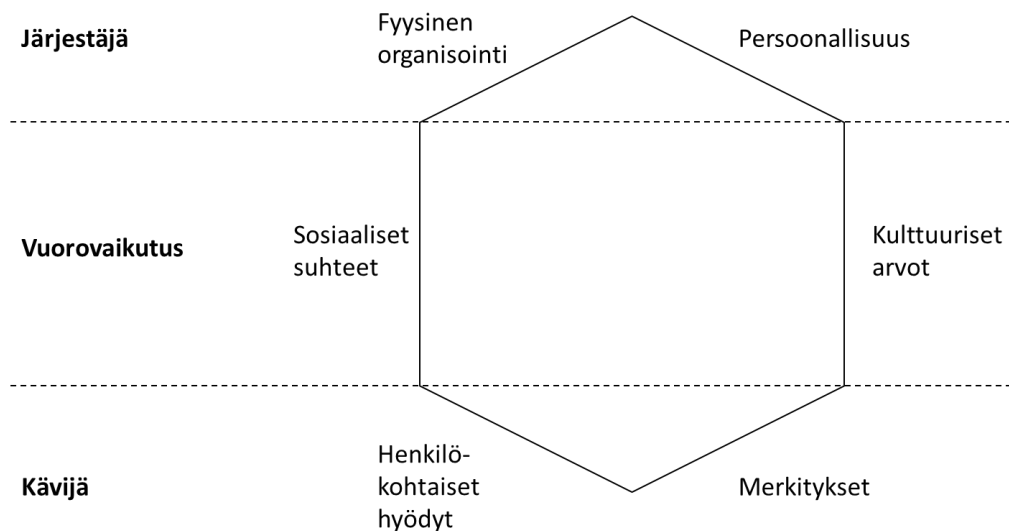


Kuva 5 Mossbergin elämysmalli
(Mossberg, 2003, s. 188 ja Mossberg, 2007, s. 65 pohjalta)

Mossbergin näkemys elämyksestä on kuvassa 5. Hän (2003, s. 27–28 & 67) kuvaa elämystä prosessina, joka riippuu fyysisestä ja sosiaalisesta ympäristöstä. Henkilökunnan lisäksi tilanteeseen vaikuttavat muut asiakkaat. Muut ihmiset voivat luoda positiivisia kokemuksia auttamalla, antamalla jonossa tilaa tai juttelemalla rattoisasti. Toisaalta he voivat aiheuttaa jonossa tungosta tai tuottaa mielihapaa kommentteillaan. (Grove & Fisk, 1997, s. 74–77.)

Fyysisen tilan rakenne vaikuttaa sosiaaliseen kanssakäymiseen, esimerkiksi istuinryhmien asettelutapa voi ohjata asiakkaiden sosiaalista käytöstä (Bitner, 1992, s. 61). Tilaa tarkastellessaan Mossberg nostaa esiin Bitnerin (1992, s. 65–67) kuvaaman palvelumaiseman (*servicescape*). Palvelumaisemassa ympäristön tuottama aistivaikutus, tilan toiminnallisuus, käytetyt merkit (opasteet, logot) ja tilan luomat symboliset merkitykset synnyttävät kokonaisuuden, joka vaikuttaa palvelun kokemiseen. O’Dell (2005, s. 16–19) käyttää termiä elämysmaisema (*experiencescape*). Se on laajempi käsite kuin varsin fyysinen palvelumaisema. Elämysmaisemalla voi olla kulttuurisia lähtökohtia (esim. Seurasaari, Kaapelitehdas) tai se voi olla globaalisti tuotettu (esim. Disneyland). Elämysmaisemalla voidaan pyrkiä vaikuttamaan tietyllä tavalla, sillä voi olla poliittinenkin tarkoitusperä.

Olenaisena osana tiläkäsitystä on kuitenkin asiakas itse. Hän luo paikalle merkityksiä sekä itselleen että muille (Mossberg, 2007, s. 63). Vuonna 2007 Mossberg lisäsi malliinsa tuotteet / matkamuistot. Hän (2007, s. 68–69) pitää tärkeänä sitä, että matkailijalla on mahdollisuus hankkia matkamuisto, joka muistuttaa tapahtumasta, paikasta ja ihmisistä. Ja lopulta hyvä tarina tai teema voi koota tilan, ihmisten ja tuotteiden luoman kokonaisuuden (Mossberg, 2007, s. 69–70).



Kuva 6 Morganin elämysmalli
(Morgan, 2006, s. 309 & 2009, s. 85 pohjalta)

Morgan (2006, s. 309–310; 2009, s. 85–86) soveltaa elämysmalliinsa Kapfererin (2008, s. 182–187) brändiprismaa. Malli on kuvassa 6. Prismän yläosan muodostavat persoonallisuus (*personality*) ja fyysinen organisointi (*physical organization*), jotka ovat järjestäjän hallinnassa ja joita yleensä mitataan erilaisissa tyytyväisyystutkimuksissa. Persoonallisuus pitää sisällään pääohjelman ja sen esillepanon. Fyysiseen organisointiin kuuluvat saavutettavuus sekä tilat ja palvelut, jotka täydentävät ja rikastavat elämystä. Persoonallisuus ja fyysinen organisointi muodostavat elämyksen vetovoimatekijät. Prismän alaosa kuvastaa kävijän omia hyötyjä (*benefits*) ja merkityksiä (*meanings*). Nämä ovat elämyksen työntövoimatekijöitä. Prismän sivuissa kohtaavat järjestäjän ja osallistujan näkökulmat. Vasemmalla puolella ovat sosiaaliset suhteet (*relationships*): osallistujien keskinäinen vuorovaikutus sekä vuorovaikutus osallistujan ja henkilökunnan, vapaaehtoisten ja artistien välillä. Oikea sivu kuvastaa elämyksen esilletuomien kulttuuriarvojen ja osallistujan omien kulttuuriarvojen (*culture*) välistä vuorovaikutusta. Mitä lähempänä tapahtuman arvot ovat osallistujan arvoja, sitä positiivisempi elämys on.

Morganin malli on kuvatuista elämysmalleista kokonaisvaltaisin. Matkailututkimuksessa elämykset ovat muuttuneet esityspainotteisiksi, kun aikaisemmin korostettiin katsetta ja näköaistia. Ennen ydinasian teoretisoitiin olevan katseen (*gaze*) kohteena, nykyään elämyksen tulee olla kokonaisvaltainen ja koko kehon huomioiva. Osittain tämän seurauksena on alettu

korostaa myös elämyksen sosiaalista aspektia. Elämykset koetaan yhdessä, kollektiivisesti, ja sosiaalinen vuorovaikutus on olennainen osa kokonaiselämystä. Ihmiset eivät vain katsele attraktiota tai seuraa (muiden) toimintaa, vaan he ottavat itse valokuvia ja muovaavat paikalle oman tarinansa. He eivät vain kuluta elämyksiä, vaan osallistuvat niiden tuottamiseen ja suunnitteluun. (Ek, Larsen, Hornskov & Mansfeldt, 2008, s. 125–126.)

Edellä kuvatut kokonaiselämysmallit on koottu taulukkoon 1. Sundbon ja Hagedorn-Rasmussenin ajattelun pohjana on palvelutuotemalli, palvelut ovat mallin keskiössä. Getzin malli on oppimiseen ja tunteisiin sidottu. Wallsin ym. mallissa järjestäjän vallassa olevia tekijöitä ovat fyysiset ja sosiaalisen vuorovaikutuksen elementit. Mossbergilla suurimman painon saa elämysmaisema. Morgan puolestaan perustaa ajatuksensa tapahtumabrändiin. Kokonaiselämysmalleja on toki muitakin (esim. Kim ym., 2010; Ralston ym., 2007), mutta niissä pääpaino on ollut elämyksen laadun mittaamisella. En perusta omaa tutkimustani suoraan millekään edellä kuvatuista malleista, vaan muodostan oman mallini puhtaasti aineiston pohjalta. Tulen kuitenkin vertaamaan syntynyttä mallia edellä kuvattuihin kokonaiselämysmalleihin. En pyri elämyksen laadun mittaamiseen, vaan eri tekijöiden painoarvon arvioimiseen. Tarkoitukseni on tutkia, minkälaiset tekijät vaikuttavat kulttuuritapahtumakävijän kokonaiselämykseen ja ovatko nämä tekijät kulttuurigenrestä riippuvaisia.

Taulukko 1 Yhteenveto matkailun kokonaiselämysmalleista

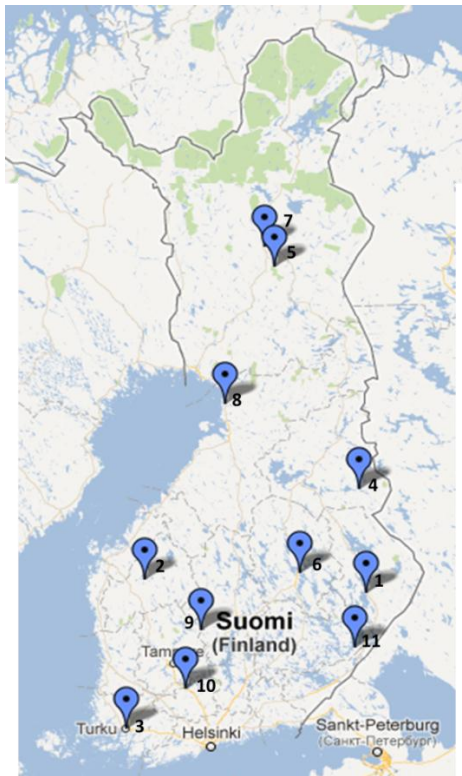
Tutkija	Mihin perustuu	Peruskäsitteet
Sundbo ja Hagedorn-Rasmussen (2008)	Palvelutuotemalli	Ydinelämys, lisäelämys, edusta, näyttämö, tausta
Getz (2007)	Oppimismallit, <i>communitas</i>	Kognitiivinen, affektiivinen, konatiivinen, liminaali
Walls ym. (2011)	Aiempi elämystutkimus	Kuluttajaelämys, henkilökohtaiset ominaisuudet, tilannekohtaiset tekijät, fyysiset elämyselementit, sosiaalisen vuorovaikutuksen elementit
Mossberg (2003 & 2007)	Elämysmaisema	Elämysmaisema, henkilökunta, muut asiakkaat, tuotteet / matkamunistot
Morgan (2006 & 2009)	Brändiprisma	Persoonallisuus, kulttuuriset arvot, merkitykset, henkilökohtaiset hyödyt, sosiaaliset suhteet, fyysinen organisointi

3 AINEISTO JA METODOLOGIA

Kuvaan seuraavassa ensin tutkittavat tapaukset (*caset*) ja sitten keräämäni aineiston, joka koostuu nettikyselystä, haastatteluista ja eläytymistarinoista. Tämän jälkeen käsittelen tutkimusetiikkaa nostaen esiin yksilön oikeuksien lisäksi tapahtumajärjestäjän oikeudet. Metodologisessa osuudessa kuvaan tutkimuksen taustalla olevaa metodologista viitekehystä sekä omaa rooliani tutkijana. Lopuksi kerron, miten raportoin tuloksista. Tässä yhteydessä kuvaan faktorianalyysin kulun, sillä sen tuloksia hyödynnetään tulosten raportoinnissa.

3.1 Tutkitut tapaukset

Tarkastelun kohteena oli 11 kesä-Suomessa järjestettävää kulttuuritapahtumaa. Tapahtumat on koottu kuvan 7 karttaan. Tavoitteenani oli sisällyttää tarkasteluun tapahtumia ympäri



Kuva 7 Tapahtumapaikkakunnat

1 = Ilosaarirock (Joensuu), 2 = Provinssirock (Seinäjoki), 3 = Ruisrock (Turku), 4 = Kuhmon Kamarimusiikki (Kuhmo), 5 = LuostoClassic (Sodankylä), 6 = Kuopio Tanssii ja Soi (Kuopio), 7 = Midnight Sun Film Festival (Sodankylä), 8 = Art Ii Biennaali (Ii), 9 = Honkahovin kesänäyttely (Mänttä-Vilppula), 10 = Naivistit Iitalassa (Hämeenlinna), 11 = Retretti (Punkaharju)
(kartta: © Google Maps)

Suomea. En ottanut mukaan pääkaupunkiseudun tapahtumia, koska halusin tutkia tapahtumia, joiden yleisöstä valtaosa on ulkopaikkakuntalaisia. Pääkaupunkiseutu on tapahtumamatkailun tärkeä lähtöalue (Leiper, 1979, s. 404). Erityisesti suuremmat kesätapahtumat saavat ison osan yleisöstään pääkaupunkiseudulta. Oman, tavanomaisen elinpiirin ulkopuolelle siirtyminen – eli matkailu (EU, 1999) – on monille tärkeä keino irtautua arjesta.

Taulukkoon 2 on koottu tarkasteltavien kulttuuritapahtumien genre, ydinohjelma ja tapahtumapaikka. Tutkittavat tapahtumat oli valittu siten, että niiden ohjelmasta nauttiminen ei edellytä suomen kielen taitoa. Elokuvajuhlilla esitetään toki kotimaisia elokuvia, mutta valtaosa filmeistä on ulkomaisia. Kulttuurisen genren lisäksi tapahtumia erottaa niiden käyttämä tila. Osa tapahtumista järjestetään ulkona, rajatulla alueella, jonne rakennetaan tapahtumaa varten tarvittavat tilat. Osa realisoituu yksittäisen tai useamman rakennuksen sisällä. Joukossa on myös tapahtuma, johon osallistuminen tarkoittaa kävelyä ulkona sitä varten osoitetulla reitillä.

Taulukko 2 Tapahtumat, niiden genre, ydinohjelma ja tapahtumapaikka

Kulttuuritapahtuma	Pääasiallinen kulttuurigenre	Ydinohjelma	Pääasiallinen tapahtumapaikka
Ilosaarirock	Rockmusiikki	Rockyhtyeiden ja -artistien live-esitykset	Tapahtumaa varten rakennettu alue (puistossa)
Provinssirock			
Ruisrock			
Kuhmon Kamarimusiikki	Klassinen musiikki	Klassisen musiikin orkesterien ja solistien live-esitykset	Sisätilat (konserttisali, koulu, kirkko)
LuostoClassic			Ulkotilat (kuru, tunturi, lampi), sisätilat
Kuopio Tanssii ja Soi	Tanssi	Tanssiryhmien ja -solistien live-esitykset	Erilaiset teatterisalit, tanssistudiot ja -koulut, satamatori, musiikkikeskus ym.
Midnight Sun Film Festival	Elokuvat	Elokuvaesitykset	Sisätilat (elokuvateatteri, entinen koulu ja telta)
Art Ii Biennaali	Kuvataide	Ympäristötaideteokset	Ulkotilat (kaupunkialue, oma ympäristötaidepuisto)
Honkahovin kesänäyttely		Kuvataideteokset	Sisätilat (entinen kartano)
Naivistit Iitalassa			Sisätilat (entinen koulu)
Retretti			Sisätilat (tarkoitusta varten rakennettu näyttelytila sisältäen luolaston)

Taulukossa 3 on tietoa tutkituista tapahtumista. Järjestämispaikkakunnan väkiluku on kiinnostava, kun sitä verrataan myytyjen lippujen määrään. Myytyjen lippujen määrää tarkasteltaessa on kuitenkin huomioitava, että luku ei kerro todellista kävijämäärää. Monissa tapahtumissa on useita eri tilaisuuksia ja tyypillisesti yksi kävijä osallistuu useaan eri tilaisuuteen. Tämän lisäksi kaikissa tutkituissa tapahtumissa on ilmaistilaisuuksia, joiden osallistujamäärät eivät ole mukana taulukossa. Tutkittavista tapahtumista vanhimpia ovat Ruisrock, Kuhmon Kamarimusiikki sekä Kuopio Tanssii ja Soi, jotka kaikki järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1970. Uusin tapahtuma on Art Ii Biennaali, jossa ympäristötaideteoksia on täydennetty kahden vuoden välein tähän mennessä kolme kertaa. Valtaosaa tapahtumista järjestää yleishyödyllinen järjestö tai säätiö. Vain Ruisrockin ja Retretin takana on osakeyhtiö – näistä Retretti Oy teki vuonna 2012 konkurssin. Honkahovin tilat omistaa osakeyhtiö, mutta näyttelytoiminnasta vastaa säätiö. Se, että valtaosa järjestäjistä on voittoa tuottamattomia yhteisöjä, on yleinen trendi Pohjois-Amerikassa ja koko Euroopassa. Yksityiset tapahtumanjärjestäjät ovat vielä harvinaisia, mutta niiden määrä on kasvussa. (Andersson & Getz, 2009, s. 848.) Kävijämäärältään suurimpia ovat rockfestivaalit ja Retretti, pienimpiä Art Ii Biennaali, Honkahovi ja LuostoClassic. Tapahtumista vain Art Ii Biennaali on ilmainen – kaikki muut tapahtumat ovat maksullisia, mutta niissä on mukana ilmaisia tilaisuuksia.

Taulukko 3 Tietoa tapahtumista

Tapahtuma	Paikka-kunta (asukkaita ¹)	Järjestäjä	Aloit- tus- vuosi	Ajan- kohta v. 2012	Myydyt liput v. 2012 ²
Ilosaarirock	Joensuu (73 400)	Joensuun Popmuusikot ry	1971	14. –15.7. (2 pv)	41 000
Provinssirock	Seinäjoki (57 900)	Seinäjoen Elävän musiikin yhdistys – SELMU ry	1979	15. –17.6. (3 pv)	56 000
Ruisrock	Turku (177 400)	Vantaan Festivaalit Oy	1970	6. –8.7. (3 pv)	63 000
Kuhmon Kamari- musiikki	Kuhmo (9 500)	Kuhmon Musiikkiyhdistys ry	1970	15. –28.7. (2 vkoa)	vajaa 37 000
LuostoClassic	Sodankylä (8 800)	LuostoClassic ry	2003	9. –12.8. (4 pv)	5 000
Kuopio Tanssii ja Soi	Kuopio (96 800)	Kuopio Tanssii ja Soi ry	1970	14. –20.6. (1 vko)	8 000 ³
Midnight Sun Film Festival	Sodankylä (8 800)	Sodankylän elokuva festivaalit ry	1986	13. –17.6. (5 pv)	yli 26 000
Art Ii Biennaali	Ii (9 400)	Taidekeskus Kulttuurikauppila	2008	15.6. →	0 (ilmainen) ⁴
Honkahovi	Mänttä- Vilppula (11 400)	Mäntän Klubi Oy (näyttelytoiminta: Kauko Sorjosen säätiö)	1992	9.6. –31.8. (vajaa 3 kk)	3 200
Naivistit Iittalassa	Hämeenlinna (66 900)	Naivistit Iittalassa -säätiö	1989	26.5.–26.8. (3 kk)	18 100
Retretti	Punkaharju (3 700)	Retretti Oy (konkurssi 2012)	1978	9.6. –28.8. (vajaa 3 kk)	46 000

¹ Kuntien asukasluvut on pyöristetty lähimpään sataan. Lähde: Väestötietojärjestelmä (2011)

² Lähteet: Ilosaarirock / Ylex (2012), Provinssirock / Seppänen (2012) ja Ilkka (2012), Ruisrock (2012a), Kuhmon Kamarimusiikki / Kainuun Sanomat (2012b), LuostoClassic / Finland Festivals (2012a), Kuopio Tanssii ja Soi / Finland Festivals (2012b), Midnight Sun Film Festival / Lapin Kansa (2012b), Honkahovi / KMV-lehti (2012), Naivistit Iittalassa / Niskanen (2012), Retretti / Puruvesi (2012)

³ Sisältää vain maksulliset pääesitykset. Luvusta puuttuvat kurssit ja ilmaisesitykset. Käyntikertoja oli kaikkiaan noin 40 000 (toiminnanjohtaja A. Pitkänen, henkilökohtainen tiedonanto, 2.1.2013).

⁴ Taideteokset ovat nähtävillä kellonajasta riippumatta ympäri vuoden. Kävijämääriä ei pystytä näin ollen tilastoimaan. (toiminnanjohtaja M. Maunu, henkilökohtainen tiedonanto, 11.1.2013.)

3.2 Aineisto

Tutkimuksen lähtökohdan muodosti nettikyselyaineisto, joka koottiin maaliskuu–lokakuun 2012 aikana. Jokainen tutkimukseen osallistuva tapahtuma levitti kyselyä parhaaksi katsomallaan tavalla. Tämän lisäksi levitin sitä eri tavoin myös itse. Kyselyn levittämistavat on koottu taulukkoon 4. Kolmen tapahtuman osalta vastaajien kesken arvottiin palkinto. Vastauksia tuli yhteensä 824, joista 6 hylättiin puutteellisina tai asiattomina. Vastauksia ei voi tarkastella perusjoukko–otos -näkökulmasta, sillä vastaajia ei haettu otantamenetelmällä. Kyse on harkinnanvaraisesta näytteestä .

Taulukko 4 Nettikyselyn levittämistavat

Tapahtuma	Palkinto	Järjestäjän levittämistapa	Oma levittämistapa
Kaikki			Kyselylinkki omalla Facebook-sivulla, mistä sitä jaettiin lumipallona eteenpäin Omat sähköpostilistat
Ilosaarirock		Twitter Sähköpostijakelu	Tapahtuman keskustelupalsta
Provinssirock		Facebook	Tapahtuman keskustelupalsta
Ruisrock		Sähköpostijakelu	
Kuhmon Kamarimusiikki		Facebook Tapahtuman nettisivut	
LuostoClassic	x	Facebook	
Kuopio Tanssii ja Soi		Sähköpostijakelu	
Midnight Sun Film Festival	x	Facebook Tapahtuman nettisivut	
Art Ii Biennaali	x	Sähköpostijakelu Tapahtuman nettisivut	Paikalla keräten osallistujien sähköpostiosoitteita
Honkahovi		Facebook	
Naivistit Iitalassa		-	Paikalla keräten osallistujien sähköpostiosoitteita
Retretti		Facebook	

Webropolilla (2012) tehdyllä suomen- ja englanninkielisellä nettikyselyllä (liitteessä 1 kysely suomeksi) koottiin osallistujien ja potentiaalisten osallistujien mielipiteitä erilaisista ydinohjelman ulkopuolisista tekijöistä. Tämän lisäksi heitä pyydettiin kuvaamaan elämystään ja arvojaan sekä kerättiin erilaista taustatietoa. Vapaamuotoisia elämyskuvauksia saatiin 455 kappaletta. Kysymyksiä muodostaessani hyödynsin kirjallisuutta, 8 taustahaastattelua sekä omia kokemuksiani (taulukko 5). Nettikysely jakaantui tapahtumaan osallistumiseen liittyviin

Taulukko 5 Nettikyselyn kysymysten taustat

Kysymys	Perustelu	Lähde
Osa I: Tapahtumaan osallistuminen		
Käyntikertojen määrä	Korrelaatiotarkasteluissa on syytä vertailla ei-kävijöitä, ensikertalaisia, muutaman kerran käyneitä ja vakiokävijöitä.	-
Paikallinen / vieras	Paikallisten ja vieraspaikkakuntalaisten käsityksissä ja toiveissa voi olla eroja.	-
Osallistumismotiivi	Taustatieto. Valintaruutukysymys, missä sai rastittaa useita vaihtoehtoja, mikä rajoitti analysointimahdollisuuksia. Kysely olisi kuitenkin tullut liian raskaaksi käyttämällä tilastollisesti monikäyttöisempää Likert-asteikkoa. Tutkimuksen pääpaino ei ole motiiveissa.	Mm. Lee ym., 2004 Li & Petrick, 2006 Saleh & Ryan, 1993 Nicholson & Pearce, 2001 Chang & Yuan, 2011 Deng & Pierskalla, 2011
Seura	Taustatieto	Cantell, 1993 & 1996
Osa II: Väitteet		
Ihmiset (6 väitettä) pukeutuminen talkoolaiset järjestyksenvalvojat väenpaljous ja jonot	Onko suhtautumisessa talkoolaisiin ja järjestyksenvalvojiin genre-kohtaisia eroja? Koetaanko muiden ihmisten suuri määrä positiivisesti vai negatiivisesti?	Taustahaastattelut Omat kokemukset Jonot: Morgan, 2006 Grove & Fisk, 1997
Ympäristö (8) miljö ja luonto siisteys liikkuminen somistus istuskelu hiljaisuus	Mikä on kehollisuuden merkitys (liikkuminen, ääni)? Kontrollin halu (siisteys, hiljaisuus) Sosiaalisuuden tukeminen (istuinryhmät, halu istuskella oman seurueen kanssa) Onko teeman tukeminen somistuksella niin tärkeää kuin väitetään (esim. Pine & Gilmore, 1998)?	Taustahaastattelut Omat kokemukset Istuinryhmät: Ahola, 2007 Morgan, 2006 Woosnam ym., 2009 Kehollisuus: Ahola, 2007
Teknologia (15) netti yleisesti sosiaalinen media mobiilipalvelut paikannuspalvelut elävä kuva	Mikä on suhtautuminen sosiaalisen median eri muotoihin? Miten paljon älypuhelinmahdollistamat palvelut merkitsevät? Onko tapahtuman nettisivuilla merkitystä tapahtuman alkamisen jälkeen?	Taustahaastattelut Omat kokemukset
Ruoka ja juoma (5) gourmet lähiruoka pop up terveellisyys alkoholi	Vaikuttavatko arvot (hedonismi, universalismi) vaatimuksiin? Onko erityisesti pääkaupunkiseudulla paljon rummutettu Ravintolapäivä (pop-up-ravintolat) kiinnostava tapahtumien näkökulmasta? Kiinnostaako terveellinen ruoka vain vanhempia osallistujia?	Taustahaastattelut Omat kokemukset
Muut lisäpalvelut (8) hyväntekeväisyys paikallisuus eettisyys matkamuistot VIP muutoshaluttomuus	Paikallisuuden ja eettisyyden vaatimus on ollut paljon esillä mediassa – onko niillä merkitystä myös tapahtumissa? Ovatko ihmiset valmiita maksamaan enemmän, jos rahat menevät esim. nuorisotyöhön? Halutaanko tapahtumissa ostaa	Testikyselyyn saadut kommentit Taustahaastattelut Omat kokemukset Matkamuistot: Mossberg, 2007

Kysymys	Perustelu	Lähde
	matkamuistoja kuten muussa matkailussa? Lähes kaikki tapahtumat tarjoavat VIP-palveluja – halutaanko niitä? Vastustavatko vain tapahtumassa eniten käyneet muutoksia?	Paikallisuus: Morgan, 2007
Muut (23) opastus ja informointi ekologisuus lapset oma osallistuminen kontrolli rahoitus kulttuuriin tutustuminen artistit inkluisio	Miten vahva oman kontrollin (opasteet, äänen taso) tarve on? Vaaditaanko tapahtumilta ekologisuutta? Miten tärkeää lasten huomiointi on? Haluavatko osallistujat interaktiivista ohjelmaa? Onko sponsorilla ja sponsorilla eroja? Halutaanko artisteihin ”tutustua”? Halutaanko henkilön taloudellisen tilanteen tai vamman johdosta syntyvä ekskluisio estää?	Testikyselyyn saadut kommentit Taustahaastattelut Omat kokemukset Opasteet: Ahola, 2007 Artistit: Woosnam ym., 2009
Osa III: Taustamuuttajat		
Arvot	Onko arvoilla vaikutusta siihen, miten väitteisiin vastataan? Onko kävijöiden arvoissa eroja genreittäin?	Schwartz, 2009 Kysymyksen muotoilu: Lindeman & Verkasalo, 2010
Sukupuoli, syntymävuosi, kansalaisuus	Perustaustamuuttujia	
Koulutus	Perustaustamuuttuja	KvantiMOTV, 2012
Ammattiasema	Perustaustamuuttuja	Tilastokeskus, 2012b
Osa IV: Tapahtuman kokeminen		
Elämäskuvaus ja kehitettävät asiat	Elämyksen kuvaaminen omin sanoin voi antaa tarkempia tietoja siitä, mikä on tärkeää. Toistuvatko samat kehitettävät asiat?	Testikyselyyn saadut kommentit
Tyytyväisyys oma tyytyväisyys suosittele uudelleen osallistuminen	Klassinen tyytyväisyyttä mittaava kysymyskolmikko	

kysymyksiin, ydinohjelman ulkopuolisia tekijöitä koskeviin väitteisiin, taustamuuttujiin ja tapahtuman kokemiseen liittyviin kysymyksiin.

Kyselyä rakentaessani oletin, että kokonaiselämysmallini tulisi pohjautumaan kyselyssä esitettyihin väittämiin ja niistä tehtyyn faktorianalyysiin. Kyselyn edetessä tuli selväksi, että kyselyn tärkein osa oli avoin kysymys, jossa kävijä kuvasi kokonaiselämystään. Päädyinkin rakentamaan kokonaiselämysmallini nimenomaan näiden elämäskuvausten pohjalta (ks. luku 3.4 Metodologia). Väitteistä taas tuli elämästekijöitä kuvaavia asioita.

Kyselyn testasi 14 henkilöä (testivastaukset eivät ole mukana aineistossa), ja pilottikysely tehtiin Kuhmon Kamarimusiikkiin osallistuville. Alkuperäisessä kyselyssä oli mukana 65 väittämää, joita tuli arvioida sekä tärkeyden että tapahtuman suoriutumisen pohjalta (*Importance–Performance* -analyysi; Martilla & James, 1977). Pilotin perusteella tämä

Taulukko 6 Nettikyselyn vastaajien taustatiedot (n = 818)

	Lkm	%
Sukupuoli		
Mies	222	27 %
Nainen	596	73 %
Ikäryhmä (ka = 35 v., med = 30 v.)		
12–19 v.	59	7 %
20–29 v.	331	40 %
30–39 v.	176	22 %
40–49 v.	103	13 %
50–59 v.	82	10 %
60–69 v.	56	7 %
70–79 v.	10	1 %
80–82 v.	1	0 %
Koulutus		
Kansakoulu	2	0 %
Peruskoulu tai vastaava	29	4 %
Ammattikoulu tai -kurssi	101	12 %
Lukio tai ylioppilas	148	18 %
Opistotason ammatillinen koulutus	89	11 %
Ammattikorkeakoulu	163	20 %
Korkeakoulu, alemman asteen tutkinto	92	11 %
Korkeakoulu, ylemmän asteen tutkinto	192	24 %
Ammattiasema		
Yrittäjä	48	6 %
Ylempi toimihenkilö	128	16 %
Alempi toimihenkilö	94	11 %
Työntekijä	215	26 %
Opiskelija	226	28 %
Eläkeläinen	46	6 %
Muu	59	7 %
Paikalliset vs. vieraat		
Paikkakuntalainen	247	30 %
Vieraspaikkakuntalainen	571	70 %
Osallistumiskerrat (ka = 6, med = 4)		
0 kertaa	42	5 %
1 kerran	145	18 %
2–5 kertaa	316	39 %
6–9 kertaa	117	14 %
10–19 kertaa	149	18 %
20–29 kertaa	39	5 %
30–40 kertaa	10	1 %

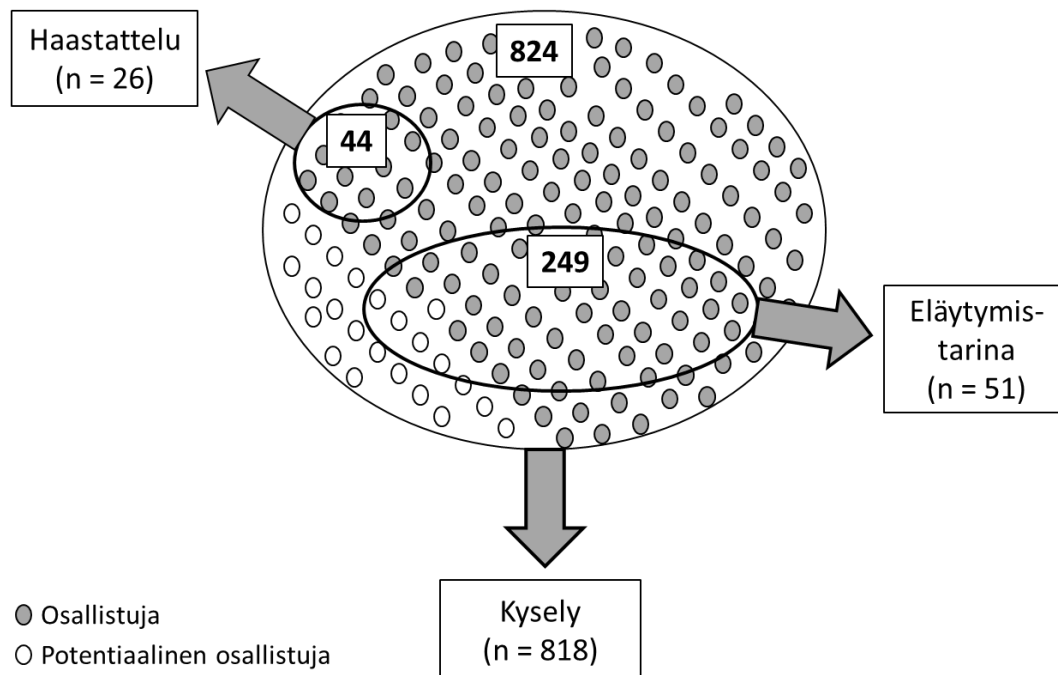
vertailu jätettiin pois liian työläänä ja osallistujilta kysyttiin vain asioiden tärkeyttä. Pilottivastaukset (17 kappaletta) ovat mukana aineistossa. Nettivastauksia menetettiin jonkin verran johtuen siitä, että Webropolissa oli virhe, jonka seurauksena kysely jumittui Internet Explorer -selaimella. Mozilla Firefox -selain toimi koko ajan ongelmitta. Taulukkoon 6 on koottu taustatiedot vastaajista. Vastaajien keski-ikä oli 35 vuotta ja yli 70 % oli naisia. Yli puolella oli ammattikorkeakoulu- tai korkeakoulututkinto. Pääosin kävijät olivat vieraspaikkakuntalaisia ja he olivat osallistuneet kyseiseen tapahtumaan keskimäärin 6 kertaa. Vaikka tavoitteena oli saada myös ulkomaisten kävijöiden näkemyksiä, vain 11 vastaajalla oli muu kuin Suomen kansalaisuus. Siksi tutkimuksessa ei ole tarkasteltu erikseen suomalaisten ja ulkomaalaisten vastauksia.

Yli 300 nettikyselyyn vastannutta jätti yhteystietonsa mahdollista jatkohaastattelua varten. Syys–lokakuun 2012 aikana otin yhteyttä heistä 44:ään, joista 26 suostui haastatteluun. Ulkomailla asuville lähetin kysymykset sähköpostitse ja muut haastattelin puhelimitse. Valitsin eri ikäisiä haastateltavia jokaisesta tapahtumasta – Art Ii Biennaalista ei tullut yhtään haastateltavaa. Haastateltujen sukupuolijakauma (8 miestä ja 18 naista) vastasi kutakuinkin koko aineiston sukupuolijakaumaa. Haastateltujen keski-ikä oli 46 vuotta, kun koko aineiston keski-ikä oli 35 vuotta. Ero johtuu siitä, että nuoremmilta oli vaikeampi saada vastauksia yhteydenottopyyntöihin. Nuorin haastateltu oli 18-vuotias ja vanhin 82-vuotias.

Haastattelut olivat puolistrukturoituja (Eskola & Vastamäki, 2010, s. 28) eli kysymykset olivat kaikille samat, mutta niihin ei annettu vastausvaihtoehtoja, vaan haastateltava antoi vastauksen omin sanoin. Haastattelukysymykset ovat liitteessä 2. Kaikki haastattelut nauhoitettiin haastateltavan suostumuksella ja tulos litteroitiin. Yhden haastattelun osalta nauhoitus epäonnistui, mutta siitä oli käytettävissä muistiinpanot. Puhelinhaastattelujen tarkoituksena oli testata nettikyselyn elämyskuvausten luokittelusta saatua mallia sekä kerätä kävijöiden kertomia merkityksellisiä sattumuksia (*critical incidents*; Flanagan, 1954), jotka joko huononsivat tai paransivat tunnelmaa. Näiden sattumusten pohjalta halusin testata kokonaiselämysmallini osiota ”tunnelma”. Flanaganin kuvaamissa tutkimuksissa (1954, s. 330) merkityksellisiä sattumuksia kerättiin tuhansia. Tässä tapauksessa positiivisia sattumuksia saatiin 65 ja negatiivisia 24. Määrä on Flanaganin verrattuna hyvinkin pieni, mutta sattumusten keräämisen tavoitteena ei ollutkaan tuottaa uutta teoriaa, vaan testata jo

muodostettua mallia. Tähän tarkoitukseen määrä oli riittävä, ja siitä saatiin myös suuntaantava käsitys elämystekijöiden merkitsevyydestä.

Loka–marraskuun 2012 aikana pyysin jatkohaastatteluun halukkaista 249 henkilöä kirjoittamaan lyhyen eläytymistarinan (Eskola, 1997a) ja sain 51 vastausta. Eläytymismenetelmässä aineiston tuottajaa pyydetään kuvittelemaan kehyskertomuksen kuvaama tilanne ja kirjoittamaan siitä. Aineistonkeruumenetelmänä eläytymistarinoita pidetään hyvinä siksi, että niissä tutkija ei vaikuta tulokseen samalla tavalla kuin haastatteluissa. Eläytymismenetelmä sopii hyvin erityisesti silloin, kun haetaan käsityksiä tulevaisuudesta. (Eskola, 1997b, s. 30–31.) Eläytymistarinoilla halusin testata merkityksellisten sattumusten tapaan mallini osiota ”tunnelma”. Kehyskertomuksia oli kolme (liite 3): vuoden 2015 poikkeuksellisen epäonnistunut tunnelma (18 vastausta), vuoden 2015 poikkeuksellisen onnistunut tunnelma (20 vastausta) sekä vuoden 2027 poikkeuksellisen onnistunut tunnelma (12 vastausta). Kehyskertomuksissa tulisi varioida vain yhtä keskeistä asiaa (Eskola, 1997b, s. 18). Ensin varioin tunnelman laatua (onnistunut vs. epäonnistunut) ja sen jälkeen tapahtumavuotta (lähivuosi vs. 15 vuotta myöhemmin). Variointia tehtiin siis kahden asian – onnistumisen ja ajankohdan – suhteen. Ajankohdan variointiin päädyin siinä vaiheessa, kun eräs vastaaja kertoi lukeneensa tehtäväksiannon liian kiireisesti. Niinpä hän oli kirjoittanut tarinan 15 vuoden päässä tapahtuneesta, ei vuodesta 2015. Tämä kirjoitus kuvasi kiinnostavalla tavalla ympäröivän yhteiskunnan muutoksia. Halusin kokeilla, miten suuria muutoksia muut kirjoittajat arvioivat tapahtuvan vuoteen 2027 mennessä. Saatujen vastausten määrä vaihteli kehyskertomuksittain 12 ja 20 välillä. Eskola (1997b, s. 24) pitää 15 kehyskertomuskohtaista tarinaa hyvänä määränä. Pidän saamaani kirjoitusten määrää riittävänä, sillä niiden avulla oli mahdollista testata ”tunnelman” sisältöä sekä rikastuttaa kokonaiselämysmallin eri tekijöitä. Eläytymistarinat olivat laajempia kuin nettikyselyssä annettu elämyskuvaus, ja siksi niistä oli hyötyä myös diskurssianalyysin syventämisessä.

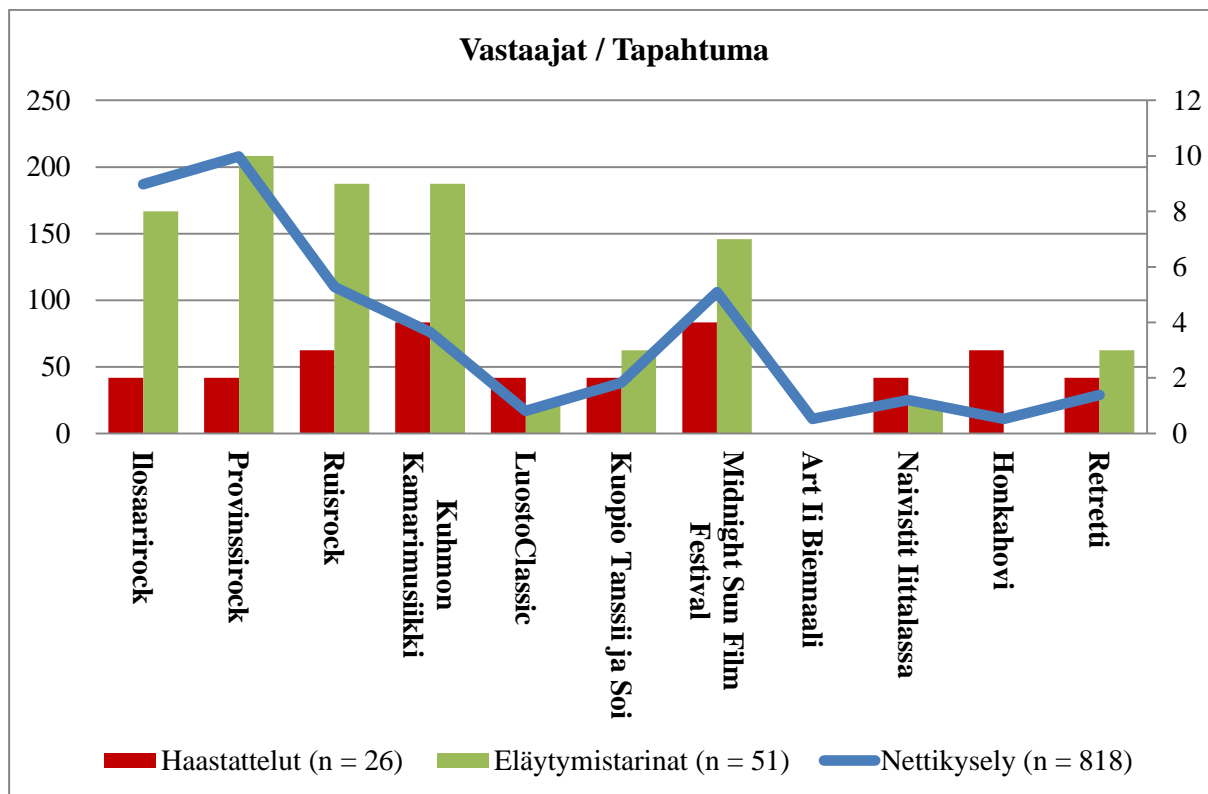


Kuva 8 Aineiston kerääminen
(Potentiaalinen osallistuja ei ollut osallistunut tapahtumaan kertaakaan, mutta vastasi nettikyselyyn)

Kaiken aineiston tuottajina olivat ne henkilöt, jotka vastasivat nettikyselyyn. Osa heistä osallistui kyselyn lisäksi haastatteluun tai eläytymistarinan kirjoittamiseen (ks. kuva 8).

Aineiston jakauma tapahtumittain on koottu kuvaan 9.

Kesän 2012 aikana osallistuin itse kuuteen tapahtumaan: Ilosaari- ja Provinssirockiin, Kuhmon Kamarimusiikkiin, LuostoClassiciin, Art Ii Biennaaliin sekä Naivistit Iitalassa -näyttelyyn. Näistä tapahtumista käytin tukimateriaalina omia havaintojani, jotka olivat muistiinpanojen ja valokuvien muodossa.



Kuva 9 Vastaajien määrä tapahtumittain (Nettikyselyn osalta asteikko on vasemmalla, haastattelujen ja eläytymistarinoiden osalta asteikko oikealla.)

3.3 Tutkimusetiikka

Tutkittavien oikeuksia pohdittaessa Kuula (2011, s. 60–62) nostaa esiin itsemääräämisoikeuden, vahingoittumattomuuden ja yksityisyyden suojan. Tutkimukseen osallistuminen oli vapaaehtoista ja tutkittavia informoitiin siitä, mistä on kyse ja miten tietoja käytetään (ks. liite 1). Tutkittavia ei vahingoitettu fyysisesti, sosiaalisesti tai taloudellisesti. Henkistä vahingoittumista on saattanut hetkellisesti tapahtua silloin, kun olen pyytänyt haastateltavia muistelevaan jotain negatiivista sattumusta tai kun eläytymistarinan kirjoittajaa on pyydetty kuvittelevaan täysin epäonnistunut tapahtuma. Muutamia negatiivisia eläytymistarinoita lukiessani itsellenikin tuli ahdistava olo, sillä jotkut kuvasivat epäonnisuutta hyvin elävästi. En kirjoittanut kehyskertomuksia kuvaamaan kuvitteellisen Maijan tai Matin epäonnista osallistumista, vaan kirjoittajan itsensä. Pidin ajatusta keksitystä päähenkilöstä liian lapsellisena ja kirjoittajien aliarvioimisena. Tämä oli väärä päätös, sillä

käytetyssä muodossaan eläytymistarinat saattoivat aiheuttaa joillekin kirjoittajille tai kirjoittamaan pyydetyille mielipahaa.

Yksityisyyden suojaa tarkastelen nimenomaan henkilötietojen näkökulmasta. Nettikyselyssä pyysin haastatteluun halukkailta yhteystietoja. Lisäksi muutamien tapahtumien osalta arvottiin vastaajien kesken palkintoja, mitä varten kerättiin niin ikään yhteystiedot. Poistin analyysivaiheessa kyselyaineistosta kaikki yhteystiedot, mutta ne olivat varmuuskopioilla mukana. Haastatteluja tehdessäni pidin yhteystiedot ja vastaukset erillään, samoin eläytymistarinoiden kohdalla. Tästä huolimatta aineistosta muodostui henkilörekisteri, sillä yhteystiedot ja aineisto oli mahdollista haluttaessa yhdistää. Koska haastattelut nauhoitettiin, muodostui myös nauhoitetusta aineistosta henkilörekisteri, sillä ääni tekee henkilöstä tunnistettavan (Kuula, 2011, s. 81). Kaikki henkilötiedot eli henkilön tunnistamisen mahdollistavat tiedot tullaan hävittämään gradun tarkastuksen jälkeen – siihen asti niitä säilytetään henkilörekisterilain säädösten mukaisesti. Tässä tutkimuksessa kerron kysely- tai haastattelusitaatteja käyttäessäni vain sukupuolen, iän ja tapahtuman, jota lainaus koskee. Tämä informoitiin tutkittaville sekä nettikyselyn että haastattelun alussa. Eläytymistarinoiden osalta kirjoittajasta ei kerrota mitään, mikä informoitiin kirjoittajille.

Hävitettäviä tietoja ovat kyselyaineistossa olevat yhteystiedot, tapahtumissa kerätyt sähköpostilistat, haastattelunauhoitukset, haastateltavien yhteystiedot, eläytymistarinoiden alkuperäisformaatti (sähköpostit), eläytymistarinoiden kirjoittajien yhteystiedot sekä kaikki sähköpostiviestintä tutkimukseen osallistuneiden kanssa. Säilytettävä aineisto koostuu anonymisoidusta kyselyaineistosta, anonymisoidusta, litteroidusta haastatteluaineistosta sekä anonymisoiduista eläytymistarinoista. Kyselyaineistossa säilytetään vastaajien taustatiedot (sukupuoli, syntymävuosi, kansalaisuus, koulutus ja ammattiasema), sillä niiden perusteella ketään ei voi tunnistaa. Haastatteluissa säilytetään haastateltavan sukupuoli ja ikä. Eläytymistarinoiden osalta ei säilytetä mitään tietoa kirjoittajista. Säilytettävää aineistoa tullaan hyödyntämään jatkotutkimuksissa eli se hävitetään tai arkistoidaan vasta jatkotutkimusten jälkeen.

Tutkittavien henkilöiden tulee pääsääntöisesti olla 15 vuotta täyttäneitä (Kuula, 2011, s. 148–150). Nettikyselyyn vastasi viisi henkilöä, jotka olivat kyselyyn vastatessaan korkeintaan 15-vuotiaita. Nuorin oli 12-vuotias. Nämä vastaukset ovat mukana tutkimusaineistossa, sillä

tutkimus ei sisällä arkaluonteista tietoa. Vastaajat olivat sen ikäisiä, että he ovat varmastikin ymmärtäneet tutkimuksen tarkoituksen ja kysymysten sisällöt.

Tutkimusetiikkaa pohdittaessa pidän tärkeänä myös tapahtumajärjestäjien huomioimista. Kotimaiset kulttuuritapahtumat toimivat vahvasti järjestö- ja yhdistyspohjalta, ja valtaosalla on jokavuotisia haasteita rahoituksen järjestämisessä. Tällä tutkimuksella ei haluta vaikeuttaa minkään tapahtuman elinolosuhteita (vrt. taloudellinen vahingoittumattomuus; Kuula, 2011, s. 62) tai nostaa jotain tapahtumaa muiden yläpuolelle. Eri tapahtumien välisellä ”paremmuudella” tai yksittäisen tapahtuman kehittämiskohteilla ei ole tutkimuksen kannalta merkitystä, ja siksi niitä on turha tutkimukseen sisällyttää. Teksti toimitettiin tapahtumajärjestäjille, jotta he pystyivät tarvittaessa korjaamaan virheet ja väärinkäsitykset. En ole luovuttanut tutkimusaineistoa sellaisenaan järjestäjille, vaan toimitin heille yhteenvedot oman tapahtumansa nettikyselyvastauksista. Tämä mainittiin myös nettikyselyn alussa. Yhteenvedoissa ei ollut mukana vastaajien yhteystietoja. En ole luovuttanut toisen tapahtuman yhteenvedoa toiselle, ellei asianomainen ole antanut siihen lupaa. Genrekohtaisia yhteenvedoja olen jakanut tapahtumille, mikäli genreen kuului useampi kuin kaksi tapahtumaa.

Yksikään tarkastelluista tapahtumista ei ole maksanut tästä tutkimuksesta. Tutkimus on ollut mahdollinen saamani aikuiskoulutustuen ansiosta. Tapahtumajärjestäjät ovat antaneet aikaansa, mainostaneet kyselyäni ja kommentoineet tuloksia. Niihin tapahtumiin, joihin osallistuin, maksoin liput itse. Poikkeuksena olivat Naivistit Iittalassa -näyttely, johon sain ilmaisen sisäänpääsyn, sekä Art Ii Biennaali, johon ei ole sisäänpääsymaksua. Tutkituista 11 tapahtumasta seitsemän on Finland Festivalin jäseniä. Neljä (Ilosaari- ja Ruisrock, Art Ii Biennaali sekä Naivistit Iittalassa -näyttely) eivät kuulu yhdistykseen. Myöskään Finland Festivals ei ole rahoittanut tätä tutkimusta, mutta se auttoi antamalla yhteystietoja ja suosittelemalla järjestäjiä osallistumaan tutkimukseen.

3.4 Metodologia

Tutkimusparadigmani on jossain määrin interpretivistinen (Goodson & Phillimore, 2004, s. 35–36; Tribe, 2004, s. 55–56). Tavoitteeni on hakea ymmärrystä yhdessä muiden kanssa. Aineiston tuottivat tapahtumakävijät, mutta tulkintaa pohdin tapahtumajärjestäjien kanssa.

Tapasin Kuhmon Kamarimusiikin ja Provinssirockin tapahtumajärjestäjät kyselyn analysoinnin alkuvaiheessa ja keskustelimme tulkinnoistani heidän tapahtumaansa koskevan aineiston pohjalta. Tämän lisäksi esittelin tuloksia Finland Festivalin seminaarissa marraskuussa 2012, jolloin seminaariosallistujat kommentoivat aktiivisesti tuloksia. Tutkimusraportin valmistuttua lähetin sen kaikille muille tapahtumajärjestäjille paitsi Retretille, jota sähköpostiviesti ei tavoittanut. Sain kommentteja viideltä tapahtumalta.

Tutkimuksessa tarkastellaan 11 kulttuuritapahtumaa. Kyseessä on siis tapaustutkimus. En kuitenkaan käsittele tapahtumia juurikaan yksittäin, vaan olen yhdistänyt ne neljäksi kulttuurigenreksi. Tarkastelemani genret ovat ”Rock” (Ilosaari-, Provinssi- ja Ruisrock), ”Klassinen” (Kuhmon Kamarimusiikki ja LuostoClassic), ”Kuvataide” (Art Ii Biennaali, Honkahovi, Naivistit Iitalassa ja Retretti) ja ”Muut” (Kuopio Tanssii ja Soi sekä Midnight Sun Film Festival). Lähestymistapani on *Grounded Theory* -tyyppistä eli aineistolähtöistä. Pyrin kehittämään uutta teoriaa usean tapauksen pohjalta. Prosessi on ollut iteratiivinen, ja teoriani on jäsentynyt sitä mukaa, kun olen keskustellut eri tapahtumajärjestäjien kanssa. Stake (2005, s. 237–238; suomennokset Eriksson & Koistinen, 2005, s. 9–10) jakaa tapaustutkimukset itsessään arvokkaaksi tapaustutkimukseksi (*intrinsic case study*), välineelliseksi tapaustutkimukseksi (*instrumental case study*) ja kollektiiviseksi tapaustutkimukseksi (*collective case study*). Itsessään arvokkaassa tapaustutkimuksessa tutkimus tehdään tapauksen itsensä vuoksi – ei siksi, että se edustaisi jotain joukkoa ja auttaisi ymmärtämään tiettyä yleisempää problematiikkaa. Välineellisessä tapaustutkimuksessa tapaus on esimerkki suuremmasta joukosta. Tapaus itsessään on toissijainen, sitä käytetään tietyn asian tai teorian ymmärtämisen tueksi. Kollektiivisessä tapaustutkimuksessa on mukana useita tapauksia, se on monen tapauksen välineellinen tutkimus. Tapaukset on valittu siten, että niiden uskotaan antavan syvällistä käsitystä tutkittavasta ilmiöstä.

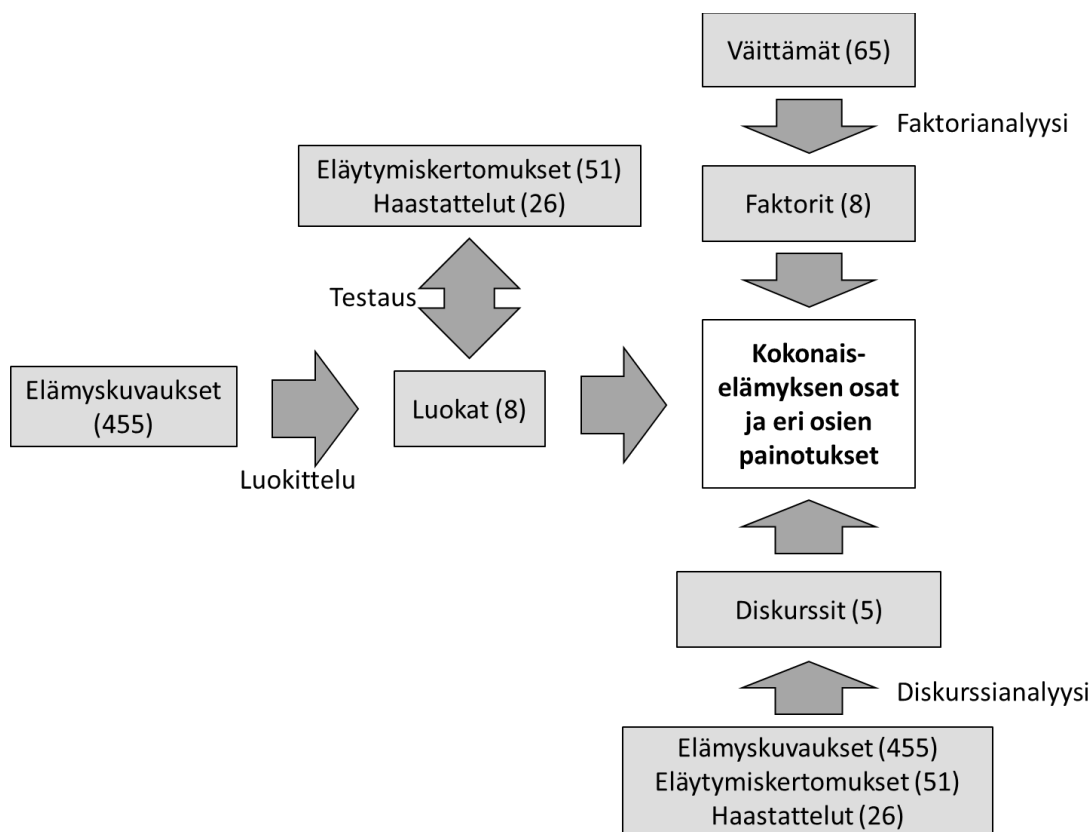
Tämä tutkimus on kollektiivinen tapaustutkimus, jossa on 11 tapausta. Eisenhardt (1989, s. 545) pitää 4–10 tapausta tutkimukselle sopivana määränä. Alle neljällä tapauksella voi olla vaikea määritellä teoriaa, kun taas yli 10 tapausta voi tuottaa liian paljon aineistoa. Tavoitteeni oli määritellä teoriaa tapausten pohjalta. Monesti tapaustutkimusta käytetään teorian pohjana tilanteessa, kun aluetta on tutkittu vähän. Tässä tutkimuksessa on kuitenkin kyse suhteellisen paljon tutkitun elämyskäsitteen tarkastelusta tuoreella tavalla – tapaustutkimus soveltuu hyvin myös tähän. (Eisenhardt, 1989, s. 548.) Aiemmin esittelemäni

kokonaiselämysmallit ovat pääosin toisen tieteenhaaran malleihin perustuvia. Jos niitä on verrattu tapahtumiin liittyvään aineistoon, tämä on tehty vasta mallin muodostamisen jälkeen. Esimerkiksi Morgan (2009) testasi Kapfereriin perustuvaa malliaan yhdellä tapauksella, vuoden 2005 Sidmouth Folk Week -festivaalilla. Oma lähestymistapani on päinvastainen. Rakennan teorian tapausten pohjalta. Tämän jälkeen vertaan sitä aiemmin kuvaamiini, olemassa oleviin kokonaiselämysmalleihin.

En hae totuutta kokonaiselämysmallista, koska sellaista ei ole olemassakaan. On vain erilaisia näkemyksiä, jotka ovat tutkijan omasta taustasta ja näkökulmasta riippuvaisia. Näkemykset, joita esitän, perustuvat kävijöiden kertomuksiin, mutta niiden tulkintoihin ovat vaikuttaneet omat taustani. Yksikään tutkija ei ole objektiivinen, ympäristöstään ja kulttuuristaan irrallinen tarkkailija (Swain, 2004, s. 102; Saukko, 2003, s. 113–114). Omat mieltymykset, arvot ja tausta vaikuttavat tulkintoihin. Omalla kohdallani tulkintoihini ja siihen, miten painotan asioita, ovat voineet vaikuttaa monet asiat. Olen osallistunut vain osaan tutkittavista tapahtumista. Tällöin yksittäisen tapahtuman arvioinnissa voi jäädä joku sellainen asia huomiomatta, minkä paikalla ollut automaattisesti tietäisi. Toisaalta tapahtumaan osallistuminen synnyttää elämyksiä. Arvioinko eri tavalla tapahtumaa, jossa olin yksin, kuin tapahtumaa, jossa olin osa seuruetta? Vaikuttavatko seurueeni jäsenten näkemykset omiin tulkintoihini? Arvioinko tapahtumaa eri tavalla, jos itselläni oli siellä tylsää tai hauskaa? Olen tavannut osan järjestäjistä ja keskustellut heidän kanssaan tapahtuman sisällöstä ja historiasta. Näiden tapahtumien osalta tietoni tapahtuman taustoista ja organisoimisesta ovat suuremmat kuin toisten. Olen kirjoittanut neljästä tapahtumasta opintoihini liittyvillä kursseilla, joten olen tutustunut näiden tapahtumien historiaan ja markkinointiviestintään tarkemmin kuin muiden. Tutkimusta tehdessä jotkut järjestäjät oli helppo saada kiinni, kun toiset olivat kiireisempiä. Voivatko nämä asiat vaikuttaa näkemyksiini? Olen koonnut liitteeseen 4 omat kosketukseni tutkittaviin tapahtumiin.

Käytettävät menetelmät on koottu kuvaan 10. Aineiston keruussa ja analysoinnissa on käytetty sekä määrällisiä että laadullisia menetelmiä. Tarkoituksena oli hakea ymmärrystä siitä, mistä kokonaiselämys koostuu ja mitkä näistä tekijöistä ovat tärkeämpiä kuin toiset. Kyseessä on menetelmällinen triangulaatio, jossa eri aineistoja analysoidaan eri menetelmin, hakien vastausta yhteen ja samaan tutkimuskysymykseen (Veal, 2011, s. 143). On myös perusteltua puhua aineiston triangulaatiosta (Eriksson & Koistinen, 2005, s. 27), sillä olen

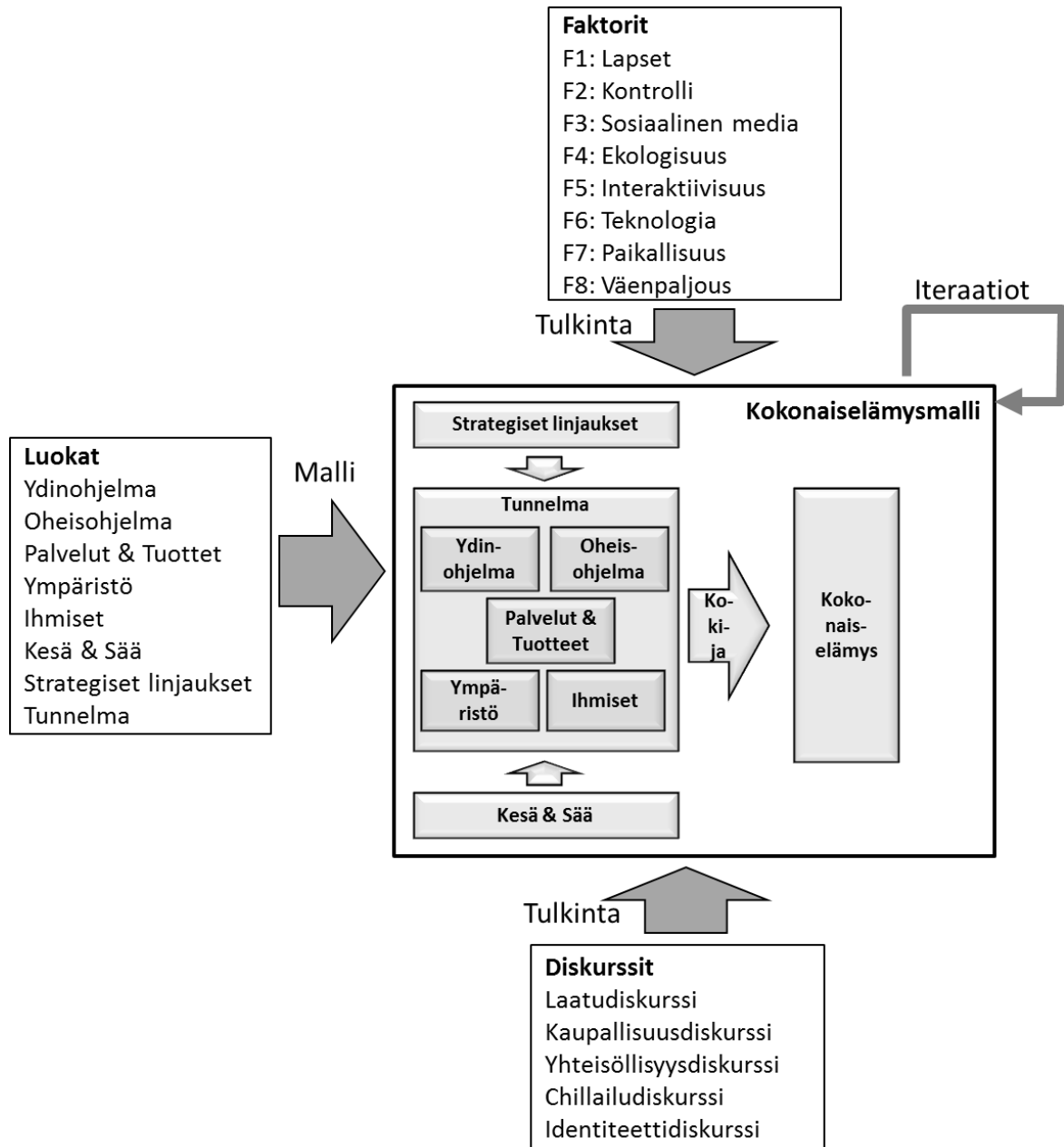
käyttänyt useita aineistoja, vaikka informantit ovatkin samasta joukosta. Useiden aineistojen käyttö on tapaustutkimukselle ja teoriaa rakentavalle tutkimukselle tyypillistä (Eisenhardt, 1989, s. 534 & 537). Nettikyselyn vastaajat kuvasivat kokonaiselämystään sanallisesti avoimessa kysymyksessä, joka luokiteltiin. Tarkoituksena oli etsiä, mitä asioita tapahtumakävijät itse havainnoivat elämyksensä osiksi. Tästä rakensin oman kokonaiselämysmallini, jota testasin haastatteluaineistolla ja eläytymistarinoilla. Mallin eri osia tulkitsin nettikyselyyn kuuluneilla väittämillä, joita tiivistin faktorianalyysillä. Lopuksi kaikkea suullista ja kirjallista aineistoa analysoitiin diskurssianalyysin (Jokinen, Juhila & Suoninen, 1993) keinoin etsien tapoja, miten elämyksistä puhutaan ja mitkä asiat nousevat näissä diskursseissa tärkeimmiksi. Diskursseja ei ole tarkasteltu lingvistikäsitteestä näkökulmasta, vaan olen hakenut sitä, millaisia ajatus-, käsitys- tai käytöstapoja kävijöiden puhe ja teksti välittävät. Pyrin myös kytkemään nämä diskurssit sosiokulttuuriseen ja historialliseen kontekstiinsa. (Scollon & Scollon, 2004, s. 538.)



Kuva 10 Aineiston ja menetelmien triangulaatio

3.5 Raportointi

Tutkimuskysymykseni oli: Mistä tekijöistä kesäisen kulttuuritapahtuman kokonaiselämys syntyy? Triangulaatioon pohjautuva analyysi eteni kuvan 11 mukaisesti. Rakentamani kokonaiselämysmalli pohjautuu kävijöiden antamien elämyskuvausten luokitteluun. Tätä luokittelua testasin haastattelun tuloksilla. Jaoin haastateltujen kuvaamat merkitykselliset sattumukset luokittelun mukaisesti pyrkien varmistamaan, että malli on riittävän kattava. Lisäksi arvioin luokittelujen sopivuutta eläytymistarinoiden avulla. Mallin muodostamisen iteraatiokierrokset syntyivät keskusteluista eri tapahtumajärjestäjien kanssa. En kuvaa mallin syntymisen välivaiheita, vaan ainoastaan iteraatiokierroksen lopullisen tuloksen. Tulosten raportoinnissa tulkitsen kokonaiselämysmallin eri osia yksittäisiä ja faktorianalyysillä tiivistettyjä väittämävastauksia hyödyntäen. Tulkinnassa käytän myös puhutun ja kirjoitetun materiaalin pohjalta muodostettuja diskursseja.



Kuva 11 Analyysin toteuttaminen

Kun raportoin luvussa 4 tutkimuksen tuloksia, on raportointitapa tapaustutkimukselle ominainen. En ole erotellut aiempaa tutkimusta tai empiiristä ainesta omiksi osikseen, vaan käsittelem niitä yhteisesti aina, kun tuon esiin uuden malliin kuuluvan tekijän (vrt. Eriksson & Koistinen, 2005, s. 37–38). Kokonaiselämyksen tekijöitä kuvatessani empiirinen aines koostuu nettikyselyn elämiskuvauksista, nettikyselyn väittämistä, haastatteluista sekä eläytymistarinoista. En erottele sitä, onko kyse elämiskuvauksesta vai haastattelusta. Sen sijaan eläytymistarinoista kerron sen, onko kyse negatiivisen vai positiivisen tunnelman

kuvaamisesta. Käyttäessäni haastattelusitaatteja olen poistanut ylimääräiset täytesanat (kuten ”niinku”, ”tota”, ”semmonen”), elleivät ne ole olleet merkityksellisiä. Elämystekijöitä havainnollistavat valokuvat ovat omiani, ja joiltakin osin kuvaan omia kokemuksiani vuoden 2012 tapahtumissa.

Hyödynnetty aiempi tutkimus on monitieteistä, mikä on matkailututkimukselle hyvin tyypillistä. Tulen viittaamaan antropologian, sosiaalipsykologian, ympäristöpsykologian, sosiologian, humanistisen maantieteen ja markkinoinnin tutkimuksiin. Raportoinnissa on havaittavissa Denzinin ja Lincolnin kuvaamaa (1994, s. 2–3) *bricoleur*-asennetta: tutkimuksen kuluessa olen ottanut käyttöön eri menetelmiä ja eri aineistoja, koska ne ovat auttaneet tutkimuskohteen ymmärtämisessä. Olen ollut utelias ja käytän laajasti omaa aineistoani, mutta kurkistan myös vieraammille tieteenaloille, jotta kutakin syntyneen mallin sisältämää tekijää voidaan tarkastella laajemmin. Olen aloitteleva tutkija, joten olen vielä kaukana Denzinin ja Lincolnin kuvaamasta *bricoleurista*, joka moniosaamisen ja laajan tietämyksensä nojalla pystyy liikkumaan vaivattomasti eri tieteenaloilla. Oma tapani on varmaan vielä osittain kömpelö, mutta toivon lukijan saavan samoja ahaa-elämyksiä, joita itse koin tutkimusta tehdessäni.

Ennen varsinaisiin tuloksiin siirtymistä kuvaan vielä välituloksena faktorianalyysin, jonka tuloksia hyödynnän raportoinnissa. Faktorianalyysi on vain välivaihe, ei lopullinen tulos. Tiivistin nettikyselyssä esitettyjä väittämiä eksploratiivisella faktorianalyysillä. Kun tarkastellaan vastausten jakaumaa (kuva 9), huomataan, että vastaukset ovat painottuneet vahvasti rockfestivaalien puolelle. Vastausten määrä on kuitenkin suhteessa kunkin tapahtuman osallistujien määrään ja siinä mielessä on perusteltua hyödyntää koko aineistoa. Faktorianalyysi tehtiin 65 väittämälle. Väittämiin oli vastattu Likertin asteikolla 1–5, missä 1 = ”Täysin samaa mieltä”, 2 = ”Samaa mieltä”, 3 = ”Ei samaa eikä eri mieltä”, 4 = ”Eri mieltä” ja 5 = ”Täysin eri mieltä”. Omana vaihtoehtonaan oli 0 = ”En osaa sanoa”. Mikään väittämistä ei ollut pakollinen. Ennen faktorianalyysia yhdistin ”En osaa sanoa” -vaihtoehdon Likertin asteikon keskimmäiseen ”Ei samaa eikä eri mieltä” -vaihtoehtoon, kuten Jokivuori ja Hietala (2007, s. 13) suosittelevat.

Havaintojen määrä on riittävä faktorianalyysia varten (Metsämuuronen, 2009, s. 666), sillä havaintoja tulisi olla vähintään 5 kertaa väitteiden (65) määrä eli tässä tapauksessa vähintään

325. Vähensin analyysiin sisällytettyjen väittämien määrää siten, että poistin ensin ne, joissa oli eniten puuttuvia vastauksia, ja sitten ne, jotka latautuivat alle 0,5 painoarvolla ja lopuksi väittämän, joka latautui vähintään arvolla 0,3 kahdelle eri faktorille. Kaiser-Meyer-Olkin -testi (KMO) oli 0,763. Metsämuurosen mukaan (2009, s. 670) jo vähintään 0,6 osoittaa aineiston soveltuvan faktorianalyysiin. Bartlettin sfäärisyystestin arvon tulee olla tilastollisesti merkitsevä (Jokivuori & Hietala, 2007, s. 96), mikä toteutui. Käytin faktorianalyysissä *Maximum Likelihood* -menetelmää ja vinokulmarotaatiota (*Direct Oblimin*). *Maximum Likelihood* soveltuu hyvin silloin, kun havaintoja on paljon (Jokivuori & Hietala, 2007, s. 94). *Direct Oblimin* taas on yhteiskuntatieteelliselle tutkimukselle soveltuvin vaihtoehto, sillä se sallii multikollineaarisuuden (Leskinen & Kuusinen, 1991, s. 296). Yhteiskuntatieteissä on yleistä, että faktorien välillä on korrelaatiota – näin on tässäkin tapauksessa. Faktorianalyysin tulos on taulukossa 7. Lopullisessa faktorianalyysissä oli mukana 25 väittämää, jotka latautuivat 8 faktorille selittäen 56 % variaatiosta. Jo vajaan 50 % selitysaste on ihmistieteissä varsin hyvä (Jokivuori & Hietala, 2007, s. 98). Muodostettujen summamuuttujien osalta Cronbachin alfan arvo on erittäin hyvä vaihdellen 0,68:n ja 0,91:n välillä. Kun faktorit esitetään jatkossa genreittäin, on summamuuttuja vielä pyöristetty, jotta olisi havainnollisempaa esittää mielipiteet välillä ”Täysin samaa mieltä” – ”Täysin eri mieltä”. Esimerkiksi kuvassa 19 on esitetty faktori ”F1: Lapset” pyöristäen summamuuttujan arvot kokonaisluvuiksi. Näin raportointitarkkuudessa on menetetty jonkin verran, mutta lopputulos on luettavampi. Pyöristyksen aiheuttama muutos on kokonaisuuden kannalta minimaalinen, sillä väittämillä ei haeta tarkkaa merkitsevyyttä, vaan pikemminkin trendiä.

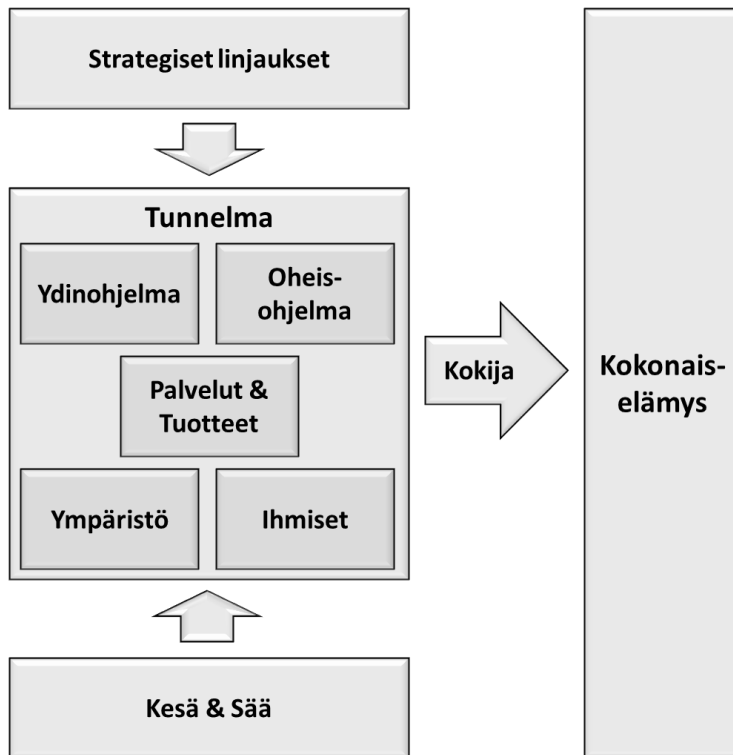
Kaikkia muita faktoreita paitsi faktoria ”F2: Kontrolli” käytetään tulosten raportoisessa kuvaamaan erilaisia kokonaiselämykseen liittyviä tekijöitä. Henkilökohtaiseen kontrolliin liittyvä faktori F2 kuvaa sitä, että tapahtumakävijät eivät halua menettää kontrollia eksymällä sen takia, että tapahtumapaikalle ei ole viitoitusta tai että tapahtuma-alueen opasteet ovat puutteellisia. Mielipiteet eivät eroa eri genreissä millään tavalla, joten kyseisen faktorin jatkokäsittely ei ole mielekästä.

Taulukko 7 Faktorianalyysin tulos

Faktorit	ka	sd	Lataus	α
F1: Lapset Tapahtumassa tulee olla lapsille sopivaa ohjelmaa Haluan, että lapset ovat tervetulleita tähän tapahtumaan	2,83	1,18	,999 ,763	,87
F2: Kontrolli Paikalle johtavan tieviitoituksen tulee olla selkeä Tapahtuma-alueen opastusmerkintöjen tulee olla selkeitä	4,60	0,54	,972 ,846	,91
F3: Sosiaalinen media Kirjoitan tapahtuman aikaisia tunnelmiani sosiaalisen median palveluihin (Facebook, Twitter, Google Plus jne.) Jaan tapahtuman aikana ottamiani valokuvia netissä Seuraan tapahtumaa myös sosiaalisen median (Facebook, Twitter, tms.) kautta	3,41	1,18	,896 ,851 ,608	,82
F4: Ekologisuus Jätteiden lajittelu ja kierrätyksen edistäminen on tärkeää tapahtuman aikana Tapahtumassa tulee käyttää uusiutuvia energiamuotoja Haluan liikkua tapahtuman aikana ekologisesti	4,01	0,74	,868 ,821 ,663	,82
F5: Interaktiivisuus Minä ja seurueeni haluaisimme luoda jotain ammattilaisen opastamana (kuvataide, musiikki, tanssi tms.) Haluaisin itse esiintyä tässä tapahtumassa Osallistuisin tapahtuman aikana järjestettävään, aihepiiriin liittyvään koulutukseen (soitto, laulu, tanssi, maalaus tms)	2,22	1,00	-,933 -,671 -,645	,81
F6: Teknologia Tapahtumapaikalla tulee olla ilmainen langaton Internet-yhteys Tapahtumapaikalla tulee olla tietokoneita, joista on pääsy nettiin Käyttäisin tapahtuman aikaisia paikannuspalveluja Haluan käyttää tapahtumakohtaisia mobiilipalveluja Seuraan tapahtuman aikana tapahtuman nettisivuja	2,73	0,79	,689 ,589 ,548 ,539 ,534	,72
F7: Paikallisuus Tapahtumassa tulee olla myynnissä paikallisia tuotteita Lisäpalvelujen (kuljetus, ruoka, vartiointi jne.) tulee olla paikallisesti tuotettuja Tapahtumassa tulee olla tarjolla lähiruokaa	3,91	0,68	,831 ,648 ,607	,75
F8: Väenpaljous Väenpaljous sopii hyvin tähän tapahtumaan Turvallisuuden valvojien tulee olla näkyvästi esillä Jonottamisen tulee olla hauskaa Tapahtuman aikana tulee voida liikkua (kuljeskella / tanssia)	3,82	0,76	,592 ,561 ,556 ,537	,68

4 TULOKSET

Aineiston pohjalta muodostettu kesäisten kulttuuritapahtumien kokonaiselämysmalli on kuvassa 12. Sitä on päivitetty iteroiden tapahtumajärjestäjien kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta.



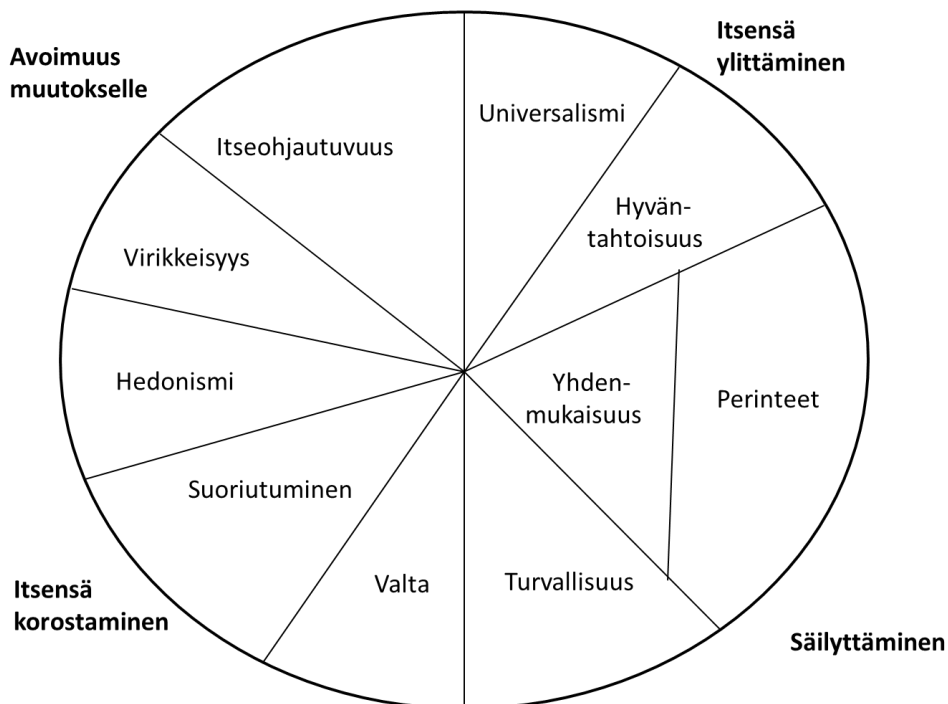
Kuva 12 Kesäisten kulttuuritapahtumien kokonaiselämysmalli

Ydin- ja oheisohjelma, palvelut ja tuotteet, ympäristö, ihmiset, kesä ja sää, strategiset linjaukset sekä tunnelma esiintyivät elämystään kuvaavien tapahtumakävijöiden vastauksissa, haastatteluissa ja eläytymistarinoissa. Yksittäinen tapahtumakävijä, kokija, kokee kokonaiselämyksen, joka koostuu joko kaikista tekijöistä tai osasta niitä. Käyn seuraavassa ensin läpi vastaajiin liittyviä taustamuuttujia ja sen jälkeen kunkin kokonaiselämysmallini tekijän omassa alaluvussa.

4.1 Kokija

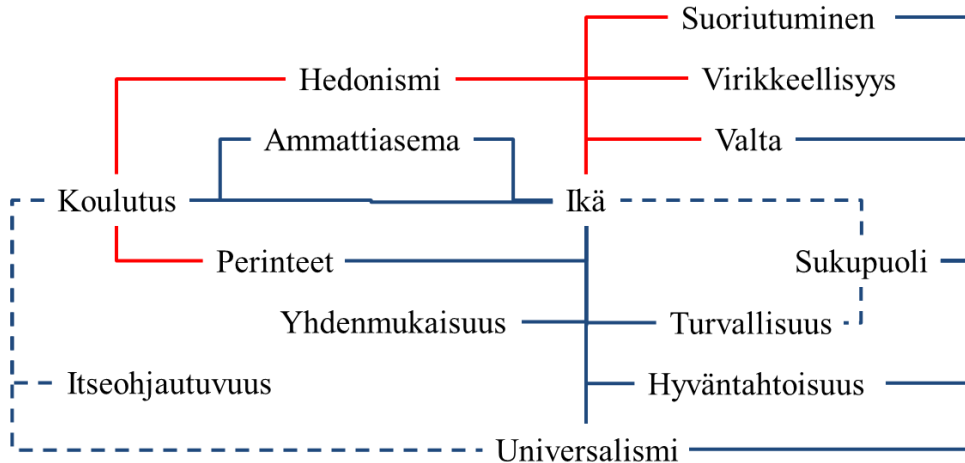
Jokainen osallistuja kokee pienistä osasista koostuvan kokonaiselämyksen eri tavalla. Kokijan kokonaiselämykseen vaikuttavat aiemmat kokemukset, osallistumismotiivit, tilannekohtaiset ja sosiodemografiset tekijät, omat arvot ja oma persoona (Mossberg, 2003, s. 24–26 & 67; Walls ym., 2011, s. 19).

Kävijöiden arvoja mitattiin Schwartzin arvo-orientaatioiden perusteella. Ne perustuvat 10 arvoon, jotka ovat itseohjautuvuus, virikkeisyys, hedonismi, suoriutuminen, valta, turvallisuus, yhdenmukaisuus, perinteet, hyväntahtoisuus ja universalismi. Muista arvomalleista poiketen Schwartz on määritellyt arvojen väliset riippuvuussuhteet. Arvot ovat joko toisiaan täydentäviä eli yhteensopivia tai keskenään konfliktissa eli yhteensopimattomia. Hän kuvaa arvo-orientaatiot kehänä (kuva 13), jossa kaksi lähellä toisiaan olevaa arvoa korreloi keskenään. Kehällä vastakkaisilla puolilla olevat arvot ovat keskenään ristiriidassa. Esimerkiksi universalismi ja valta ovat yhteensopimattomia, sen sijaan universalismi ja itseohjautuvuus täydentävät toisiaan. Mitä kauempana arvot ovat toisistaan, sitä vähemmän ne korreloivat keskenään. (Schwartz, 2009, s. 1–6.)



Kuva 13 Schwartzin arvo-orientaatiot (Schwartz, 2009, Liite s. 6).

Vastaajien taustamuuttujien väliset riippuvuudet on koottu kaaviomuotoon kuvassa 14. Vastaavat korrelaatioarvot on esitetty taulukossa 8. Taustamuuttujina ovat ikä, sukupuoli, koulutus ja ammattiasema sekä henkilökohtaiset arvot. Taustamuuttujissa arvojen välistä riippuvuutta ei ole käsitelty, sillä ne kuuluvat sisäänrakennettuina jo Schwartzin malliin. Arvoja kysyttiin Schwartzin arvo-orientaation pohjalta käyttäen Lindemanin ja Verkasalon kehittämää lyhennettyä versiota (*Short Schwartz's Value Survey, SSVS*), missä vastaajat arvioivat kunkin attribuuteilla täydennetyin arvon merkitystä itselleen Likert-asteikon avulla (Lindeman & Verkasalo, 2005, s. 171 & 177; suomennoksessa hyödynnetty Karpista & Tiaista, 2010, s. 38). Arvoihin liittyviä korrelaatioita arvioitaessa on käytetty Schwartzin kuvaamaa (2007, s. 180) keskittämismenetelmää, jolla huomioidaan vastaajien skaalan käyttö: vastaukset on standardoitu siten, että $S_i = x_i - M_i$, missä S_i on vastauksen standardoitu arvo, x_i on vastaajan antama arvo ja M_i on vastaajan kaikkien arvovastausten keskiarvo. Tällä tavalla vastauksista on saatu eliminoitua skaalan käytön erot. Jotkut vastaajat käyttävät vain muutamia keskimmäisiä arvoja, toiset taas koko skaalaa. Tätä standardointia on käytetty kaikissa korrelaatiolaskennoissa, kuten Schwartz suosittelee.



Kuva 14 Taustamuuttujien väliset korrelaatiot
(Hallikaista, 1998, s. 59, mukaillen)
(yhtenäinen viiva: $p < 0.01$, katkoviiva: $p < 0.05$, punainen viiva: käänteinen riippuvuus)

Kuvassa 14 yhtenäinen viiva kertoo, että korrelaatio on tilastollisesti erittäin merkitsevä, ja katkoviiva, että korrelaatio on merkitsevä. Punainen viiva kertoo korrelaation käänteisyydestä, esimerkiksi koulutuksen lisääntyminen vähentää perinteiden merkitystä. Iän ja sukupuolen välinen korrelaatio on mielenkiintoinen: vaikka vastaajista valtaosa on naisia,

yli 70-vuotiaissa enemmistö on miehiä. Selitys tähän lienee se, että iäkkäämmässä ryhmässä miehet ovat tottuneempia netin käyttäjiä – kyseessä on sähköinen kysely. Koulutus ja ammattiasema ovat iästä riippuvaisia, ja koulutuksella on vaikutus ammattiasemaan. Iän kasvaessa vallan, suoriutumisen, hedonismin ja virikkeellisyyden merkitys vähenee. Sen sijaan universalismin, hyväntahtoisuuden, perinteiden, yhdenmukaisuuden ja turvallisuuden merkitys kasvaa. Koulutuksen lisääntyessä itseohjautuvuuden ja universalismin merkitys nousee, mutta perinteiden ja hedonismin merkitys vähenee. Hyväntahtoisuus, universalismi ja turvallisuus ovat vastaajajoukossa naisille tärkeämpiä kuin miehille. Miehille taas valta ja suoriutuminen ovat tärkeämpiä kuin naisille.

Taulukko 8 Taustamuuttujien välisen korrelaatiot
(** : $p < 0.01$, * : $p < 0.05$, Sukupuoli: 1 = Mies, 2 = Nainen)

	Ikä	Koulutus	Ammatti- asema	Sukupuoli
Koulutus	.318**			
Ammattiasema	-.211**	-.252**		
Sukupuoli	-.083*	.018	.066	
Valta	-.135**	.008	-.029	-.118**
Suoriutuminen	-.220**	.036	-.024	-.121**
Hedonismi	-.228**	-.115**	-.006	.022
Virikkeellisyys	-.135**	.023	-.047	-.035
Itseohjautuvuus	-.009	.087*	-.056	-.016
Universalismi	.143**	.079*	.042	.106**
Hyväntahtoisuus	.092**	.031	.027	.129**
Perinteet	.165**	-.101**	.052	-.020
Yhdenmukaisuus	.185**	-.019	.021	.049
Turvallisuus	.146**	-.015	.005	.072*

Taulukkoon 9 on koottu suomalaisten arvot sekä tämän tutkimuksen vastaajajoukon arvot genreittäin. Taulukossa on verrattu tapahtumakävijöiden arvohierarkiaa Puohiniemen vuonna 2005 mittaamaan suomalaisten arvohierarkiaan. Vaikka Puohiniemen hierarkia onkin suhteellisen vanha, on huomattava, että arvot muuttuvat hyvin hitaasti. Puohiniemi on mitannut suomalaisten arvoja vuodesta 1991 alkaen, ja vuoteen 2005 mennessä arvoissa on tapahtunut vain hyvin vähäisiä muutoksia (Puohiniemi, 2006, s. 56). Ne arvot on vahvennettu, jotka eroavat kaikkien suomalaisten arvoista vähintään kolme sijaa. Kullekin genrelle on laskettu vastaajien keski-ikä, jotta iän vaikutusta arvoihin voidaan arvioida. Kaikkien kulttuurigenrejen osalta itseohjautuvuus on kävijöille huomattavasti tärkeämpää ja

yhdenmukaisuus vähemmän tärkeää kuin suomalaiselle keskimäärin. Hedonismi on hyvin korkealla rockfestivaalikävijöillä, ja myös virikkeellisyys on heille tärkeämpää kuin keskivertosuomalaiselle. Kuopio Tanssii ja Soi ja Midnight Sun Film Festival -kävijöiden osalta niin ikään virikkeellisyys on tärkeää, kun taas turvallisuudella on hyvin vähäinen merkitys. Kun tehdään osittaiskorrelaatioanalyysi vakioimalla arvoihin vaikuttavat tekijät (ikä, koulutus ja sukupuoli), hedonismi (-.125), universalismi (.132), itseohjautuvuus (.118) ja turvallisuus (-.118) korreloivat vähäisesti, mutta tilastollisesti erittäin merkitsevästi tapahtumagenren kanssa. Hedonismi on tärkein rockfestivaalikävijöille, universalismi taas klassisen musiikin tapahtumaan osallistuvalla. Itseohjautuvuus on korkeimmalla Midnight Sun Film Festivalin sekä Kuopio Tanssii ja Soi -osallistujilla. Turvallisuus on kuvataidetapahtumien kävijöillä korkeammalla kuin muilla.

Taulukko 9 Suomalaisen vs. tapahtumakävijöiden arvohierarkia

Suomalaiset v. 2005 (Puohiniemi, 2006, s. 21)	Rock (keski-ikä 29 v)	Klassinen musiikki (keski-ikä 53 v)	Kuvataide (keski-ikä 48 v)	Muut (keski-ikä 37 v)
Hyväntahtoisuus	Hyväntahtoisuus	Hyväntahtoisuus	Hyväntahtoisuus	Hyväntahtoisuus
Turvallisuus	Hedonismi	Universalismi	Turvallisuus	Itseohjautuvuus
Yhdenmukaisuus	Itseohjautuvuus	Itseohjautuvuus	Universalismi	Universalismi
Universalismi	Turvallisuus	Turvallisuus	Itseohjautuvuus	Virikkeellisyys
Hedonismi	Universalismi	Yhdenmukaisuus	Hedonismi	Hedonismi
Itseohjautuvuus	Virikkeellisyys	Hedonismi	Virikkeellisyys	Turvallisuus
Suoriutuminen	Yhdenmukaisuus	Virikkeellisyys	Yhdenmukaisuus	Yhdenmukaisuus
Virikkeellisyys	Perinteet	Perinteet	Perinteet	Perinteet
Perinteet	Suoriutuminen	Suoriutuminen	Suoriutuminen	Suoriutuminen
Valta	Valta	Valta	Valta	Valta

Kun nettikyselyn väittämistä muodostetuille faktoreille (taulukko 7) tehdään K-keskiarvon ryhmittelyanalyysi (*K-Means Cluster*; Selkälä, 2012), päästään hieman karrikoiden kolmeen osallistujaryhmään: kaikkiruokaiset, hedonistit ja aktiivit. Analyysin tulos on taulukossa 10.

Taulukko 10 Klusterien keskipisteet kävijäryhmittäin (n = 809)

	Kaikkiruokaiset (n = 219)	Hedonistit (n = 320)	Aktiivit (n = 270)
F1: Lapset	3.22	1.83	3.70
F2: Kontrolli	4.49	4.66	4.61
F3: Sosiaalinen media	1.84	4.10	3.87
F4: Ekologisuus	3.90	3.94	4.19
F5: Interaktiivisuus	1.90	1.78	3.00
F6: Teknologia	2.30	2.76	3.04
F7: Paikallisuus	3.92	3.71	4.14
F8: Väenpaljous	3.41	4.18	3.73

Kaikkiruokaisten ryhmässä noin 60 % on yli 40-vuotiaita. He vierastavat niin sosiaalista mediaa kuin muutakin teknologiaa. He käyvät kaikkein monipuolisimmin erilaisissa kulttuuritapahtumissa. Heille samaan tapahtumaan osallistuminen on muodostunut perinteeksi ja heissä on suurin joukko (vajaa 30 %) niitä, jotka eivät halua muutoksia tapahtuman oheis- ja lisäpalveluihin. Suunnilleen saman verran kaikkiruokaisista haluaisi päästä vaikuttamaan siihen, miten kovalla musiikkia soitetaan. Hedonistit, joista valtaosa on alle 30-vuotiaita, ovat väenpaljoudesta pitäviä rockfestivaalikävijöitä. Yli 90 % hedonisteista haluaa, että tapahtumassa myydään alkoholia, ja heissä on suurin (hieman yli 20 %) VIP-palvelujen kannattajien ryhmä. He ovat ahkerimpia sosiaalisen median käyttäjiä. He eivät ole kovin kiinnostuneita paikalliskulttuurista tai muiden maiden kulttuureista eivätkä he halua lapsia tapahtumaan. Aktiivit näkevät eniten kehitettävää tapahtuman ohjelmassa ja oheisohjelmassa eikä tiettyyn tapahtumaan osallistumisesta ole muodostunut heille sellaista traditiota kuin kaikkiruokaisille. He ovat kaikkein kiinnostuneimpia osallistumaan ohjelmaan, vaikka osallistumishaluisia onkin vain alle 30 %. Paikallisuuden ja ekologisuuden suosiminen on kaikille ryhmille tärkeää, mutta aktiiveille kaikkein tärkeintä. Aktiivit ovat innokkaimpia bloggaajia (vajaa 20 %), he ostaisivat tapahtumassa gourmet-ruokaa (40 %), design-tuotteita (yli 20 %), tapahtumabrändättyjä tuotteita (yli 50 %) ja maksaisivat palveluista ja tuotteista enemmän, jos rahat menisivät hyvään tarkoitukseen.

Kulttuuritapahtumien kuluttajat rakentavat tapahtuman avulla identiteettiään, ja tästä syntyy identiteetidiskurssi. Identiteetin rakentuminen ei ole enää työpainotteista – Ahlqvistin (1998, s. 10) mukaan kulutus on jo syrjäyttänyt työn identiteetin rakentajana. ”Pala nuoruutta ja senjälkeen pala nostalgiaa eli pala elämäni ja identiteettini muistoja”, kuvaa 46-vuotias nainen suhdettaan Provinssirockiin. Identiteetidiskurssissa kävijöiden kuvauksista on

löydettävissä muutoksia elämäntavoissa tai kulttuurin kulutustottumuksissa sekä oppimista ja itsensä kehittämistä. ”Se [The Cure Provinssirockissa] oli mun elämäni ensimmäinen semmonen iso keikka koskaan ja mä luulen, et se vaikutti sil tavalla ihan selkeästi kaikkeen... et mitä mä rupesin diggaileen musiikkia ja käymään eri festareilla... ylipäänsä käymään joka paikassa”, kertoo 30-vuotias nainen. Koettu elämys on synnyttänyt hänessä pienimuotoisen transformaation (Aho, 2001, s. 47). Tulevaa muutosta ennakoii 63-vuotias Kuhmon naiskävijä kertoessaan viettävänsä jatkossa Kainuussa enemmän aikaa: ”Pidennän oloaika siellä, kun jään eläkkeelle.” Jotkut toteavat kulttuuritapahtuman auttavan omassa jaksamisessa, ja he pitävät työkykyään yllä rentoutumalla festivaalilla. Muistojen syntyminen, uuden oppiminen ja itsensä kehittäminen nousevat kuitenkin kaikkein tärkeimmiksi identiteetin rakentamisen välineiksi. ”Jäi iloinen mieli, opin paljon ja sain uusia virikkeitä ja ideoita sekä työhöni että muuhun elämään”, toteaa 41-vuotias Kuopio Tanssii ja Soi -tapahtumassa käyvä nainen.

Identiteettikeskusteluun kuuluu myös tapahtumapaikan identiteetti (Waterman, 1998, s. 58). Paikkaan liittyy muistoja ja arvoja, jotka tulevat läpi silloin, kun paikalla käydään tapahtuman jälkeen. ”Se Törnävän alue on sellanen, että ku oikeestaan sillä alueella ei tuu muuten sitte välttämättä niin hirveesti pyörityä, niin sitte sillon, ku siinä on, niin aina tulee heti kaikki Provinssin muistot mieleen, vaikka olis keskellä talvea”, kertoo 27-vuotias mies.

Joillekin vakiokävijöille kulttuuritapahtumaan osallistumisesta muodostuu kotiseutu- tai kansallisylpeyden kaltaista tapahtumaylpeyttä. Tässä ei ole kyse paikallisidentiteetistä, vaan tapahtumaidentiteetistä, missä tapahtuma ja sen onnistuminen, tapahtuman kehittämisen periaatteet ja tapahtumaan liittyvät (kirjoittamattomat) normit ovat kävijälle tärkeitä. Provinssirockin järjestäjiin kuuluva henkilö kertoo nähneensä, kuinka yleisön jäsenet puuttuivat festivaalilla riehuvan käytökseen: ”Täällä ei käyttäydytä noin!”. Vakiokävijät luovat omalta osaltaan tapahtumaan liittyvää henkeä. Ja aivan kuten kotiseutuyylpeyteenkin, myös tapahtumaylpeyteen liittyy piirre, missä ulkopuolisesta arvioinnista saatetaan loukkaantua. Saman genren tapahtumia verrataan keskenään ja oma tapahtuma on se paras. Sana ”paras” tai ”parhaimpiin kuuluva” toistuu elämuskuvauksissa lähes 30 kertaa.

4.2 Ydinohjelma

Se [Alexander Reichstein] teki siis kanaverkosta semmosia niinku meren olentoja ja koko Kalliosalin katon kokonen himmeli, missä ne pyörivät hitaan jazz-musiikin tahdissa ja ne oli uv-maalilla maalattu ja oli pimeä ja sit sitä mustavalolla vaan valaistiin. Niin ne lipuivat ne kanaverkosta rakennellut mielikuvitusmerenolennot – siellä Kalliosalin parvella ku seisoi – hitaasti sun ohi etkä nähny mitään muuta kuin ne. Se oli hieno. Se oli ihan mielettömän hieno. (nainen, 33 v, Retretti)

Ohjelma – kuvataidetapahtumien kohdalla sisältö lienee parempi nimitys – on kulttuuritapahtuman ydin. Tutkituissa tapahtumissa ydinohjelma on musiikkia, tanssia, elokuvia tai taideteoksia. Esiintyjiin perustuvissa live-esityksissä (musiikki ja tanssi) ydinohjelma esitetään pääsääntöisesti esiintymislavalla. Elokuvatapahtumissa ydinohjelmana ovat erilaisissa tiloissa näytettävät filmit. Kuvataiteissa ydinohjelmana ovat yleensä sisätiloissa olevat teokset, mutta yhä enenevässä määrin teoksia on myös ulkona. Ohjelma tai sisältö kuului kaikkien tapahtumatyyppien kävijöiden osallistumismotivaation TOP3:een (taulukko 11). Kun kävijät päättävät osallistumisestaan, kulttuuritapahtuman ohjelmalla on tärkeä merkitys.

Taulukko 11 Viisi tärkeintä osallistumismotivaatiota genreittäin (n = 818)

Rock (n = 505)	Klassinen (n = 93)	Kuvataide (n = 76)	Muut (n = 144)
Haluan pitää hauskaa 84%	Ohjelma/sisältö on kiinnostava 77%	Tämä kulttuurin alue kiinnostaa minua 58%	Ohjelma/sisältö on kiinnostava 82%
Ohjelma/sisältö on kiinnostava 78%	Tämä kulttuurin alue kiinnostaa minua 65%	Tapahtuman teema kiinnosti 57%	Tämä kulttuurin alue kiinnostaa minua 74%
Haluan kuulla tiettyä artistia / nähdä tietyn taiteilijan töitä 68%	Tapahtumaan osallistuminen on jo perinne 51%	Ohjelma/sisältö on kiinnostava 49%	Haluan oppia ja nähdä uutta 57%
Tapahtumalla on hyvä imago 60%	Tapahtumalla on hyvä imago 41%	Haluan oppia ja nähdä uutta 37%	Tapahtuman teema kiinnosti 51%
Tapahtumaan osallistuminen on jo perinne 59%	Haluan osallistua johonkin ainutlaatuiseseen 35%	Tapahtumaan osallistuminen on jo perinne 29%	Tapahtumalla on hyvä imago 47%

Tietyn ohjelman kokeminen on saattanut jättää pysyvän muistijäljen, kuten 58-vuotias mies kuvaa vuoden 1970 ensimmäistä festivaalikochemustaan Ruisrockissa:

Sunnuntaina sitten pisti silmään erityisesti tämä Kalevala-bändi ja jos mä oikein muistan, niin siinä ensimmäisen kerran... Siinähän Albert Järvinen soitti ja se oli mulle suuri yllätys. Mä jäin oikein kuuntelemaan, että siinä hetkessä... juuri sillä hetkellä mun suuri idoli oli Eric Clapton ja Alpertti veti, niinkun aivan samoilla soundeilla soitti siinä ja mä sanoin et *hemmetti, tosta kaverista tulee jotain*.

Esiintyjien tapa huomioida yleisö ja luoda mieleenpainuvia performansseja (kuva 15) syventää kokonaiselämystä.



Kuva 15 Michael Monroe kiipeilee lavarakenteissa, Provinssirock 2012

Nettikyselyssä esitetyt kaksi väitettä ”Luen tapahtuman nettisivuja myös tapahtuman jälkeen” ja ”Luen mielelläni juttuja tapahtumassa esiintyvistä artisteista tapahtuman nettisivuilta tai ohjelmalehtisestä” korreloivat (.361) tilastollisesti erittäin merkitsevästi. Tämä kuvastaa tapahtumakävijöiden halua oppia uutta, ja siksi tapahtumien ohjelmainformaation tulee sisältää taustatietoa artisteista. Näiden juttujen lukemista tapahtuman jälkeen voi pitää Ahon (2001, s. 42–49) kuvaamana jälkielämysvaiheen reflektointina, joka syventää elämystä. Monet kulttuuritapahtumat julkaisevat erillisen ohjelmalehtisen, ja sen merkitys ilmenee joidenkin kävijöiden elämuskuvauksista: ”Itse en kannata sitä, että festareilla käytetään yhä enemmän reaaliaikaisia mobiilisovelluksia jne., koska mielestäni rypistynyt festariohjelma repun pohjalla kuvastaa juuri sitä festareiden viehätystä” (nainen, 28 v, Ilosaarirock). ”Kuljemme paikalle omalla autolla, ja jo matka virittää meidät. Iltasoitto on jo tutkittu

huolellisesti”, kirjoittaa 61-vuotias Kuhmon Kamarimusiikissa käyvä nainen. Hänelle tapahtuman ohjelmalehti, Iltasoitto, toimii Ahon (2001, s. 42–49) kuvaamana esielämyksen kiinnittymisvaiheena. Ohjelmalehtinen voi toimia myös matkamuistona (Waterman, 1998, s. 66).

Ohjelmaan liittyy keskustelu siitä, onko kulttuuritapahtuma elitistinen vai kaikille tarkoitettu. ”Kulttuurihörhöjen snoppailu tilaisuus. Kansalaiset mukaan taiteeseen”, vaatii Art Ii Biennaalin 21-vuotias naiskävijä. Muita elitismiviitteitä on vain kaksi, toinen viittaa yleisön elitistisyyteen (Kuhmo) ja toinen hinnoittelun johtamaan elitismileimaan (Kuopio Tanssii ja Soi). Kuvataidekävijälle on tärkeää se, että näyttely on tehty yleisöä ajatellen: ”... sitä on tullu kauheen kriittiseksi sillä tavalla, että mikä on hyvää, mikä on taidetta ja mikä on taiteilijan omaa taideterapiaa” (nainen, 33 v, Retretti).

Epäonnistunutta tapahtumaa kuvaavissa kuvitteellisissa eläytymistarinoissa ohjelma ei ole läheskään aina epäonnistumisen syynä. Sen sijaan onnistuneissa tapahtumissa ohjelma on rocktapahtumia lukuunottamatta lähes aina mukana. ”Sodankylässä näytetään unohtumattomia elokuvia, joihin mielessään aina palaa myöhemminkin.” Kuhmon ajatellaan olevan täynnä erityisesti kolmi–nelikymppisiä, jos vetonaulana ovat nuoret suomalaiset säveltäjät. LuostoClassicissa nähdään paikalla Wienin Filharmonikot ”ja voi sitä musiikin riemujuhlaa mistä saimme neljän päivän ajan nauttia”. Retretissä ”näyttelyiden pitää olla henkeäsalpaavia, luolastossa suorastaan hurmoksellisia”. Ohjelma on eittämättä kulttuuritapahtuman ydinasia. Nykypäivänä se ei kuitenkaan välttämättä ole tärkein syy tapahtumaan osallistumiselle eikä tapahtumaan palaaminen vakiokävijänä välttämättä realisoidu vain ohjelman takia. Siihen vaikuttavat myös muut kokonaiselämyksen tekijät.

4.3 Oheisohjelma

... mä olin varmaan joku 15, oiskohan 14-vuotias ollut ja silloin ei vielä ollu Kuhmotaloa, vaan kaikki tapahtui siellä liikuntasalissa: Kuhmon Kamarimusiikkijuhla tapahtu Kontion koulun liikuntasalissa. Ja siellä oli sitten tosiaan... ne soitti... musiikki oli semmosta tanssahtelevaa valssia ja tällasta. Niin sitte me vaan niinku tanssittiin ja pyörittiin (naurua). (nainen, 44 v, Kuhmon Kamarimusiikki)

Ulkopuolisilla vapaa-ajan aktiviteeteilla ei ole juurikaan merkitystä festivaalikävijöille – he keskittyvät yleensä vain festivaaliin (Saleh & Ryan, 1993, s. 293–294). Tarkastelenkin tässä aktiviteetteja, joita nimitän oheisohjelmaksi ja jotka liittyvät itse festivaaliin tai tapahtumaan. Kulttuuritapahtumien oheisohjelmina ovat muun muassa kurssit, työpajat ja artistitapaamiset, lastenohjelmat, tempaukset ja festivaaliklubit sekä erilaiset ilmaistapahtumat, jos festivaalin pääohjelma on maksullinen. Kaikissa tutkituissa tapahtumissa oli jotain oheisohjelmaa. Esimerkiksi Naivistit Iitalassa -näyttelyn yhteydessä järjestettiin kolme ”Lasten lauantaita” erikoisohjelmien, Kuopio Tanssii ja Soi -festivaalilla tanssin ammattilaisille ja harrastajille järjestetyt kurssitukset ovat tärkeässä roolissa ja Midnight Sun Film Festivaliin kuuluvat olennaisena osana ohjaaja- ja näyttelijävieraiden aamuhaastattelut.

Vuonna 2012 LuostoClassicin oheisohjelmassa oli humoristinen Tuubien taisto (kuva 16), jossa kaksi sousafoneja soittavaa tiimiä kilpaili leikkimielisesti keskenään ja yleisö päätti voittajan. Interaktiivisuuden sisällyttäminen ohjelmaan teki siitä soittimien uutuuden lisäksi mieleenpainuvan. 47-vuotias naisosallistuja kertoo:

Ensinnäkään koskaan en oo kuullu tuuban soittoa ihan livenä ja noin läheltä. Siellä oli jotenki hauskat ne juontajat siinä kisassa: ne otti yleisön mukaan... Me oltiin tosi lähellä ja silleen niinku päästiin arvostelemaan ja taputtamaan. Siinä oli tosi semmonen hyvä, rento meininki sen esityksen aikana... Se oli hauska kohta.



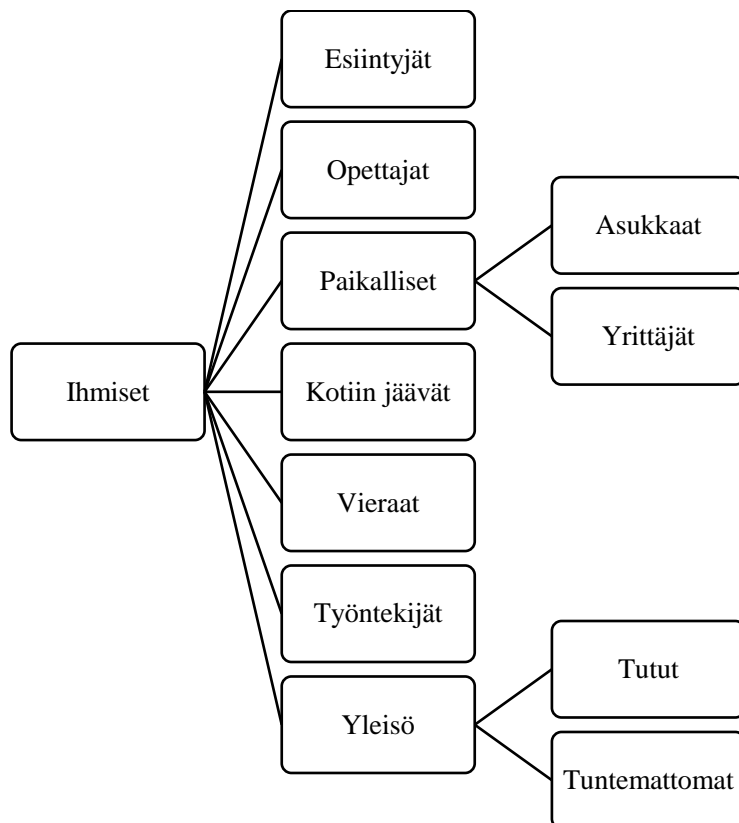
Kuva 16 Tuubien taisto, LuostoClassic 2012

Kaiken kaikkiaan ohjelmistosta nousi esiin useita, kävijöiden mieleen jääneitä positiivisia sattumuksia. Ohjelma on ollut yllätyksellinen ja huumoria sisältävä – sitä on pidetty virkistävänä ja erilaisena. Kun tarkastellaan eläytymistarinoita, joissa kävijät kuvaavat poikkeuksellisen onnistunutta vuoden 2015 tai vuoden 2027 tapahtumaa, ohjelmamainintoja on paljon. Midnight Sun Film Festivalille on palautettu festaribändiperinne, siellä on leffaraatia ja runolla säestettyä mykkäelokuvaa. Kuhmossa on perukkakonsertteja ja muusikot kertovat urastaan, rockfestivaalilla on seikkailurata ja huvipuisto.

4.4 Ihmiset

... tapaa yhtäkkiä vanhoja kavereita, mut sit et tutustuu uusiin ihmisiin, jotka on melkein kuin vanhoja kavereita. Et sellasia tapaa, tapaa semmosia sukulaissieluja (naurua). Ja sit siellä toi ikäkään ei tunnu oikein... se nuorisoporukka, mikä siel on, niin sehän on ... tuntuu et ei siel kukaan kato *jaa sä oot noin vanha* tai *et sä oot vielä noin nuori*. Et siellä ei oo semmosta ihmisten luokittelua tai jaottelua eikä siel kukaan kato, et *sulla on tommoset vaatteet päällä*. Sielt on pois semmonen pinnallisuus. (nainen, 62 v, Midnight Sun Film Festival)

Puhuessani ihmisistä kokonaiselämyksen osana en tarkoita vain yleisöä, vaan myös esiintyjä, kurssien opettajia, paikallisia asukkaita ja yrittäjiä, kotiin jääviä, vieraita ja työntekijöitä (kuva 17). Esiintyjät ovat toki osa ohjelmaa, mutta tässä tarkoitan sitä esiintyjien henkilökohtaista käyttäytymistä, joka luo heistä osan festivaaliyhteisöä. ”Minulle tuotti mielihyvää katsoa, miten eripuolilta maailmaa tulevat muusikot nauttivat toistensa seurasta yhdessä soittamisesta”, kuvailee 54-vuotias nainen elämystään Kuhmon Kamarimusiikista.



Kuva 17 Ihmiset

Rockfestivaalihistoriikeissa kerrotaan siitä, miten muusikot nauttivat festivaaleilla esiintymisestä, koska heillä on siellä ainutlaatuinen tilaisuus seurata toistensa esityksiä ja aistia yhteisyyden ja läheisyyden tunnetta (Box, 1995, s. 69; Bordin, 1995, s. 98). Esiintyjä ei halua pitää erillään yleisöstä, heitä tulee voida tavata ja heidän kanssaan tulee voida keskustella (Woosnam ym., 2009, s. 508). ”... sehän on jotenki hirveen semmonen katsojaläheinen tai maanläheinen festari mun mielestä... että Uotisen Jormaki siellä vaan kekkuloi torilla ihmisten kanssa...”, kertoo 23-vuotias Kuopio Tanssii ja Soi -naiskävijä. Epäonnistunutta tapahtumaa kuvitellessa Jorma Uotista taas ei näy missään. Esiintyjänä voi toimia myös taidenäyttelyssä työtään tekevä taiteilija, kuten onnistunutta vuoden 2015

Retrettiä kuvaavassa eläytymistarinassa: ”Ja sitten siellä oli se työpaja pihan puolella, missä Miina Äkkijyrkkä käkätti ja hitsasi jotain uutta peltilehmää.”

Mielenkiintoinen yleisön solidaarisuudenosoitus kotimaista esiintyjää kohtaan oli vuoden 1980 Ruisrock, missä sekä Eppu Normaali ja The Jam olivat oman käsityksensä mukaan illan viimeisiä eli pääesiintyjä. Kun The Jam oli soittanut, yleisölle kerrottiin, että Eput eivät esiinnykään. Tästä seurasi pullojen ja kivien heittäminen lavalle, englantilainen roudari löi halolla lavalle hypännyttä yleisön jäsentä ja syntyi täydellinen mellakka. Sen seurauksena äänentoistolaitteita ja kalusteita rikottiin. Muutama poliisi ja joitakin yleisön jäseniä loukkaantui. Episodista syntyi lehdistössä nationalistinen keskustelu suomalaiset vastaan ulkomaalaiset. Ulkomaalaisia edustivat englantilainen yhtye ja ruotsalainen manageri. Lehdistö, poliisi ja yleisönosastokirjoitukset puolustivat yleisön reaktioita. (Suoninen, 2003, s. 120–130.)

Kurssien opettajat nousevat esiin erityisesti Kuopio Tanssii ja Soi -festivaalilla. 23-vuotias nainen kertoo: ”Monipuoliset kurssinopettajat on ollu aina semmosia valopilkkuja. Se, että kurssinopettajia tulee ympäri maailmaa. Toissa vuonna oli Kanadasta yks opettaja ja Jenkeistä... että pääsee näkemään tanssin kenttää vähän niinku eri maailman kolkasta.” Tasa-arvokeskustelukin nousee esiin:

Siellähän on tämmösiä mestarikursseja – musiikinopiskelijoille tällasii kursseja – niin on kiva nähdä, et siellä on myöskin niitä nuoria sitten. Ja he ovat jotenkin sillä lailla hyvin samalla viivalla näitten konkareiden kanssa, että siellä ei ole tällasta hierarkkisuuutta. Niin se tuntuu hirveen hyvältä kanssa. (nainen, 64 v, Kuhmon Kamarimusiikki)

Paikallisia asukkaita kuvataan vieraanvaraisina, aitoina ja ystävällisinä. He luovat omalta osaltaan tunnelmaa, josta yleisö nauttii. Toisaalta paikalliset kokevat kollektiivista ylpeyttä tapahtumasta, ja se luo paikkakunnalle yhteisyyden tunnetta (Kainulainen, 2004, s. 38). Eräs Midnight Sun Film Festival -järjestelyorganisaatioon kuuluva kertoo, kuinka tavallisen vuorobussin kuljettaja toivotti jo Rovaniemellä kaikki elokuvajuhlille tulijat tervetulleiksi, esitteli paikkoja Rovaniemen ja Sodankylän välillä, kiersi Sodankylässä kaikki festivaalin esityspaikat ja lupasi vielä lopuksi viedä kaikki kauempana majoittuvat perille asti. Asiaa ei ollut sovittu festivaaliorganisaation kanssa, vaan kuljettajan vieraanvaraisuus oli spontaania. ”Lämmin karjalainen vieraanvaraisuus ja leppoisuus nostaa kaikkien hymyn huulille”, kuvaa

eläytymistarina vuoden 2027 Ilosaarirockia. Paikalliset asukkaat nähdään varmastikin osana yleisöä tai talkoolaisina, mutta myös paikalliset yrittäjät nousevat esiin elämyskuvauksissa. ”Tapahtuma on ainutlaatuinen juuri sen takia, että oheispalvelut toimivat luonnostaan paikallisten yrittäjien voimin (ravintolat, baarit, kaupat jne)”, kirjoittaa 36-vuotias mies Midnight Sun Film Festivalista.

Kotiin jäävistä kertoo Kuhmon Kamarimusiikkiin osallistuva 61-vuotias nainen: ”Yleensä ostamme vielä juustokakkua ja rönttösiä miehillemme tuliaisiksi!” Sosiaalisen median käyttö laajentaa kotiin jäävien käsittelyä. Festivaalitunnelmilla fiilistely ja valokuvien jako kohdistuu niihin, jotka eivät ole paikalla. Näin hekin voivat saada osansa tunnelmasta.

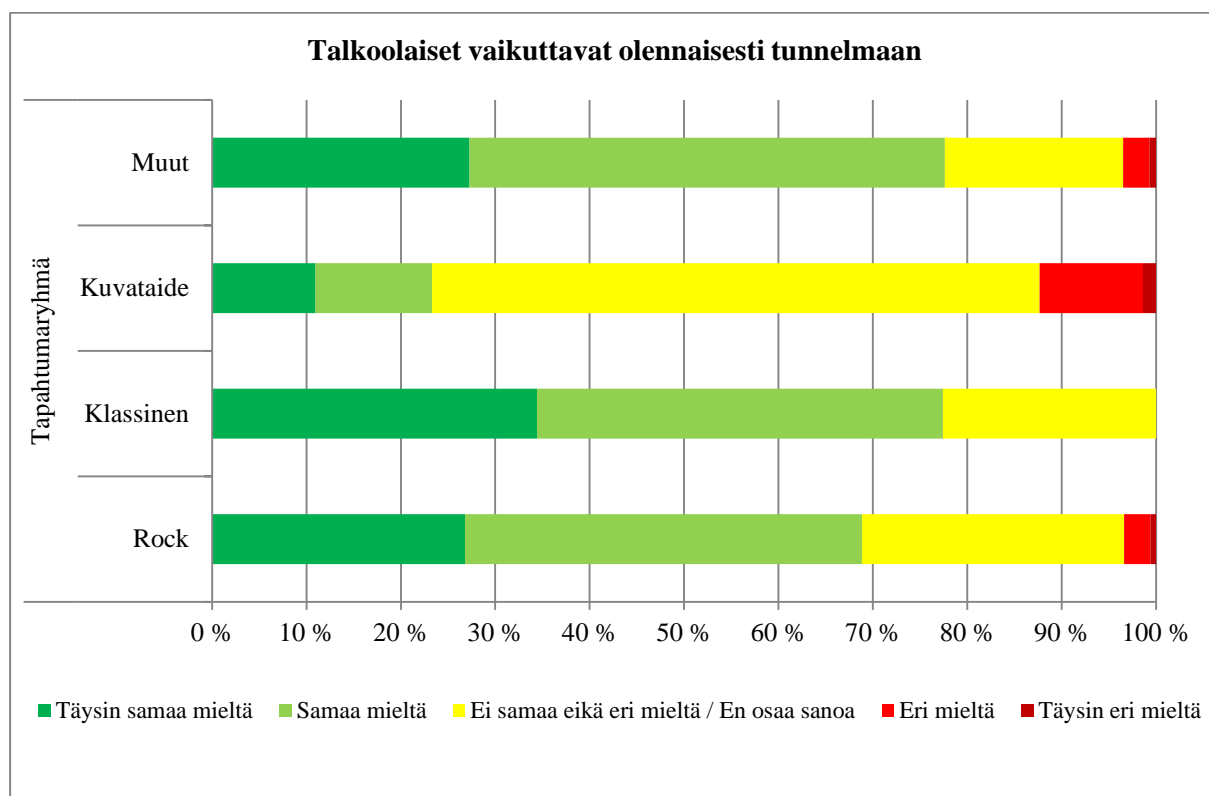
Vierailla tarkoitan tässä yhteydessä Midnight Sun Film Festivalin ohjaaja- ja näyttelijävieraita. Tapahtumassa on tietoisesti pyritty siihen, että festivaaliin osallistuvat elokuva-alan ammattilaiset eivät ole esiintyjä, vaan vieraita (von Bagh, 2010, s. 13). Jim Jarmusch kertoo: ”Minua haviteltiin muillekin festivaaleille, mutta he lähettävät aina niin muodollisia kutsuja: *Kunnioittaen pyydämme läsnäoloanne*. Sitten sain Akilta ja Mikalta telefaxin, jossa luki: *Tule Lappiin. Saat niin paljon kaljaa kuin jaksat juoda.*” (von Bagh, 2010, s. 290.) Vieraita ei kohdella tähtinä, vaan tasavertaisina jäseninä yleisön kanssa. ”Sä voit paikallisessa pizzeriassa törmätä johonki maailmanluokan kuuluisuusiin”, kertoo 36-vuotias mies. Niin ikään Salokangas (1996, s. 27) tuo esiin sen, että vieraiden näkeminen yleisön joukossa luo yhteenkuuluvuutta.

Valtaosa kulttuuritapahtumien työntekijöistä on talkoolaisia, joiden ilmainen työpanos on monen tapahtuman järjestämisen elinehto. Vapaaehtoisten käyttäminen on hyvin tyypillistä voittoa tuottamattomille festivaalijärjestäjille (Andersson & Getz, 2009, s. 854).

Provinssirockille talkoolaisten työpanos on festivaalin talouden kannalta olennaista, ja he tuovat tilaisuuteen ”kökkähenkeä” (Purhonen, 2000, s. 50). Vuonna 1994 Ilosaarirockissa oli 441 talkoolaista – kymmenen vuotta myöhemmin luku oli jo 1 344 (Tahvainen, 2005, s. 31). Suomalaisten tapahtumien vapaaehtoisten määrät ovat kuitenkin vielä kaukana esimerkiksi Roskildestä, jossa talkoolaisia on noin 20 000 (Hjalager, 2009, s. 274). Tapahtumakävijät arvostavat talkoolaisten työpanosta ja pitävät sitä tunnelmaa kohottavana tekijänä (kuva 18).

”Ihania paikallisia iäkkäitäkin ihmisiä järkkäreinä yms.”, kuvaa 30-vuotias nainen Provinssirock-elämystään. Se, että kuvataidetaapahtumissa talkoolaiset vaikuttavat tunnelmaan

vähemmän kuin muissa kulttuuritapahtumissa, johtunee siitä, että kuvataidetapahtumissa on talkoolaisia näkyvästi paljon vähemmän kuin muissa kulttuuritapahtumissa. Taidenäyttelyissä talkoopanos keskittyy näyttelyn pystytys- ja purkuvaiheisiin.



Kuva 18 Suhtautuminen talkoolaisiin (n = 813)

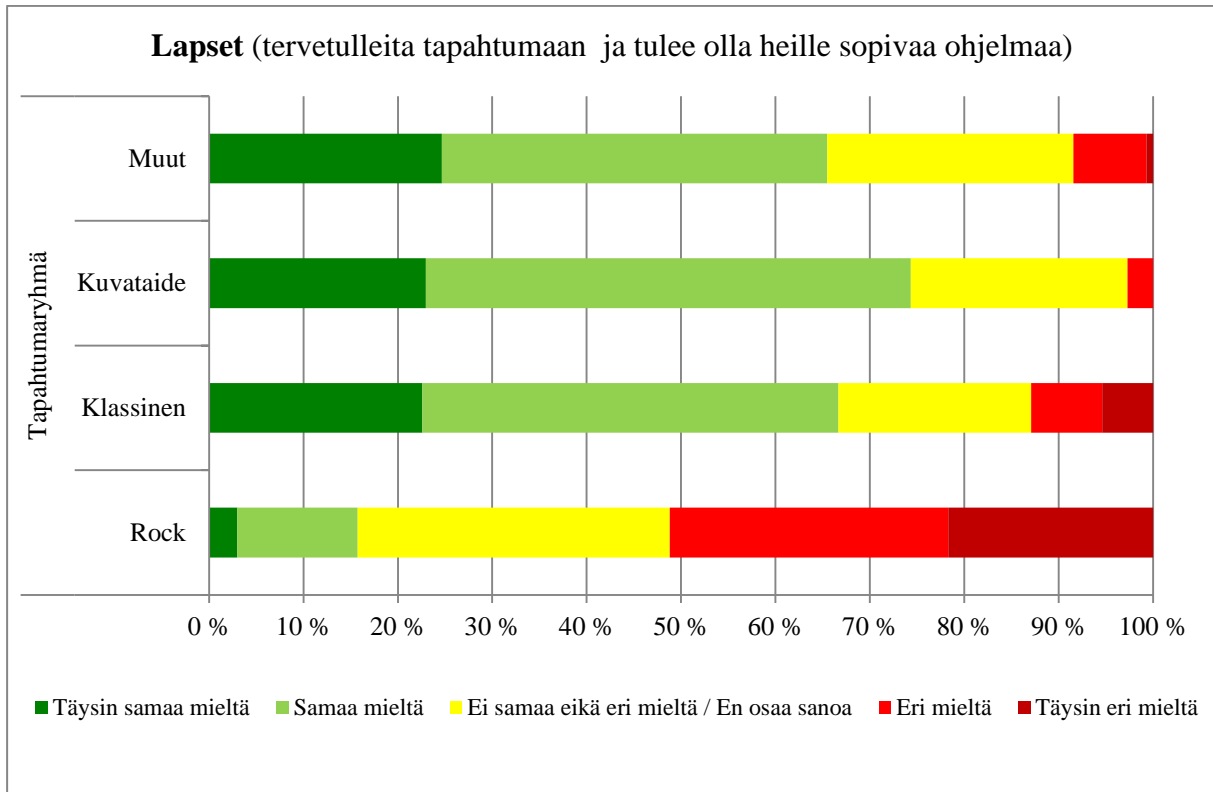
Yleisö on kokonaiselämyksen tärkeimpiä osia. Festivaaliväki kokee yhteenkuuluvuutta, syntyy spontaani *communitas*, jossa kaikki ovat samanarvoisia, ei ole rooleja eikä statuksia (Turner, 2007, s. 152 & 205). Myös Härkönen (2012, s. 38) nostaa tasa-arvon esiin festivaalin yhteenkuuluvuuden piirteenä. Festivaalin henki on kilpailutekijä – ilman osallistujien välistä yhteisyyden tunnetta, *communitasin* syntyä, festivaali ei menesty. (Eriksson & Voutila, 1999, s. 35.) ”Hyvät bändit ovat tärkeitä, mutta ehdoton ykkösasia on kokoontua yhteen ystävien, joista osaa tapaan nykyään harvoin, kanssa pitämään hauskaa”, toteaa 28-vuotias nainen Ilosaarirock-elämyksestään. Yleisöä kuvataan toisaalta tuttujen, toisaalta uusien tuttavuuksien kautta. Tuttuja ovat kumppani, ystävät, tuttavat ja lapsuuskaverit, joita näkee vain tapahtuman aikaan. Morgan (2006, s. 310) toteaa, että uusien ja vanhojen ystävien tapaaminen on yksi tapahtumissa viihtymisen pääsyistä. Haastateltujen kuvaamisessa positiivisissa sattumuksissa toistui usein tilanne, missä kävijä kohtaa kulttuuritapahtumassa vanhan tutun, jota ei ole

aikoihin tavannut. Kulttuuritapahtumien vakiokävijöistä muodostuu taas tietty ryhmä, joka tapaa toisiaan vain kyseisessä tapahtumassa. ”Siellä tapaa ihmisiä, joita suunnilleen tapaa sitten kerran vuodessa. Kun sinne tulee ihmisiä ympäri Suomea niin tietää, et juu hänet mä oon nähnyt jo muutamia vuosia aikasemminki ja aina Kuopiossa. Se on vähän semmonen kokoontumisajot -fiilinki”, kertoo 50-vuotias mies Kuopio Tanssii ja Soi -festivaalista.

Muistan yhtenä vuonna, olin kattomassa sen nimistä jenkkibändiä ku Velvet Revolver ja olin aika lähellä lavaa kattomassa sitä ja siinä oli yleisön puolesta aika hyvä ja riehakas meininki. Ja muistan yhdessä vaiheessa, ku ihan vaan hypin musiikin tahtiin, ja sit yhtäkkiä huomasin, et nyt ei palannukaan jalat enää maahan, vaan lähdin siitä niinku tavallaan kaikessa siinä nosteessa sitte vaan yleisön käsien päälle... Joo, mitenkään sillä lailla niinku enempää toivomatta sitä, niin kyllä se oli hieno tällöinen yksittäisfiilis, jonka muistan. (mies, 27 v, Provinssirock)⁵

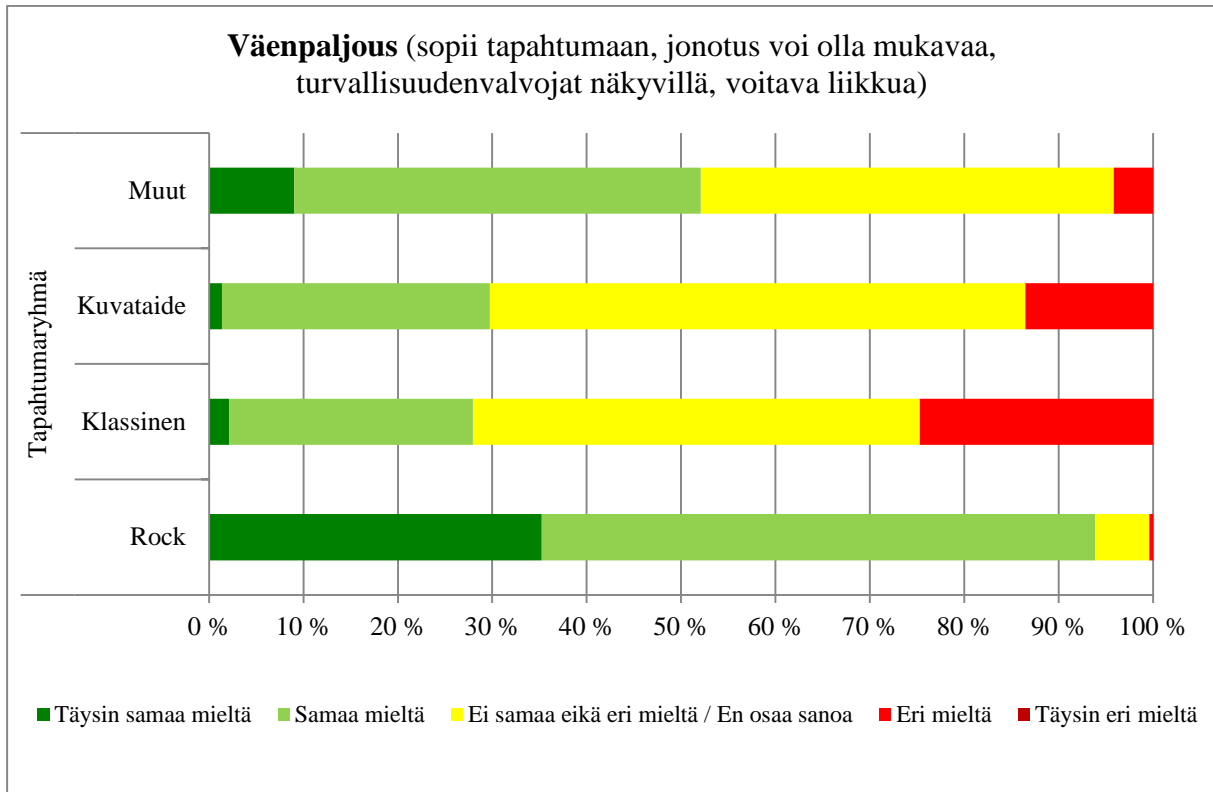
Osallistujien kirjoituksissa ja puheessa ilmenee yhteisöllisyysdiskurssi, johon kuuluu niin samanhenkisyys kuin suvaitsevaisuuskin. Yhteisyys ja tasa-arvo eivät koske vain yleisöä, vaan myös talkoolaisilla (Eriksson & Voutila, 1999, s. 38) ja esiintyjillä (Bordin, 1995, s. 98) on suuri vaikutus. Osana tähän tasa-arvoisuuteen kuuluu vapaamuotoinen pukeutuminen. Diskurssiin liittyy vahvana vaatimus siitä, että vammaiset huomioidaan ja että heillä tulee olla samat mahdollisuudet nauttia ohjelmasta kuin muillakin. Niin ikään ikäkysymys nousee esiin – eri-ikäisistä koostuvaa yleisöä pidetään tunnelmaa parantavana asiana. Rockfestivaalikävijät arvostavat yleisön joukossa iäkkäitä ja klassisen musiikin kävijät nuoria osallistujia. Lapsia taas ei juuri haluta rockfestivaaleille, mutta muihin kulttuuritapahtumiin kylläkin (kuva 19). Wu (2007, s. 1526) toteaa, että seuramatkoilla ihmisten tyytyväisyyttä lisäisi se, että osallistujat muodostavat yhteensopivan joukon iän, koulutuksen, siviilisäädyn tai tulotason suhteen. Tämä ei päde kulttuuritapahtumiin, joihin osallistujat haluavat nimenomaan heterogeenista yleisöä. Yhdistävänä tekijänä on kiinnostus kyseiseen kulttuurigenreen. Tombs ja McColl-Kennedy (2003, s. 4) puhuvat tunteiden tartumisesta (*emotional contagion*), mikä tapahtuu sitä todennäköisemmin, mitä vahvemmin osallistujat kokevat olevansa osa suurempaa ryhmää.

⁵ *Crowd surfing*, yleisön käsien varaan hyppääminen, on rockfestivaaleilla kiellettyä.



Kuva 19 Suhtautuminen lapsiin (n = 811)

Yhteisöllisyys ei välttämättä edellytä väenpaljoutta, sillä klassisen musiikin tapahtumissa kävijät eivät halua tilaisuuksiin paljoa ihmisiä (kuva 20), mutta silti heillä on käytössään yhteisöllisyysdiskurssi. Yhteisöllisyysdiskurssi puuttuu vain kuvataidetapahtumiin osallistujien puheesta. He eivät myöskään halua paikalle suurta ihmismäärää, sillä teoksista halutaan nauttia kaikessa rauhassa. Väenpaljousfaktorin osalta on mielenkiintoista se, että väenpaljouteen kytketään jonotuksen lisäksi se, että turvallisuudenvalvojen halutaan olevan näkyvissä, ja se, että väkirikkaassa tapahtumassa halutaan päästä liikkumaan vapaasti. Suhtautuminen turvallisuudenvalvojiin on kahtalainen: heitä kaivataan näköpiiriin, kun paikalla on paljon väkeä, mutta jos he puuttuvat omaan tai kavereiden käytökseen, heihin saatetaan suhtautua negatiivisesti. Turvallisuudenvalvojiltakin vaaditaan tasa-arvoa tukevaa käytöstä – kaikkiin tulee soveltaa samoja sääntöjä. ”... järjestysmiesten sekava touhu (jostain pääsee sisään viinapullo kädessä, jostain ei edes lapsen tuttipullo vaunuissa)”, moittii 45-vuotias Ilosaarirockissa käyvä mies.



Kuva 20 Suhtautuminen väenpaljouteen (n = 816)

Humalaiseen yleisöön liittyvä keskustelu on kiinnostava. Erityisesti rockfestivaaleilla moititaan anniskelun sääntöjä, ja monet haluaisivat sallia omien alkoholijuomien käytön. Jotkut katsovat anniskelusääntöjen ohjaavan pohjien ottamiseen: ”Nyt on pakko ostaa kallista kaljaa alueelta ja siksi väki on jo valmiiksi humalassa tullessaan alueelle.” Toisaalta optimaalista tapahtumaa kuvaavissa eläytymistarinoissa toistuu nimenomaan rockfestivaalien kohdalla maininnat siitä, että humalaisia ei ole liikaa. Epäonnistuneessa tapahtumassa ”humalaiset tönivät ja örveltävät” ja ”riehuvat bogoten kaiken alleen”. Alaikäisten alkoholinkäyttöä kuvastaa hyvin Ilosaarirockin festivaalialueen edessä oleva pieni metsäpuisto, josta käytetään netissä nimitystä Teinimetsä. Rockjuhlien aikaan sinne kerääntyä teini-ikäisiä juomaan ja viettämään aikaa – he eivät välttämättä siirry lainkaan festivaalialueelle. Heistä kannetaan huolta: ”... alueen ulkopuolelle voisi palveluja kehittää ja esim. etsivän nuorisotyön ihmiset voisivat olla näkyvästi esillä ja päivystämässä, samoin sosiaalihuollon puoli”, toivoo 25-vuotias nainen. Vastakohtana ilmenevät maininnat siitä, että tapahtumaan ei tulla ”rälläämään” (Kuhmon Kamarimusiikki) eikä ”örveltämään” (Midnight Sun Film Festival). Yli 90 % rockfestivaalivastaajista haluaa, että tapahtumassa voi ostaa alkoholijuomia. Muissa tapahtumissa kuvataidetapahtumia lukuunottamatta vastaava luku on

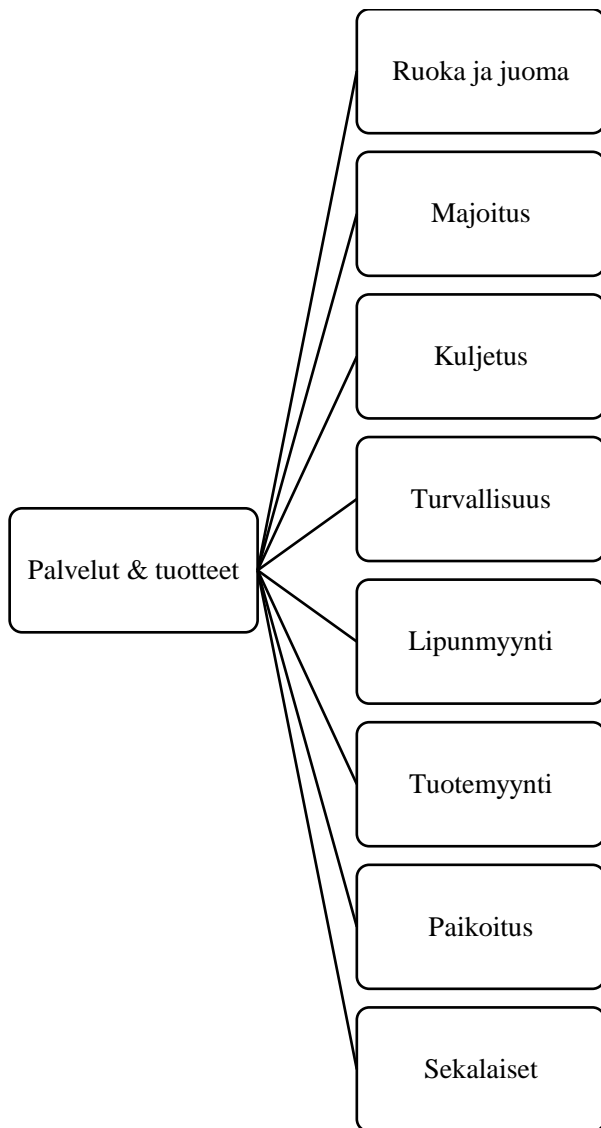
60–70 %. Kuvataidetapahtumissa alkoholijuomien ostomahdollisuutta haluaa vain noin 25 % vastaajista. Alkoholin ostomahdollisuuden toivominen korreloi (.295) tilastollisesti erittäin merkittävästi tapahtumagenren kanssa, kun ikä ja henkilökohtaisista arvoista hedonismi on vakioitu. Terho (2004, s. 91) kuvaa maksavaa festivaaliyleisöä kokonaisuudessaan Meinä. Festivaalialueen ulkopuolella maleksivat juopottelijat ovat Toisia, jotka roskaavat ja aiheuttavat järjestyshäiriöitä. Oman aineistoni pohjalta kuvaisin Meinä sitä tapahtumakävijäosaa, joka ei häiritse muita alkoholin käytöllään. Se osa festivaaliyleisöstä on Toisia, jotka örveltävät ja aiheuttavat muille harmia tai mielipahaa. Ainoa maininta festivaaliyleisön ulkopuolisesta humalaisesta joukosta ovat Teinimetsän nuoret.

Tombs ja McColl-Kennedy toteavat (2003, s. 2), että vähittäismyyntiin liittyvässä tutkimuksessa suurta ihmismäärää pidetään pääosin negatiivisena asiana. Näin ei voida heidän mukaansa ajatella esimerkiksi tapahtumissa, missä väenpaljoutta pidetään tunnelman kannalta jopa toivottavana. Kuvan 20 pohjalta voidaan todeta, että väenpaljouden ihanne vaihtelee tapahtumatyypeittäin. On kuitenkin otettava huomioon, että tutkimuksessa oli mukana vain kaksi klassisen musiikin tapahtumaa, joista kumpaakaan ei voi luonnehtia massatapahtumaksi. Jos väenpaljouteen suhtautumista kysyttäisiin vaikkapa Savonlinnan Oopperajuhlien kävijöiltä, voisivat vastaukset olla toisenlaisia. Saaduissa vastauksissa väenpaljouden toive kytkeytyy nimenomaan niihin tapahtumiin, joissa käy paljon ihmisiä – väenpaljous on kuulunut näihin tapahtumiin jo vuosia, siihen on totuttu.

4.5 Palvelut ja tuotteet

Anniskelualueet pitää olla järjestetty sellaisella tavalla, että niistä näkee selkeästi lavalle. Parasta olisi, jos ne ulottuisivat aivan lavan toiselle reunalle, että anniskelualueelta pääsee jopa nauttimaan eturivimeiningistä. Taaempaan voisi sitten olla tuoleja ja pöytiä. Anniskelualueitten tiskillä ei saisi olla juurikaan jonoa ja palvelun pitää olla sujuvaa. (eläytymistarina, onnistunut Ruisrock v. 2015)

Kulttuuritapahtumissa tarjottavien palvelujen kirjo on laaja. Kaupunkifestivaaleilla järjestäjän ei tarvitse juurikaan huolehtia peruspalvelujen saatavuudesta, kun taas pienillä paikkakunnilla ja rockfestivaaleilla järjestäjän on pakko huolehtia siitä, että osallistujien tarpeet tulevat tyydytettyä. Kuvaan 21 on koottu erilaisia, kävijöiden kuvauksissa mainittuja palveluja. Nämä ovat Getzin (1989, s. 129–131) kuvaamia tapahtuman olennaisia palveluja (*essential services*) – palveluja, joiden puute tai epäonnistuminen aiheuttaa suuriakin pettymyksiä.



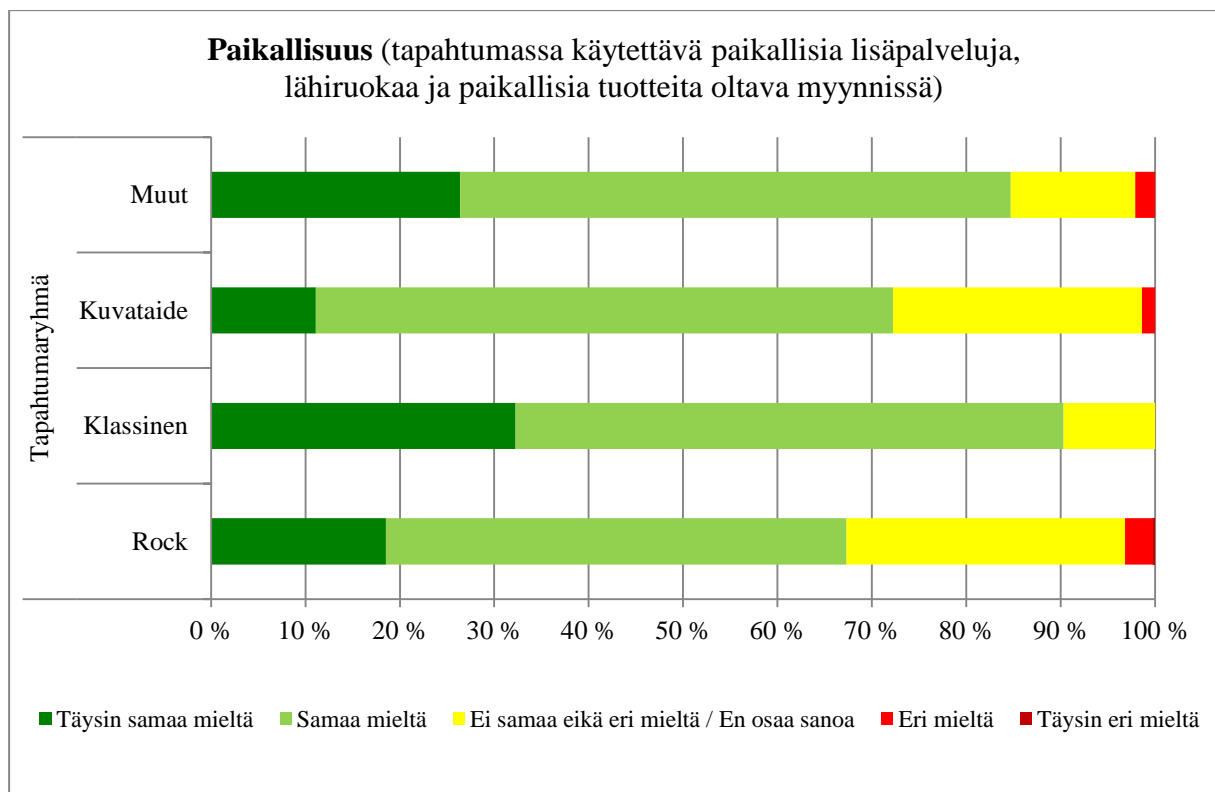
Kuva 21 Palvelut ja tuotteet

Matkailun peruspalveluihin kuuluvat ruoka ja juoma, majoitus ja kuljetus, ja niiden toteutustapa vaihtelee tapahtumittain. Turvallisuuspalvelut liittyvät siihen, että kaikilla yleisötapahtumilla tulee olla viranomaisten hyväksymä turvallisuussuunnitelma, jossa on huomioitu järjestyksenvalvonta ja poikkeustilanteet. Lipunmyyntiä hoidetaan etukäteen netissä, erilaisissa lipunmyyntipisteissä ja itse tapahtumassa. Tuotemyynti sisältää tapahtumabrändättyjen tuotteiden myyntiä lisätulojen hankkimiseksi ja erilaista, tapahtumajärjestäjän vuokraamaa myyntitilaa, missä muut toimijat tekevät myyntityötä. Viimeksi mainitusta monet kävijät käyttävät termiä ”markkinakrääsä”. Tapahtumasta riippuen tarjotaan paikoituspalveluja esimerkiksi väliaikaisten paikoitusalueiden muodossa. Sekalaisiin

palveluihin on laskettu kuuluvaksi kännyköiden latauspisteet, ensiapu, säilytysnarikat, rannekkeenvaihtopisteet, lastenhoitopalvelut ja pyörävuokraus.

Kun kävijät kuvittelevat vuoden 2027 tapahtumaa, huomio kiinnittyy erityisesti kuljetusmuotojen muuttumiseen. ”Bensiinin hinta räjähti vuoden 2018 energiakriisin seurauksena, ja Oulujuväskylässä pysytään nykyään lähes kotinurkilla. Väki käy töissä suomenhevosilla”, kertoo eräs. Sodankylään lennetään koneella, joka käyttää uusiutuvaa polttoainetta. Ruisrockiin tullaan paikan päälle ”pienillä selkään pakatuilla reppumoottoreilla”.

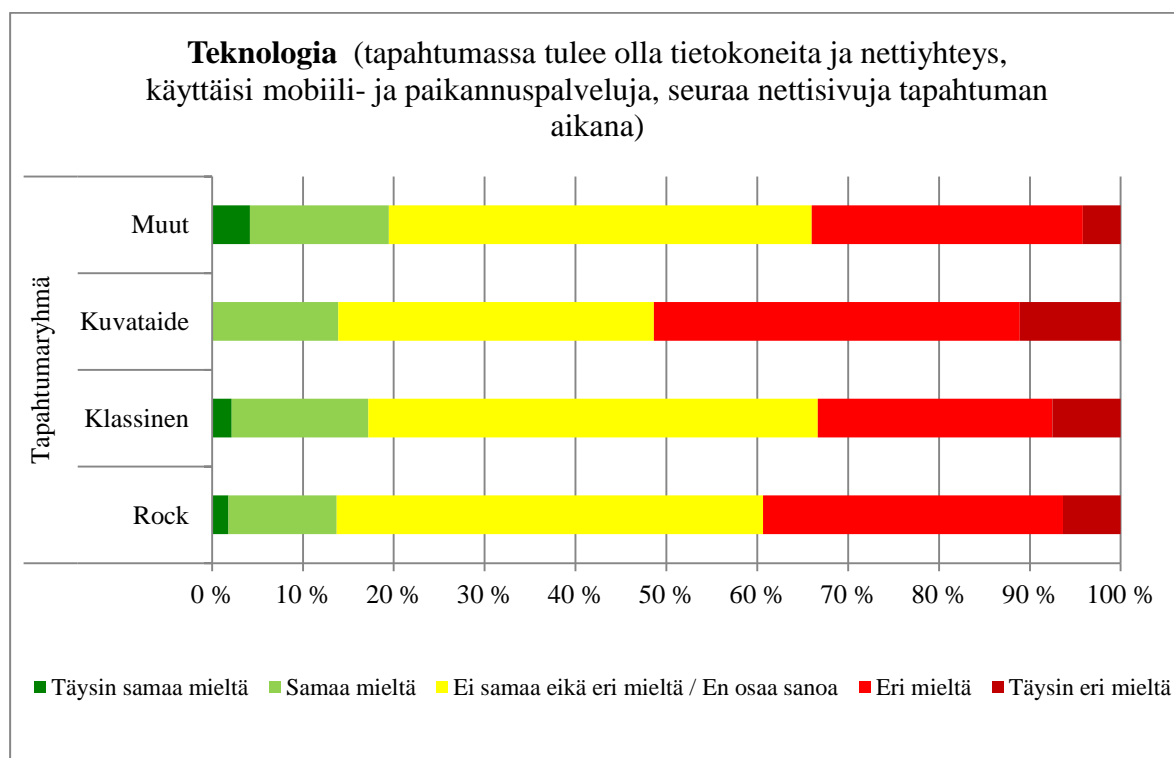
Kävijät ovat kaikkein tyytymättömmimpiä tapahtumien ruokatarjontaan. Halutaan lähiruokaa, terveellistä, vaihtelevaa, laadukkaampaa, erikoisruokavaliot huomioivaa ja ennen kaikkea monipuolista ruokaa. Rasvaiseen festarimättöön ei olla tyytyväisiä, ja rahalle halutaan vastinetta.



Kuva 22 Suhtautuminen paikallisuusvaatimukseen (n = 811)

Kuvassa 22 on kuvattu suhtautuminen paikallisten palveluiden ja tuotteiden tarjontaan. Käytännössä on kyse vaatimuksesta tulojen pysymisestä tapahtumapaikkakunnalla. Vaatimus on yksimielinen, mutta se ei ole riippuvainen kulttuurigenrestä, vaikka kuvasta niin voisikin päätellä. Paikallisuuden vaatimus ei korreloi myöskään tapahtumapaikkakunnan koon kanssa. Se korreloi (.170) tilastollisesti erittäin merkittävästi vastaajan iän kanssa, kun sukupuolen ja koulutuksen vaikutus on vakioitu.

Teknologiapalveluihin kävijät suhtautuvat negatiivisesti tai välinpitämättömästi (kuva 23). Kaikissa genreryhmissä tarve vapaasti käytettäviin tietokoneisiin, langattomaan nettiyhteyteen sekä mobiili- ja paikannuspalveluihin on alle 20 % luokkaa. Tämä ei toki tarkoita sitä, etteikö netillä olisi suurta merkitystä. Reilusti yli 90 % osallistujista pitää tärkeänä sitä, että tapahtumalla on ajan tasalla olevat nettisivut, ja yli puolet kaikkien genrejen kävijöistä lukee nettisivuja myös tapahtuman jälkeen. Teknologian osalta tulosta voi kuriositeetin vuoksi verrata Cantellin (1998, s. 29) havaintoon: vuonna 1997 netin merkitys Joensuun Laulujuhlien tiedon lähteenä oli alle 10 %. Nyt, 15 vuotta myöhemmin, yksikään tapahtuma ei selviä ilman nettisivuja. Tapahtuuko seuraavien 15 vuoden aikana vastaava ilmiö mobiili- ja paikannuspalvelujen suhteen?



Kuva 23 Suhtautuminen teknologiapalveluihin (n = 813)

4.6 Ympäristö

Ja sitten oikeestaan se, että kun se on Kuopiossa, joka ei nyt oo niin hirvittävän suuri kaupunki... niin tommonen merkittävä tapahtuma pienehkössä kaupungissa tekee siitä kokonaisvaltasen. Ainakin on semmonen olo, että siellä koko kaupunki on sen viikon ajan tanssimista ja soimista. Ja se ei huku siihen, et se olis jossain miljoona- tai suurkaupungissa yks tapahtuma muiden joukossa. (mies, 50 v, Kuopio Tanssii ja Soi)

Tapahtuma- tai elämysympäristö (*experiencescape*; O'Dell, 2005, s. 16–19) on laaja käsite. Siihen liittyvät paikkakunta, luonnonmaisema ja rakennettu ympäristö sekä tapahtumatila fyysisenä (rakennukset, aitaukset, istuimet jne) ja aistiympäristönä (äänentoisto, valot, tuoksut jne). Kun tapahtumapaikkakunta on suhteellisen pieni, lisää se kokonaiselämyksessä osallistujien yhteenkuuluvuutta, kuten luvun alussa oleva Kuopion kävijän kommentti kertoo. Iso-Ahokin toteaa (2011, s. 104), että pieni tapahtumapaikkakunta edesauttaa yleisön, esiintyjien ja järjestäjien integroitumista. Samantyyppinen ilmiö on havaittavissa Sodankylässä: ”tavallaan se Sodankylä muuttuu tällaseks elokuvamestaks, niinku ihan eri paikaks festarin ajaks” (mies, 36 v, Midnight Sun Film Festival). Erityisesti Kuhmossa on havaittavissa topofiliaa, tunnepohjaista suhtautumista itse paikkaan. Monet Kuhmon kävijöistä tulevat pääkaupunkiseudulta, ja Kainuun fyysinen ja henkinen ero ruuhka-Suomeen lienee yksi selitys asialle. Vieras katselee paikkaa eri tavalla kuin paikallinen. Hän näkee asioita, joihin asukas ei ole koskaan kiinnittänyt tai ei enää kiinnitä huomiota. Sinällään kauniit maisemat tuskin yksinään topofiliaa herättävät, mutta kun niihin kytkeytyy muistoja ja ne liitetään tapahtumassa kohdattuihin ihmisiin, on vaikutus henkilökohtaisempi ja pitkäkestoisempi. (Tuan, 1990, s. 65 & 93–95.)

Molemmat tutkitut klassisen musiikin tapahtumat järjestetään luonnonkauniilla paikoilla. LuostoClassic on erityinen nimenomaan siksi, että tapahtuman pääesitykset järjestetään ulkoilmassa. ”... siellä ulkona luonnossa oli ne kaikki konsertit... tai suurin osa niistä konserteista, niin jotenki se luonto teki siitä semmosen... tai minuun se silleen kolahti ihan hirveesti”, kuvailee 47-vuotias nainen. Pyhän Aittakurulla (kuva 24) järjestettävä konsertti on puitteiltaan henkeäsalpaava. Konsertteja järjestetään myös Ahvenlammella, missä esiintyjät soittavat pienen niemen kärjessä ja yleisö istuu vastarannalla kuuntelemissa (kuva 25).



Kuva 24 Aittakuru, LuostoClassic 2012

Kun Kuhmon Kamarimusiikin kävijät kuvaavat elämystään, luonnon kauneus ja rauha tulevat vahvasti esiin. ”Musiikki ja erityisesti kamarimusiikki sopii täydellisesti kuhmon luontoon”, kirjoittaa 14-vuotias nainen. Yleisö arvostaa myös rockfestivaalien järjestämistä luonnonläheisillä paikoilla, ja Midnight Sun Film Festivalin osalta Lapin yötön yö herättää ihastusta. Kuvataidetapahtumissa luonto korostuu sekä Honkahovin että Retretin kuvauksissa. ”... siellä yhdistyy itelle rakkaat asiat taide ja luonto”, toteaa 28-vuotias nainen Retretistä.



Kuva 25 Konsertti Ahvenlammen rannalla, LuostoClassic 2012

Kolmas ympäristön ulottuvuus, tapahtumatila, on se tila, jossa tilaisuudet järjestetään. Tarkasteltavat tapahtumat on tietoisesti valittu siten, että ne edustavat eri tyyppisiä tapahtumatiloja. Rockfestivaalit pidetään monesti puistoalueilla, joihin rakennetaan tapahtumaa varten lähes kaikki infrastruktuuri. Klassista musiikkia ja tanssia on tarjolla sisätiloissa, erityisesti tämän kaltaisia esityksiä varten rakennetuissa saleissa. Tämän lisäksi kulttuuriesityksiä pidetään luonnonsaleissa ja teltoissa. Tarkasteltavat kuvataidetapahtumat on järjestetty arkkitehtuurisesti tai historiallisesti kiinnostavissa rakennuksissa tai ulkona.

Tapahtumatilalla voi olla tietty historia, johon liittyvät tarinat luovat oman tunnelmansa. Esimerkiksi Honkahovin kävijöistä useampikin muistaa ison salin suuren ikkunan tarinan. ”Siinä on kai Suomen suurin lasi ollu siinä konserttisalissa ja on edelleenkin, että joku kertoi siitä, miten se lasi tuotiin siihen. Se oli oma tarinansa, miten se saatiin junassa tuotua”, kuvailee 69-vuotias nainen. Palangin ja Paalin (2006, s. 98) mukaan tilasta tulee paikka siinä vaiheessa, kun sille on annettu nimi ja sillä on tarina. Paikan luonne muuttuu festivaalin ajaksi (Abrahams, 1987, s. 178). Tapahtumatila voi olla joku jokapäiväinen paikka (Waterman, 1998, s. 62), jolla on erilainen merkitys tapahtuman aikana. Hyvänä esimerkkinä ovat koulut: Midnight Sun Film Festivalin aikana Kitisenrannan entinen koulu toimii lipunmyyntipisteenä, elokuvien esityspaikkana ja taiteilijavieraiden haastatteluareenana; Kuhmossa Kontion koululla on festivaalikalviovälikahvio, väliaikainen myymälä ja liikuntasalissa on konsertteja. Rockfestivaalit käyttävät kouluja majoitustiloina, ja Naivistit Iitalassa -näyttely järjestetään Kalvolan entisessä koulussa. Toisaalta paikkaan voi jäädä tapahtumasta pidempiaikainen jälki, kuten on vaikkapa Art Iin Biennaalissa, missä kaupunkiin rakennetaan joka toinen vuosi uusia ympäristötaideteoksia. Taidekeskus Honkahovin pihaan sijoitetaan pysyviä veistoksia. Tällainen vähän pysyvämpi jälki voi syntyä jopa maan sisälle, mitä osoittavat Provinssirockin festivaalialueella tehdyt nykyisyyden arkeologian kaivaukset (Kunnas, Kuokkanen, Mönkkönen, Perttola & Äikäs, 2011).

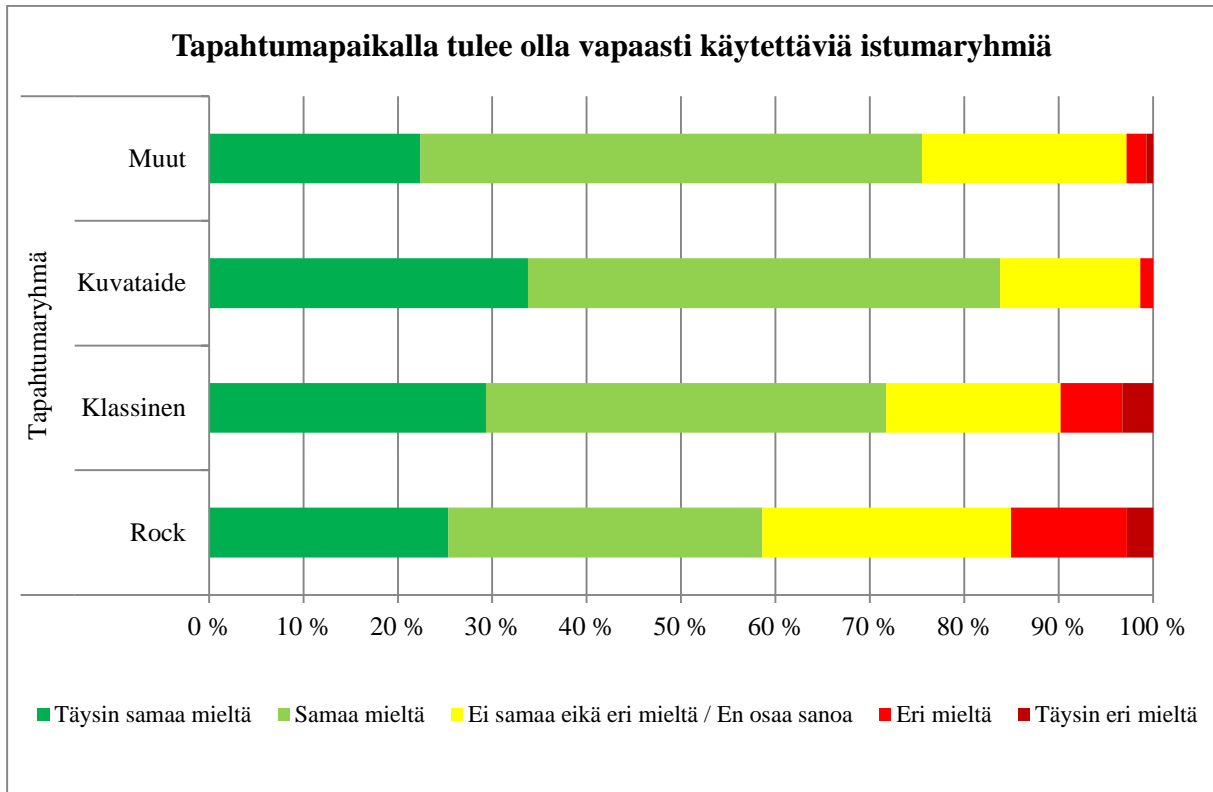


Kuva 26 Kuhmo-talon Lentua-sali

Tapahtumatilaan liittyviä konkreettisia, osallistujien mainitsemia asioita ovat istumapaikat, portit, lavat, liikkumisväylät, WC:t ja roska-astiat. Tilan design ja somistus luovat omalta osaltaan tunnelmaa, ja tapahtumatilassa halutaan olevan selkeän opastuksen siitä, missä mitään on. Ulkotiloissa kesäinen uimaranta nousee esiin Kuhmossa, Ruisrockissa ja Ilosaarirockissa. Sisätilojen osalta kävijät arvostavat mielenkiintoista arkkitehtuuria, mitä ilmenee muun muassa Kuhmossa (kuva 26), Honkahovissa, Retretissä ja Naivistit Iitalassa -näyttelyssä. 49-vuotias mies miettii, että tilan muutos voisi pilata naivistinäyttelyn:

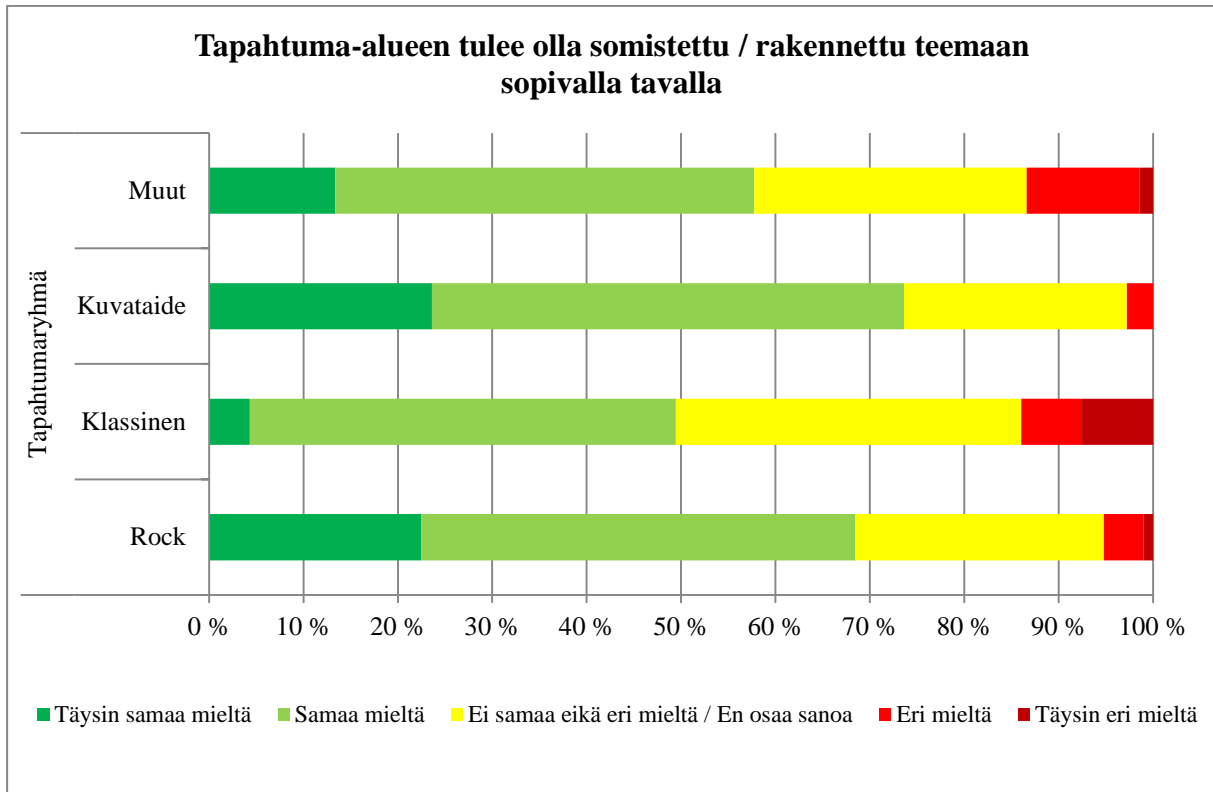
”... ehkä jos se muutettais jonnekin DDR-tyyppiseen betonibunkkeriin [...] Mun mielestä se tila on hyvä, et sitä ei kannattais muuttaa. Semmonen vanha rakennus on mukava ja sitten toinen mikä siellon hyvää, niin just semmonen niinku kotoinen tunnelma. Et jos se menis kauheen semmoseks teolliseks ja kliniseks...”

Tapahtumissa seura on tärkeä elementti, ja siksi olisi tärkeää, että on paikkoja, missä ihmiset voivat kohdata ennen tapahtumaa ja missä he voivat viettää yhdessä aikaa tapahtuman jälkeen (Morgan, 2006, s. 312). Myös Woosnam, McElroy ja van Winkle (2009, s. 508) korostavat sitä, että yhdessä hengailuun tulee olla paikkoja. Kaikissa genreissä vapaasti käytettävien istumapaikkojen (kuva 27) merkitys on suuri. Kaikkein tärkeimpänä istuimia pidetään kuvataidetapahtumissa. Tällöin kyse ei ole välttämättä niinkään seurustelusta muiden kanssa



Kuva 27 Suhtautuminen istumapaikkoihin (n = 814)

kuin istuskelusta taideteoksia katsellen tai vain lepäämisestä. Ahola (2007, s. 157) korostaa kehollisuuden huomiointia taidenäyttelyissä ja yleensäkin tilojen suunnittelussa. Ihmisille tulee hänen mielestään suoda paikkoja, joissa voi pitää taukoa ja levätä. Vuoden 2015 Ilosaarirockista ajatellaan: ”Ja aivan, väljemmille alueille on pystytetty tankoja/putkia/puita, joihin voi ripustaa itselleen riippumaton.”



Kuva 28 Suhtautuminen tilan somistukseen (n = 805)

Tapahtumatilan somistusta pidetään tärkeimpänä kuvataide- ja rocktapahtumissa (kuva 28). ”Se on tietty tavalla semmonen satumaa, mihin on kiva mennä käymään ja katella maisemia”, sanoo 49-vuotias mies naivistinäyttelystä. Kuvataidetapahtumissa tilojen somistus voi johdattaa ajatuksia taiteilijan ajatusmaailmaan tai asuinympäristöön, kuten Naivistit Iitalassa -näyttelyn kenialaistaiteilijoiden teosten luona oleva Afrikka-aiheinen somistus kuvassa 29. Rocktapahtumissa festivaalialueen design sisältää usein tilataideteoksia, josta kuvassa 30 on esimerkkinä Törnävänjoessa kelluva muovinen vesiotus. Somistuksen kaupallista puolta edustavat kuvassa 31 Ilosaarirockin anniskelualueen Tuborg-teltat.



Kuva 29 Huoneen somistusta, Naivistit Iittalassa 2012



Kuva 30 Taideteos Törnävänjoella, Provinssirock 2012



Kuva 31 Tuborg-anniskelualue, Ilosaarirock 2012

4.7 Kesä ja sää

Olemme märkiä ja nälissämme eikä sateensuojaan pääse minnekään, kun järjestäjä ei ole ottanut huomioon kesämyrskyä ja sitä, että minne ihmiset saadaan suojaan/turvaan. Mereltä käyvä tuuli nostattaa Rantalavan katsoja-alueelle sellaisen määrän vettä ettei siellä esiintyvää bändiä edes päästetä lavalle saati sitten yleisöä paikalle, mutta kukaan ei tiedota keikan peruuntumisesta mitään.....tosin ei ole kyllä sähköjäkään enää. Kaikki lavarakenteet ovat vaurioituneet ja turvallisuussyistä ketään ei päästetä alueelta pois! (eläytymistarina, epäonnistunut Ruisrock v. 2015)

Suomi on kesätapahtumien maa. Finland Festivalin entisen pääsihteerin Maj Nuortilan mukaan kesäfestivaalien suosion salaisuus on pitkässä talvessa. Suomalaiset heräävät eloon kesällä, ja pitkän talven aikana kasvanut kulttuurinnälkä tyydytetään kesällä. (Valkonen & Valkonen, 1994, s. 34–35). Kun Getz (2002, s. 212) tutki syitä sille, miksi festivaalit epäonnistuvat, sää nousi yhdeksi tärkeimmistä tekijöistä. Kun kävijät kuvaavat positiivisia elämyksiä, käytetään sanoja ”aurinko” ja ”kesä”. Kun sää on ollut haitaksi, sanoina ovat ”sade”, ”kuuma” ja ”helleaalto”. Sää vaikuttaa oleskelumukavuuteen ja mielialaan. Erityisesti rockfestivaaleilla osallistujat ovat pyrkineet varautumaan myös sateeseen. Kun kävijä kuvittelee epäonnistunutta Provinssirockia vuonna 2015, hän kertoo: ”Päätän lähteä kävelemään kaverin asunnolle, jolloin kuin salama kirkkaalta taivaalta iskee rankkasade ja

tietysti sadevaatteet olivat hukatussa repussa. Huokaisen jo syvään.” Hän oli siis varautunut sateeseen, jotta se ei huonontaisi (liikaa) tunnelmaa, mutta jos sadevaatteet eivät ole käytettävissä, tunnelma on pilalla. Todellisuuteen perustuvan, sateen pilaaman kokemuksen kuvaa 58-vuotias mies muistellessaan vuoden 1972 Keimolan mutajuhlia:

Se oli kyllä aika karmee kokemus siinä mielessä, että tullaan tuolta maakunnasta... oliko meitä 3–4 kaveria... että siinä tultiin alueelle ja koko ajan sataa ja sataa ja teltta on siinä pystyssä ja yritetään sitten jossain vaiheessa mennä nukkuun sinne. Sade jatkuu ja vesi tulee sieltä pohjalta läpi (nauria) [...]
Ku mä oon jälkeinpäin yrittäny muistaa, niin mä en muista siitä musiikkipuolesta yhtään mitään. Että se niinkun katos tai sillä ei ollu mitään merkitystä siinä tilanteessa – se oli niin karmeeta (nauria).

LuostoClassicin kävijä toteaa, että mahdollista sadetta on saanut monesti jännittää, mutta silti sade ei ole kertaakaan pilannut konserttielämystä. Luostolla säähän on pakko varautua – ulkoilmakonserttien kuulijoilla on paljon vaatetta päällään. Sade voi olla myös positiivisen elämyksen lähteenä:

... jotenki se tunnelma viime kesänä ku oltiin siin pienes teltassa kattomassa semmosta mmm aika friikki elokuva... En mä muista enää sitä elokuvan nimee, mut se oli tän Mänttärin elokuva. Semmonen tehty kahessakymmenessäneljässä tunnissa ja vähän siltä se vaikutinkin... Mut että jotenki siellä niinku ihmiset istuu ja hirvee sadekuuro yllättää kesken elokuvan ja puurot juoksee teltan läpi ja sitte istutaan siellä ja katotaan semmost niinku oikeestaan aika pöljääki elokuvaa... (nainen, 58 v, Midnight Sun Film Festival)

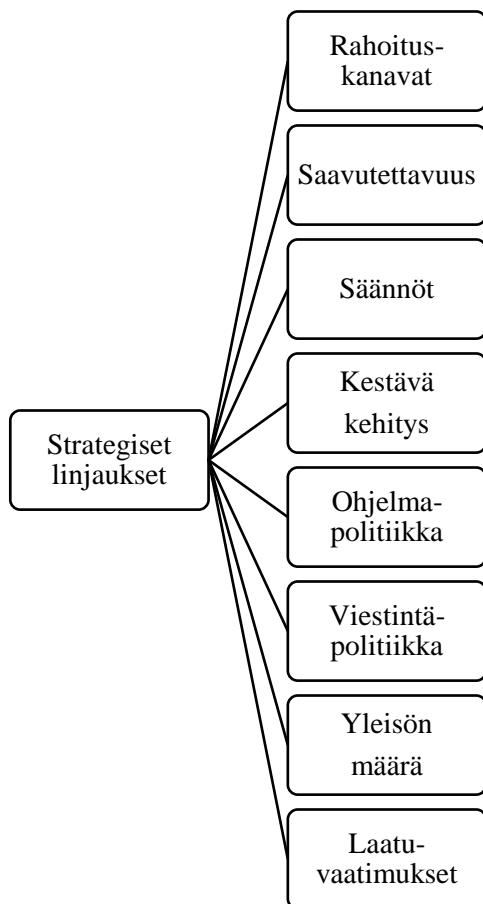
Kun kävijät kuvittelevat täysin epäonnistuneen kulttuuritapahtuman, sade tai jopa myrsky on mukana kaikissa muissa paitsi kuvataidetapahtumissa. ”yli 10 km talsimista keskellä yötä vesisateessa ei ole minun ideani hyvästä lomasta. Sadetta täällä onkin riittänyt koko viikon”, kauhistelee Kuhmon kävijä kuvitellessaan epäonnistunutta käyntiä. Kuopio Tanssii ja Soi -tapahtumassa on ulkoilmatilaisuuksia, jotka sää voi pilata: ”Siinä me katsojat istumme kaatosateessa emmekä voi nauttia esityksestä.” Kun huonon sään pilaamaa tapahtumaa kuvitellaan, jotkut asettavat osan tunnelman huononemisesta järjestäjän vastuulle. Myrskyn aiheuttamassa katastrofitilanteessa tiedotus ei toimi tai järjestäjä ei ole varautunut kesämyrskyyn. Kaatosateen yllättäessäkin festivaalikävijä haluaisi nähdä tilanteen pelastamisen, mutta se edellyttäisi sitä, että järjestäjä olisi varautunut sateeseen hoitamalla paikalle riittävän isot katetut tilat.

Kesäelämykseen liittyy tapahtumapaikan järvi tai meri, uiminen tai kahlailu. Tapahtuma voi olla kesänaloitusrituaali. ”Provinsista alkaa kesä” on muotoutunut klassiseksi sanonnaksi, melkein sananlaskuksi. ”Festivaalihuuman kokeminen vuosittain auttaa jaksamaan raskaan talven paineet”, toteaa 56-vuotias nainen Kuopio Tanssii ja Soi -tapahtumasta. Kesällä ollaan lomalla ja halutaan olla rennosti, irtaudutaan arjesta. Tuan toteaa (1990, s. 95–96), että nykyajan ihmisellä on hyvin vähän aitoja fyysisiä kosketuksia luontoon. Suomalaiseen kesään ja kesäiseen kulttuuritapahtumaan kytketään luonnon kokemista kehollisesti: auringon lämpö iholla, meriveden kosketus kahlaillessa, kesäsade kasvoilla, mustikan poimiminen suuhun.

4.8 Strategiset linjaukset

Pohjanmaalla on mahtavat juuret, niitä voisi hyödyntää juuri ruokapalveluissa, artistivalinnoissa ja stailauksessa. Ei nyt tarvitse lähteä millekkään häjyily/duudsonilinjalle, mutta paikallistuottajia ehdottomasti enemmän esiin! Ostaisin paljon mieluummin vaikka ison teltan vierestä jonkin Pohjanmaa-designkangaskassin, kuin urpoiluaurinkolasit krääsämyyjältä. (nainen, 30 v, Provinssirock)

Strategisilla linjauksilla tarkoitan niitä periaatepäätöksiä, joita tehdään festivaalin käytännön järjestelyjen suhteen. Nämä linjaukset vaikuttavat muihin kokonaiselämystekijöihin. Kun kävijät puhuvat toimivista järjestelyistä tai toteavat, että ”kaikki toimi”, on se tapahtumajärjestäjän organisointityön seurausta. Tätä organisointia ohjaavat tietoiset tai tiedostamattomat strategiset linjaukset, joita on koottu kuvaan 32. Niitä ovat muun muassa rahoitukseen, saavutettavuuteen, sääntöihin, kestävän kehityksen periaatteisiin, ohjelmapolitiikkaan, viestintäpolitiikkaan, yleisön määrään sekä tapahtumassa tarjottavan ohjelman ja palvelujen laatuun liittyvät päätökset. Käyn näistä osatekijöistä jokaisen läpi omassa alaluvussa.

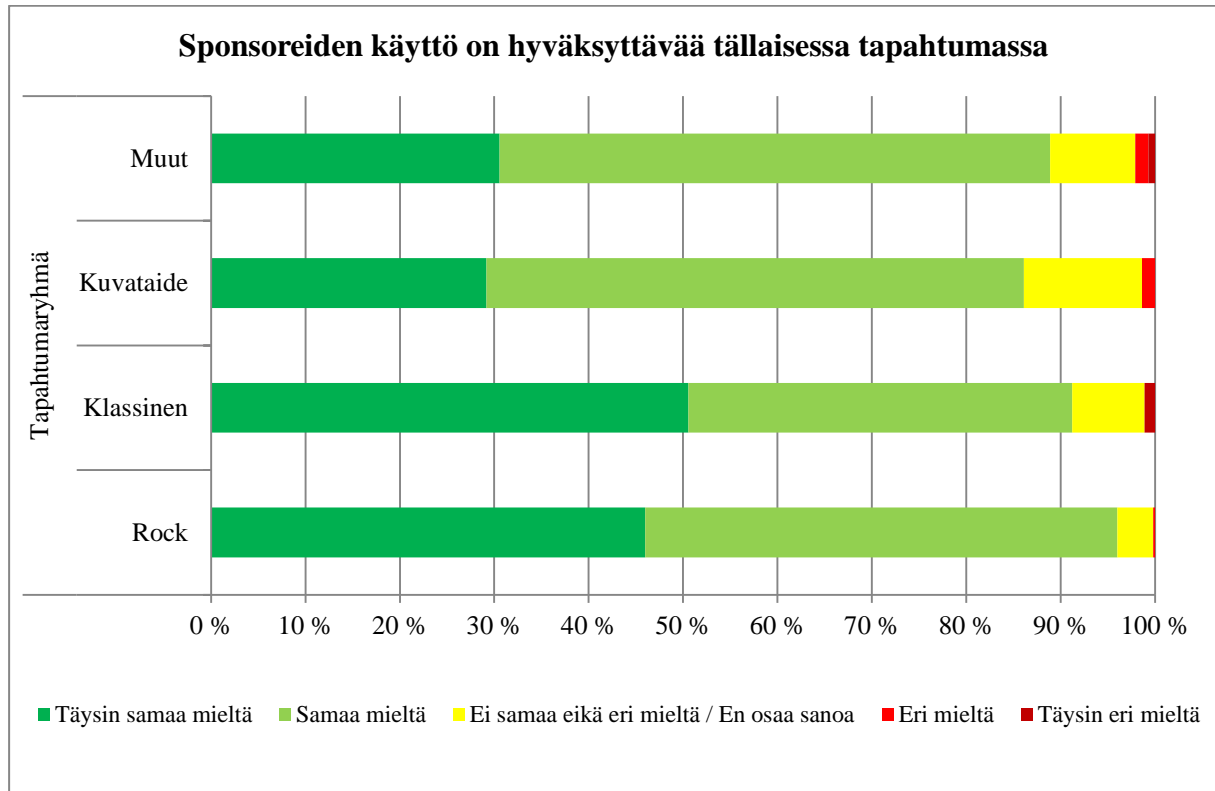


Kuva 32 Strategiset linjaukset

4.8.1 Rahoituskanavat

Kulttuuritapahtumien rahoitusrakenne koostuu yleensä kolmesta suuremmasta alueesta: lippituloista, julkisesta tuesta ja yritys yhteistyöstä. Vuonna 2010 Finland Festivalin jäsenorganisaatioilla lipputulosten osuus oli keskimäärin 43 % koko budjetista (Finland Festivals, 2012c, s. 6). Vuonna 1999 lipputulosten osuus oli keskimäärin 41 % (Kukkonen, 2000, s. 21) eli niiden osuus budjetista on säilynyt kymmenisen vuotta suunnilleen samana. Voittoa tuottamattoman järjestäjän tapahtuma on monesti riippuvainen ulkoisesta rahoituksesta (Getz, 2002, s. 217) jo pelkästään senkin takia, että valtaosa kuluista realisoituu ennen kuin lipputulot ovat käytettävissä (Koivisto & Nuutinen, 2000, s. 108). Julkisella tuella tarkoitetaan kunnallisten ja valtiollisten tahojen antaman tuen lisäksi erilaisten säätiöiden ja rahastojen tukea. Yritys yhteistyö taas sisältää moninaisia tapoja tukea tapahtumaa: suoraa rahallista tukea, tuotteiden tai palvelujen lahjoittamista, pääsylippuostoja tai yritys vierailuja tapahtumassa (Kainulainen, 2004, s. 140). Yritys yhteistyön merkitys kulttuuritapahtumille on

kasvanut ja kasvaa edelleen (Kainulainen, 2004, s. 137). Yksityisen rahan osallistuminen kulttuuritapahtumaan, joka monesti koetaan yhteiseksi hyväksi, oli vielä 1970-luvulla suuren kritiikin aihe. Tätä nykyä tapahtumakävijät antavat tukensa sponsoroinnin käytölle (kuva 33).



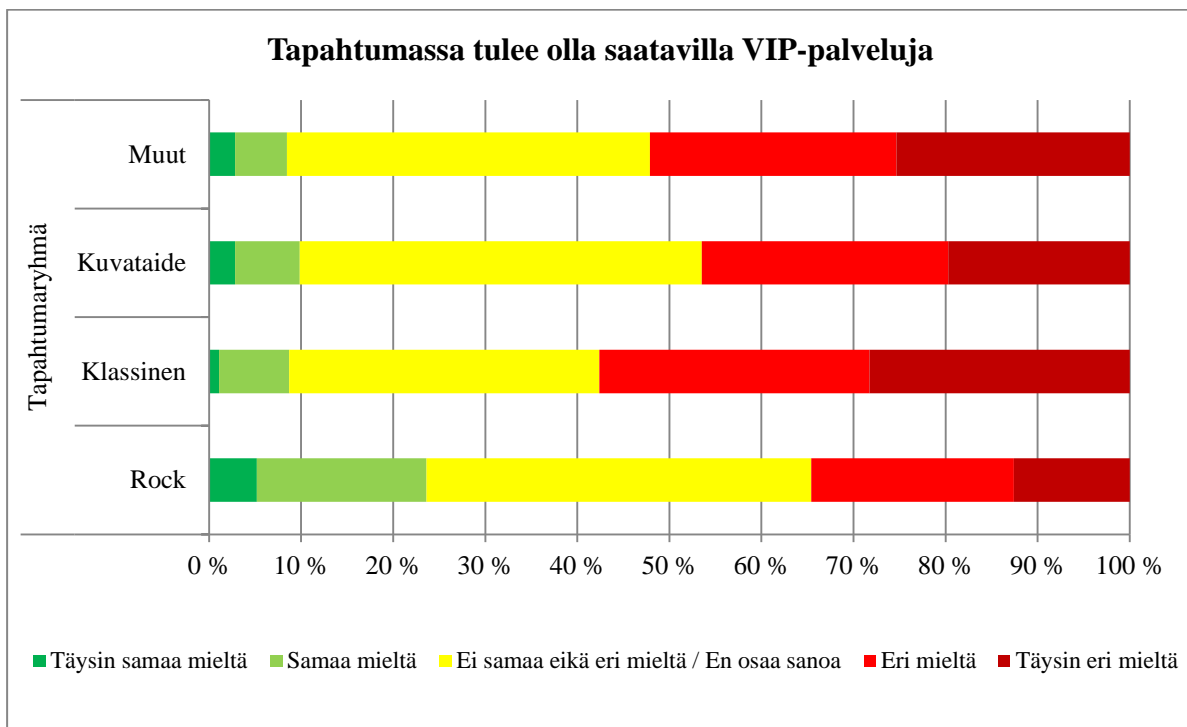
Kuva 33 Suhtautuminen sponsoreiden käyttöön (n = 807)

Kävijät hyväksyvät yksimielisesti sponsoroinnin käytön kulttuuritapahtuman rahoituksessa. Kuitenkin omien arvojen mukaisella sponsoroinnilla on merkitystä yli puolelle kävijöistä eli yhteistyö hyväksytyin tahon kanssa parantaa osallistujan kokonaiselämystä. Yritys yhteistyön riski vaikuttaa ohjelman sisältöön latistavasti pelottaa monia vastaajia. Kainulaisenkin kuvaama (2004, s. 148) kaupallisuusdiskurssi on läsnä laitudiskurssin vastakohtana. Kaupallisuus nähdään taiteellista laatua huonontavana tai sen riskeeraavana seikkana (myös Waterman, 1998, s. 67–68). Sponsorin ei haluta sanelevan sisältöä. Iissä Pohjoismaisen kulttuurirahaston vaatimus on ollut pohjoismaisen taiteen suosiminen – tämä ei kuitenkaan kaupallista tapahtumaa. ”Kyl mä sanoisin, et se olis ehkä pahin, mitä nyt voi ihan heti kuvitella, menetettäis tää festarien sielu, joka on säilyny vuodesta toiseen niin samanlaisena... menetettäis se rahan ahneudelle”, toteaa 36-vuotias mies Midnight Sun Film Festivalista. Kun

toinen kävijä kuvittelee vuoden 2015 täysin epäonnistunutta festivaalia, hänen eläytymistarinassaan ”Sodankylä-palkinnon nimi on nyt Santa Claus Award”.

Kaupallisuusdiskurssiin liittyy keskustelu kulttuuritapahtuman tarjoamista VIP-palveluista, joita tapahtuma saattaa käyttää yhtenä rahoituskanavana. Niihin suhtautuminen on hyvin negatiivista. ”Ainutlaatuinen yötön yö, jossa ei starilla tai VIP-skeidailla vaan kaikki nauttivat elokuvista ja tunnelmasta”, toteaa 25-vuotias nainen Midnight Sun Film Festivalista. Kuvaan 34 on koottu kävijöiden mielipiteet VIP-palveluiden tarpeellisuudesta. Vahvinta vastustus on klassisen musiikin genressä. VIP-vieraat sotisivat tapahtumien yhteisöllisyyttä ja siihen liittyvää tasavertaisuutta vastaan. 30-vuotias Ilosaarirockissa käyvä mies kuvaa etuoikeuksia vastustavaa näkemystään seuraavasti:

... lähinnä tarkoitan tämmöstä, että esimerkiksi jos ostas rahakkaampia lippuja ja et ois selkee, joku tommonen ison sponsorin oma alue tai tämmönen... että sinällään *backstage*-jutut ei haittaa, mutta että jos olis joku sellanen, että *maksa 200, niin näät Pamela Anderssonin* tai tuon tyypistä...



Kuva 34 Suhtautuminen VIP-palveluihin (n = 805)

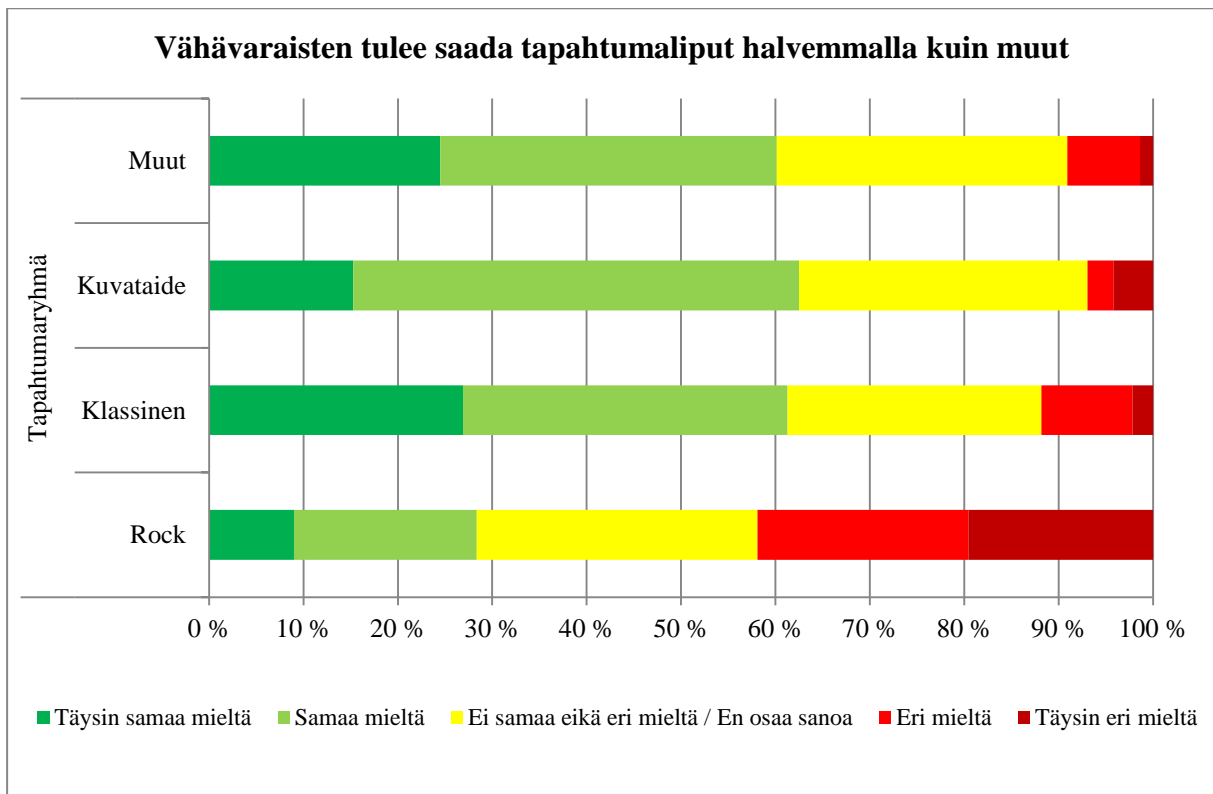
4.8.2 Saavutettavuus

Saavutettavuudella tarkoitan osallistumisen mahdollisuutta. Miten esteettömyys on huomioitu, mitkä ovat hinnoitteluperiaatteet? Esteettömyyden huomioiminen on parantunut tapahtumissa vuosi vuodelta. Liikuntarajoitteiset on huomioitu jo suhteellisen hyvin, ja esimerkiksi rockfestivaaleillakin pyörätuolikatsomot ovat jo itsestään selvyys (kuva 35). Aistirajoitteisten ja monivammaisten huomiointi on kuitenkin vähäisempää – monet tarvitsevat tuekseen avustajan, ja tapahtumajärjestäjän keino huomioida tämä erityisryhmä on tarjota ilmainen sisäänpääsy avustajalle. Tämä ei ole toteutunut kovinkaan monessa tapahtumassa tai siitä ei ainakaan informoida kävijöitä. Erityisesti näkövammaisille yksin liikkuminen vieraassa ympäristössä voi olla – jos ei mahdotonta, niin ainakin levottomuutta herättävää (Richards, Pritchard & Morgan, 2010, s. 1110). Ruisrock on tehnyt Raha-automaattiyhdistyksen, Opetus- ja kulttuuriministeriön sekä Turun Kynnys ry:n kanssa työtä festivaalin saavutettavuuden parantamiseksi, ja tapahtumassa on huomioitu niin liikuntarajoitteiset kuin kehitys- ja aistivammaisetkin. Vuoden 2012 Ruisrockissa alueella oli muun muassa yleisavustajia antamassa apua saavutettavuuteen liittyen ja festivaalin kotisivut olivat käytettävissä myös selkokielellä. (Ruisrock, 2012b.)



Kuva 35 Liikuntarajoitteisille osoitettu katselupaikka, Provinssirock 2012

Lippujen hinnoittelu voi johtaa taloudelliseen eksklusioon ja ehkä elitistisenkin leiman saamiseen. Kun kävijöitä pyydetään kuvittelemaan erityisen epäonnistunut kulttuuritapahtuma, myös kuvataidetapahtumassa on pelkoa hintojen karkaamisesta liian korkeiksi. Erityisesti rockfestivaaliosallistujat valittavat lippujen hinnannousua, mutta vähävaraisille ei kuitenkaan haluta halvempia lippuja. Heidän mielestään lippujen tulee olla kaikille samanhintaisia. Sen sijaan muissa kulttuurigenreissä kävijät pitävät sitä tärkeänä, että vähävaraiset saisivat lippunsa halvemmalla (kuva 36). Tämä ei kuitenkaan välttämättä tarkoita eläkeläisalennusten vaatimusta, sillä esimerkiksi Kuhmon osalta väitteeseen suhtautuvat positiivisimmin paikalliset, eivät iäkkäät kävijät. Kuhmossa työttömät ja nuoret saavatkin lippunsa halvemmalla.



Kuva 36 Suhtautuminen vähävaraisten halvempiin lippuihin (n = 809)

Tapahtuman hinnoitteluperiaatteisiin voi liittyä tavoite suosia tiettyä osallistujaryhmää halvemmilla tai ilmaisilla lipuilla. Kuhmon Kamarimusiikissa liput ovat halvempia alle 20-vuotiaille, ja LuostoClassicin ulkoilmakonsertteihin alle 18-vuotiaat pääsivät vuonna 2012 ilmaiseksi. Joillekin rockfestivaaleille päästetään 65 vuotta täyttäneet ilmaiseksi sisään. Saavutettavuuteen liittyvät periaatteet luovat yleisöstä heterogeenisempää, mikä tukee

yhteisöllisyysdiskurssia, sillä yleisön tuottamaa tunnelmaa kuvattaessa nostetaan usein esiin yleisön erilaisuus ja eri-ikäisyys.

4.8.3 Säännöt

Tapahtumaan liittyvistä säännöistä turvallisuussäännöt koskevat kaikkia yleisötapahtumia. Mykletunin koosteessa (2011, s. 347–350) vakavia festivaalionnettomuuksia aiheutui erityisesti tungoksesta sisään- ja uloskäynneillä sekä esiintymislavojen edustalla. Yhtenä esimerkkinä turvallisuussäännöistä ovat kulkuväyliin liittyvät säännöt. Kuvassa 37 on Provinssirockissa Törnävänjoen ylittävä silta, joka on jaettu kahdeksi yksisuuntaiseksi kaistaksi. Erityisesti rockfestivaaleilla on suuri joukko muita, pikkuhiljaa muotoutuneita sääntöjä: esitysten videointi on kielletty, sateenvarjoja ei saa tuoda alueelle, *crowd surfing* on kielletty, tupakointi on sallittu ulkonakin vain tietyillä alueilla, anniskelu rajoittuu anniskelualueille ja niin edelleen. Monet näistä säännöistä ovat joko lainsäädännöstä (tupakoinnin rajoittaminen) tai lupaviranomaisten tulkinnoista (anniskelualueet) lähtöisin. Säännöt saattavat heikentää tunnelmaa. ”Menossa huonompaan suuntaan vuosi vuodelta, liikaa ”turvallisuus”sääntöjä pilaamassa tunnelmaa”, toteaa 26-vuotias mies Ilosaarirockista.



Kuva 37 Sillan oikeanpuoleinen liikenne, Provinssirock 2012

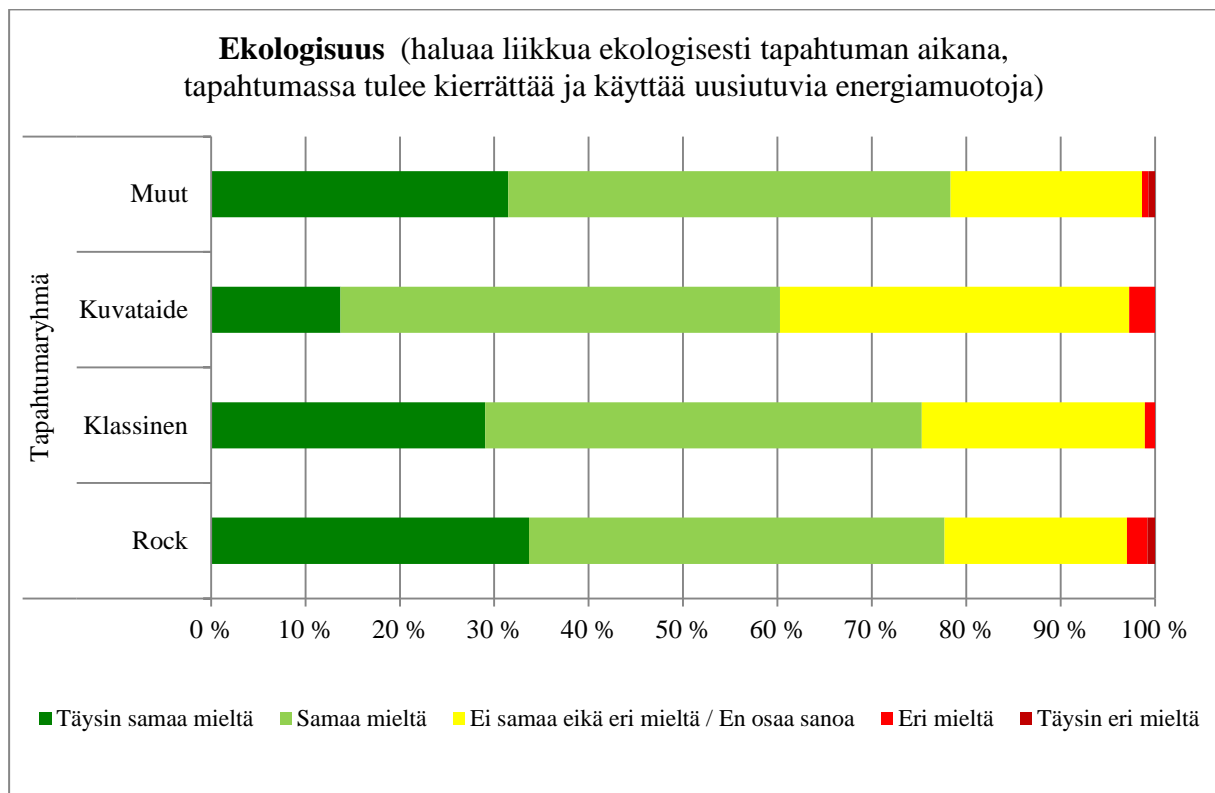
Osa säännöistä on kuitenkin kaikkien viihtyvyyttä lisääviä. Rockfestivaaleille on tyypillistä julkaista huumorilla höystettyjä ohjeita siitä, miten festivaaleilla tulee käyttäytyä. Näiden sääntöjen tarkoituksena on luoda omalta osaltaan yhteisöllisyyttä ja varmistaa, että kaikilla on hauskaa. Vakiokävijät saattavat ohjata nuorempia sen suhteen, miten tulee käyttäytyä. Osa käyttäytymissäännöistä on hiljaista tietoa, tapahtumaan liittyviä sosiaalisia sääntöjä (Tombs & McColl-Kennedy, 2003, s. 1), joita noudattamalla tulee osaksi yhteisöä. Riidan haastajaa tai räyhääjää saatetaan oikaista huomioimaan muutkin.

Klassisen musiikin tilaisuuksiin on muodostunut sääntö, että yleisön tulee olla esityksen aikana aivan hiljaa (Waitt & Duffy, 2010, s. 462). ”Kun musiikki alkaa, niin siellähän pitää olla hiirenhiljaa”, kertoo 44-vuotias nainen Kuhmosta. ”Joskus osuu viereen tai lähelle sellanen henkilö, joka tuntuu keskittyvän vaan sen ohjelmakirjan plärräämiseen ja räpistelemiseen ja tällöinen äänisaaste on must törkeätä”, sanoo 64-vuotias nainen – niin ikään Kuhmosta. Kun kuvitellaan epäonnistunutta kokemusta, siihen liittyy se, että ”yleisö ei hiljentynyt”. Vastaavaa hiljaisuuden vaatimus -keskustelua ei ole LuostoClassic -kävijöiden puheessa. Tämä johtuu ensinnäkin siitä, että Luostolla tilaisuudet ovat ulkona, ja ulkoilmatilaisuuksiin sallitaan aina enemmän ääniä (vrt. Waitt & Duffy, 2010, s. 466). Toinen syy on varmastikin se, että Luostolla käy Kuhmoa enemmän sellaisia kävijöitä, jotka tulevat kuuntelemaan elävää klassista musiikkia ensimmäistä kertaa elämässään. Heille ei ole vielä muotoutunut tilaisuuteen liittyviä sosiaalisia normeja. Kuvataidenäyttelyssäkin toisen henkilön käytös voi häiritä omaa elämystä. 28-vuotias nainen sanoo: ”Kansalaisten pitäis paremmin ottaa huomioon se, et miten näyttelyssä ollaan... että ei mennä esimerkiks liian lähelle tauluja... Niin se on ittee saattanu siellä häiritä.”

4.8.4 Kestävä kehitys

Kestävä kehitys jaetaan ekologiseen, taloudelliseen sekä sosiaaliseen ja kulttuurilliseen kestävyyteen. Kulttuuritapahtumassa ekologiseen ja taloudelliseen kestävään kehitykseen liittyvät periaatteet ovat kävijöille hyvin tärkeitä (kuva 38). Luonnonvarojen tuhlaamista halutaan välttää suosimalla ekosähköä ja kierrätystä. ”Äänentoistoon ja valoihin käytetty energia tuotetaan osittain paikan päällä lavoihin asennetuilla aurinkopaneeleilla”, toivotaan vuoden 2027 Provinssirockilta.

Kun iän, sukupuolen ja koulutuksen vaikutus vakioidaan, ekologisuuden vaatimus korreloi (.380) tilastollisesti erittäin merkitsevästi universalismin kanssa. Universalismia kuvataan sanoilla laajakatseisuus, sosiaalinen oikeudenmukaisuus, tasa-arvo, maailmanrauha, kauneuden maailma, yhteys luontoon, kypsä elämänymmärrys, ympäristön suojeleminen (Schwartz, 2009, s. 6). Arvona universalismi on tärkeämpi naisille kuin miehille, ja sen merkitys kasvaa iän ja koulutuksen myötä (Puohiniemi, 2002, s. 72–73).



Kuva 38 Suhtautuminen tapahtuman ekologisuuteen (n = 811)

Puohiniemen mukaan (2011, s. 34–35) naiset ovat ympäristöystävällisempiä kuin miehet, nuoret 15–25 -vuotiaat ovat piittamattomampia kuin vanhemmat ja hyvin koulutetut henkilöt ovat ympäristöystävällisimpiä. Suomalaisista 40–50 % on valmiita tekemään henkilökohtaisessa elämässään jotain ympäristönsuojelun hyväksi eikä tämä luku ole muuttunut viimeisten 20 vuoden aikana (Puohiniemi, 2011, s. 46). Suoraan omaan elämään vaikuttava ekologisuutta korostava muutos näyttäisi olevan hieman vaikeampaa kuin vaatia vastaavaa vastuullisuutta tapahtumajärjestäjältä. Toisaalta on huomioitava, että kulttuuritapahtumiin osallistujat ovat keskimääräistä suomalaista koulutetumpia, jolloin juuri

tämä kävijäjoukko saattaa toimia myös omassa elämässään keskivertoa ympäristöystävällisemmin. Joka tapauksessa esimerkiksi kierrätyksen edistäminen tapahtumassa vaikuttaa kävijän kokonaiselämykseen positiivisesti ja tapahtumien ympäristöystävällisyyttä halutaan edelleen parannettavan. ”Tapahtuma on todella hauska ja mukava! Haluaisin että tapahtumapaikan luontoa ja ympäristöä muutenkin suojeltaisiin hyvin ja että tapahtumassa kierrätettäisiin, eikä roskattaisi niin paljon”, toteaa 20-vuotias nainen Ruisrockista. Asialla on kuitenkin kääntöpuolensa, mitä kuvastaa 33-vuotiaan miehen kommentti Ilosaarirockista:

Puunhalailun ja monikulttuurillisuuden korostaminen on alkanut vituttaa. Jos näitä teemoja korostetaan vielä enemmän, tulevaisuudessa mietin tarkkaan aionko osallistua festivaaleille. Festarikansa ja yleinen meno alueella, sekä lauantain artistit saivat minut ostamaan vielä lauantain päivälipun. Kymmenisen vuotta sitten festari oli vielä leppoisa rockfestari muiden joukossa ilman sen kummempaa järjestäjän tuputtamaa ideologiaa. Taustoiltaan monimuotoisen osallistujakunnan ideologisen diversiteetin kannalta tiettyjen "sosiaalisesti vastuuntuntoisten" arvojen korostaminen saattaa osaltaan olla karkoittamassa osaa festarikansasta pois.

Edellä kuvattu kommentti on toki selkeä poikkeustapaus, ja tulevaisuuden rockfestivaalilta toivotaankin, että ”edelleen panostetaan ekologisuuteen ja myös festariväki on omaksunut vihreän ajattelutavan”. Ruisrock järjestetään Ruissalossa luonnonsuojelualueella, ja siksi festivaalilla ei ole käytössä ranneketta, vaan alueelle pääsee sisään päivän aikana vain kerran. Porteille ei voi tulla autolla, vaan alueelle on käveltävä luonnonsuojelualueen läpi. Alueen luontoa pyritään suojelemaan eroosiolta ja muilta suuren ihmisjoukon tuottamilta häiriöiltä. Tämä aiheuttaa kävijöissä vastarintaa. Kyseessä ei kuitenkaan ole luonnonsuojelun vastustaminen sinänsä, vaan toteutustapaa kritisoidaan: ”Uskon luonnon olevan enemmän vaarassa porukan niittäessä rantapolkua, kuin sillä, että festarikävijät tuodaan portille asti julkisilla liikennevälineillä.”

Sosio-kulttuuriseen kestäväan kehitykseen liittyy paikallisväestön huomiointi. Festivaalien tapauksessa tämä tarkoittaa negatiivisten ympäristövaikutusten minimointia (melu, liikenne, roskat, vandalismi; Derrett, 2007, s. 36), paikallisten asukkaiden kuuntelua tapahtumasuunnittelussa sekä sitä, että tapahtuma hyödyttää paikallisia. Kulttuurisessa mielessä tässä tutkittuja tapahtumia tuskin pidetään paikalliskulttuuria vaarantavina tai sille haitallisina. Toki tällainenkin kehitys oli Suomessa nähtävissä rockmusiikin alkuaikoina, jolloin kirkolliset tahot, poliisi ja lehdistö pitivät tätä musiikin lajia erityisen turmiollisena.

Suomen ensimmäinen rockkonsertti järjestettiin Turussa vuonna 1956 ja tämän seurauksena UusiAura-lehdessä kirjoitettiin (Toivonen, 2003, s. 23): ”Rock’n’roll konsertti viritti konserttialin täyden katsomon sellaiseen älyttömään hulluuteen, ettei vastaavanlaista löydy kuin alkukantaisten nekeriheimojen keskuudessa.” Tämänkaltaista paikallisyhteisön ulkopuolelta tulleiden kulttuurivaikutteiden vastustusta ei ainakaan laajamittaisena ole enää nähtävissä. Toki erilaiset taidenäkemykset aiheuttavat keskustelua ja jopa spontaaneja – ehkä päähänpiston tai alkoholin aiheuttamia – protesteja, kuten Iissä yritys polttaa Lars Vilksin ympäristöaideteos (Kallionpää, 2012). Sosio-kulttuurisesti tätä nykyä kulttuuritapahtumien tärkein vaikutus on kuitenkin tapahtumapaikkakunnan imagon kohottaminen, minkä myötä paikallisten kotiseutuylypeys voi nousta.

Paikallisasukkaita vaivaavia ympäristövaikutuksia ei aineistosta löydy. Lehtien yleisönosastokirjoitukset ovat perinteisesti ottaneet tämän kaltaisiin asioihin kantaa. Luonnollisesti suurimmat haitat syntyvät niistä tapahtumista, joissa on päivää kohti eniten ihmisiä. Tarkastelun kohteena olevista tapahtumista näitä ovat rockfestivaalit. Kaikkia rockfestivaaleja on kritisoitu alkuvuosina lehdistössä hyvinkin vahvasti, mutta sävy on muuttunut positiivisemmaksi, kun tapahtumien tuottamia taloudellisia hyötyjä on tuotu esiin (Sorjonen, 2011, s. 68). Paikallisten asukkaiden asenteisiin on myös vaikuttanut se, että 2000-luvulta alkaen festivaalijärjestäjät ovat vahvemmin alkaneet kuunnella ja keskustella paikallisten kanssa organisointiin liittyvistä asioista (Huttunen, 2011a, s. 70). Esimerkiksi vuonna 2004 joensuulaisasukas ehdotti Ilosaarirockin järjestäjille (Huttunen, 2011b, s. 77), että läheinen uimaranta liitettäisiin festivaalialueeseen. Hänen ajatuksensa oli, että osana festivaalialuetta uimarannalla olleet häiriöt ja roskaaminen poistuisivat – kuten tapahtuikin. Seinäjoella Törnävä-seuran puheenjohtaja pitää Provinssirockia hyvin järjestettynä ja on sitä mieltä, että festivaali pitää jatkossakin järjestää samalla paikalla (Yle Puhe, 2012).

Paikalliset asukkaat voivat hyötyä tapahtumasta taloudellisesta tai palvelullisesta näkökulmasta. Vaatimus siitä, että tapahtumissa tulee käyttää paikallisia palveluja ja myydä paikallisia tuotteita (kuva 22), osoittaa, että kävijät pitävät sosiaalisesti kestävästä kehitystä tärkeänä. Tapahtumaosallistujat haluavat, että raha jää tapahtumapaikkakunnalle. Väliaikaiset palvelujärjestelyt voivat luoda paikalliselle liiketoiminnalle kilpailua (Morgan, 2007, s. 119), mitä ei koeta hyvänä, jos sen seurauksena tuotot poistuvat paikkakunnalta. Pienemmissä tapahtumissa ei välttämättä järjestetä esimerkiksi tapahtumakohtaista kahvilaa, vaan ohjataan

kävijät käyttämään paikkakunnan olemassaolevia palveluja (Heinänen & Heinänen, 2007, s. 79). Paikallisten palvelujen tuottaminen paikallisin voimin tarjoaa kävijöille myös paikalliskulttuurista autenttisuutta, mikä syventää elämystä.

Tapahtuman tuottama ohjelma, tapahtuman aikana tarjottavat lisäpalvelut ja tapahtuman mahdollinen tuotto voivat hyödyttää paikallisasukkaita. Kun Midnight Sun Film Festivalin kävijää pyytää kuvittelemaan täysin epäonnistunutta festivaalia, hän kirjoittaa: ”sodankylä on kiillotettu, alkoholistit ja köyhät on viety pois ja kapakat on suljettu paikallisilta.” Ajatus siitä, että syrjäytyneet ihmiset piilotettaisiin vierailta, puistattaa elokuvajuhlavierasta. Se taas, että palveluja suljettaisiin paikallisilta ja vieraita suosittaisiin, sotii tapahtumien yhteisöllistä tasa-arvoa vastaan. Kuhmossa paikalliset ostavat mielellään tapahtumabrändätyn t-paidan, vaikka eivät kävisikään konserteissa, ja he käyvät syömässä tapahtuman ajaksi pystytetyssä väliaikaisessa Rantaravintolassa.

No viime vuosina mä oon tykänny siitä, että Rantaravintolasta... Ne on ollu kyllä huippujuttu tämä hyvä ruoka, laadukas ruoka siinä Lammasjärven rannalla. Jos sattuu hyvä sää, niin se on kyllä... Paitsi että mä ostan tämän paidan, mä käyn aina sitten myös ainakin yhen kerran siellä Rantaravintolassa syömässä. Se on ollu uutta tämä eli hyvä ruoka ja hyvä viini. (nainen, 44 v, Kuhmon Kamarimusiikki)

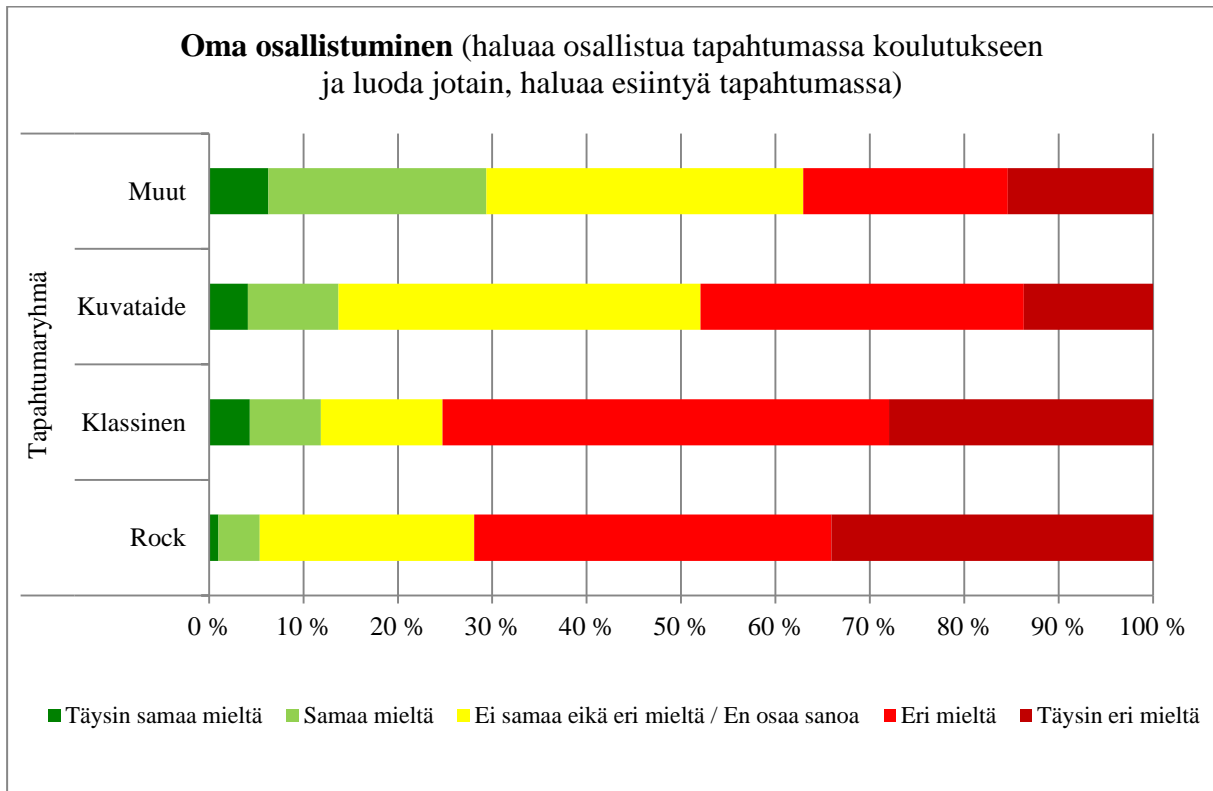
Tapahtuman järjestäminen tuo paikkakunnalle osaamista ja tuloja. Rockfestivaaleja tuottavat yhdistykset järjestävät paikkakunnalla festivaalin tuottojen turvin musiikkialan koulutusta ja erilaisia tapahtumia. Kuhmoon on syntynyt Kamarimusiikin Osaamiskeskus ja musiikkipainotteinen lukio (Kainulainen, 2005, s. 392–395 & 403–404). Kuopiossa aloitettiin tanssinopettajien koulutus 1980-luvun lopulla (Miettinen, 1994, s. 8), ja siellä on keskikokoiselle kaupungille harvinainen tanssiteatteri. Iihin suunnitellaan taidepainotteista perusopetusta (Kallionpää, 2012). Kaikilla tapahtumilla on vähintäänkin yksi palkattu työntekijä ja lukuisa joukko paikallisia talkoolaisia, jotka saavat tapahtumajärjestelyihin osallistumisesta kokemusta. Tanskassa Roskilden pikkukaupungissa festivaali on synnyttänyt osaamisklusterin ja innovaatio toimintaa. Ruotsissa Hultsfredin rockfestivaalin myötä paikkakunnalle on syntynyt Rock City -innovaatiokeskus. (Sundbo & Hagedorn-Rasmussen, 2008, s. 106–107; Hjalager, 2009.)

4.8.5 Ohjemapolitiikka

Kulttuuritapahtuman tärkeimpiä päätöksiä ovat ohjemapoliittiset linjaukset. Kuvataidenäyttelyissä kävijät peräänkuuluttavat näyttelyiden tasalaatuisuutta ja sisällön yleisöystävällisyyttä. Musiikkitapahtumissa arvostusta saa monipuolisuus: halutaan nähdä kotimaisia ja ulkomaisia esiintyjä, valmiita ja nousevia tähtiä. Esiintyjien tuoreus tuottaa yllätyksiä – tilanteita, joissa kävijä voi oppia uutta. Frey (2000, s. 7) toteaaakin, että festivaaleilla on monesti paremmat mahdollisuudet tuottaa kokeilevampaa ja innovatiivisempaa ohjelmistoa kuin vakiintuneilla kulttuuri-instituutioilla. Midnight Sun Film Festivalin katsotaan olevan pilalla, jos ”elokuvat [olisivat] amerikkalaista ym *main stream*-tuotantoa”. Ohjelmasisällöstä voi kuitenkin olla yhtä monta mielipidettä kuin on kävijääkin. Esimerkiksi Kuhmossa toinen kävijä toivoo, ettei ”ohjelmassa ole liikaa Gubaiduliinaa eikä muitakaan Sostakovitsia nuorempia säveltäjiä”, kun toiselle saman tapahtuman pilaisi se, että ”olla liian tiukasti kamarimusiikin määritelmän sisällä”. Yleisön miellyttämisyrittäminen saattaisi johtaa vesitettyihin kompromisseihin, jolloin monen festivaalikävijän motivaatiotekijä ja kulutusvalinnan episteeminen arvo (Sheth, Newman & Gross, 1991, s. 162) ”haluan oppia ja nähdä uutta” ei täytyisikään. Toinen vaara ohjemapolitiikkalinjauksissa tulee yritysrahoituksen puolelta. Kainulainen toteaa (2004, s. 149) vakiintuneiden festivaalien osaavan jo painottaa yritysyhteistyössä sitä, että ”ohjelma tehdään taiteen ehdoilla” ja että tämä linjaus on festivaalin imagollinen vahvuustekijä. Suurempi vaara voikin olla erään tapahtumajärjestäjän kuvaamana se, että ohjelmaa muutetaan sisäsyntyisesti kuvitellen, että yritysyhteistyö sitä vaatisi.

Yksi osa ohjemapolitiikkaa on linjaus ohjelmiston interaktiivisuudesta: miten vahvasti yleisö osallistuu? Osallistumismuotoina voi olla koulutukseen osallistuminen tai jonkin asian luominen ammattiohjaajan ohjauksessa. Joissakin tapahtumissa paikalliset bändit tai muusikot saavat mahdollisuuden esiintymiseen. Kuvaan 39 on koottu vastaajien mielipiteet omasta osallistumisestaan. Valtaosa yleisöstä ei ole kiinnostunut omasta osallistumisesta – ainakaan vielä. Interaktiivisuutta on kuitenkin tulevaisuuden tapahtumia kuvaavissa eläytymistarinoissa. Vuoden 2015 Retretissä ”oli myös se suuri kangas, jonka joku kotimainen taiteilija, olisiko ollut Nanna Susi, oli aloittanut ja halukkaat kävijät saaneet lisätä oman osuutensa ja minäkin sotkin siihen vähän lisää niillä välineillä, mitä siinä oli tarjolla”. Saman vuoden Ilosaarirockista ajatellaan, että ”koko yleisö tekee jotain asiaa samaan aikaan,

lähetetään hyviä ajatuksia ilmapallojen (biologisesti hajoavien) mukana maailmalle, lauletaan yhdessä jokin Juicen laulu tms”.



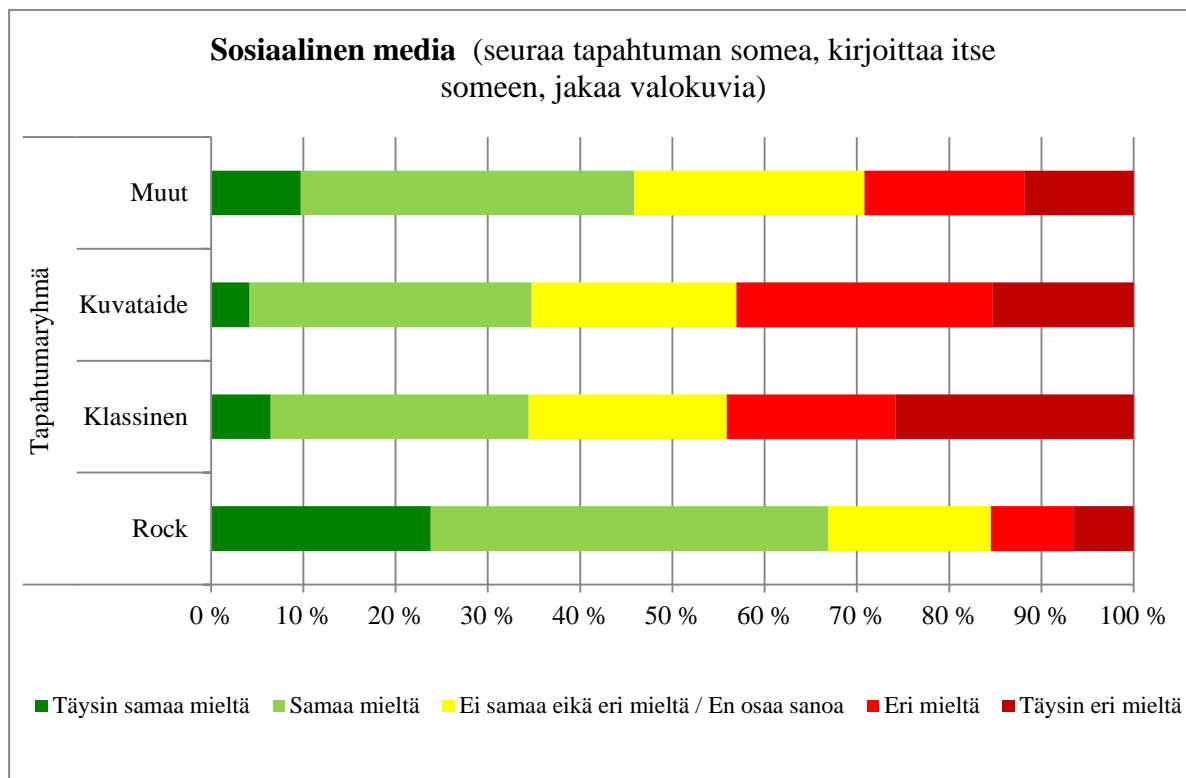
Kuva 39 Suhtautuminen oman osallistumisen asteeseen (n = 811)

Joissakin tapahtumissa yleisön osallistumista on aktivoitu maallikkokriitikkojen haulla. Vuonna 2012 Kuhmon Kamarimusiikki, LuostoClassic sekä Kuopio Tanssii ja Soi hakivat paikallislehtiin amatöörikriitikoita. Kuhmossa heitä kutsuttiin kamarikriitikoiksi (Kainuun Sanomat, 2012a), LuostoClassicissa rakkakriitikoiksi (Lapin Kansa, 2012a) ja Kuopiossa VIP-katsojiksi (Tanssin Tiedotuskeskus, 2012).

4.8.6 Viestintäpolitiikka

Tapahtuman viestintäpolitiikkaan vaikuttavat eniten normaalit, kohderyhmäkohtaiset kanavapäätökset. Keskityn tässä vain niihin osiin, jotka ovat kiinnostavia tapahtuman kokonaiselämyksen näkökulmasta.

Sosiaalisen median (some) merkitys osana elämystä on kasvanut. Tapahtumajärjestäjän sosiaalisen median käyttö virittää kävijän tunnelmaan jo ennen varsinaista tapahtumaa, välittää yhteistunnelmia tapahtuman aikana ja tukee muistelua tapahtuman jälkeen. Tutkituista tapahtumista vain Art Ii Biennaalilta puuttui oma Facebook-sivu. Sosiaalisen median käyttöä, tapahtuman some-sivujen seuraamista, omaa aktiivisuutta sosiaalisessa mediassa tai valokuvien jakamista netissä suosivat aktiivisimmin rockfestivaalikävijät (kuva 40). Käyttö ei kuitenkaan ole kulttuurigenriinriippuvainen, vaan ikä- ja sukupuolikysymys. Naiset ja 18–34 -vuotiaat ovat aktiivisimpia sosiaalisen median käyttäjiä (Nielsen, 2011, s. 3). Toki on huomioitava, että 45–54 -vuotiaiden suomalaisten Facebook-käyttäjien määrä kasvaa tällä hetkellä eniten (Socialbakers, 2012). Vaikka klassisen musiikin ja kuvataiteen tapahtumakävijöissä onkin sosiaalisen median käyttäjiä vain noin kolmannes, tapahtumajärjestäjä ei voi jättää somea huomiotta, jos haluaa tavoittaa nuoremman kävijäryhmän. Sosiaalisen median *word-of-mouth* -suositteleva on lyönyt itsensä läpi. Tapahtuman tykkääjän kaverit näkevät suosituksen ja sen uskotaan vaikuttavan paremmin kuin perinteisen markkinointiviestinnän. Nielsenin tutkimusten mukaan (2011, s. 10) 53 % aktiivisista yhdysvaltalaisista sosiaalisen median käyttäjistä seuraa jotain tiettyä brändiä ja sen *postauksia*. Yhdysvaltalaiset viettävätkin Facebookissa enemmän aikaa kuin millään muilla verkkosivuilla (Nielsen, 2011, s. 6).



Kuva 40 Suhtautuminen sosiaaliseen mediaan (n = 813)

Elämyksen näkökulmasta on kiinnostavaa se, että yli 60 % kaikista kävijöistä haluaa tietää, mihin tapahtuman ja siellä tarjottavien palvelujen (mahdollinen) tuotto menee. Tämän osalta mielipiteet eivät juuri vaihtelee genreittäin. Viestintään tämä liittyy siten, että tapahtumajärjestäjän tulisi kertoa kävijöille, mihin eri palvelujen tuotot menevät. Kahvilassa, kaljatehtävässä, parkkipaikalla tai t-paita -myymälässä tulisi olla tiedote, jossa asia kerrotaan. Jos kävijä tietää, että hänen maksamansa leirintämaksu menee paikalliselle urheiluseuralle, hän hyväksyy sen ja saattaa saada siitä jopa hyvän mielen.

4.8.7 Yleisön määrä

Yleisön määrään liittyvät linjaukset vaikuttavat hyvin paljon tapahtuman tunnelmaan. Kuten kuva 20 osoitti, osallistujat haluavat rockfestivaaleille paljon väkeä. Vuonna 1971 Ruisrock-järjestäjät odottivat Turun Ruissaloon 60 000 osallistujaa, mutta paikalle tuli yli 100 000 (Into, Komulainen & Laiho, 1995, s. 23). Silloin tilaisuus karkasi järjestäjien käsistä (Into ym., 1995, s. 23): ”... se ei ollutkaan enää tiedostavaa, rockin, rauhan ja rakkauden kyllästävä nuorisoa, vaan siellä oli jo sitten kaiken maailman sekopäitä myös mukana. Oli

kadoksissa rahat, kaveri, pillerit tai sitten pää...” 58-vuotias mies näki vuoden 1971 Ruisrockin jonoina: ”Siinä toisessa [Ruisrockissa] oli sitten kauhee jonottaminen joka paikkaan: ruoan saamisessa ja vessoihin ja niin edelleen.” Moni suuren yleisötapahtuman osallistuja on tuohtunut jonojen muodostuksesta. Kun pyydän vastaajaa kuvittelemaan poikkeuksellisen onnistuneen Midnight Sun Film Festivalin vuonna 2015, hän kirjoittaa: ”Suurin parannus aiempiin vuosiin nähden oli tapahtunut siinä, että tällä kertaa näytöksiin ei tarvinnut lähteä jonottamaan tuntia ennen saadakseen hyvät paikat.” Tungoksen ja jonojen muodostuminen aiheuttaa turhautumista, ahdistusta ja pelkoakin, kun itsellä ei enää ole kontrollia (Hui & Bateson, 1991, s. 174; Lee & Graefe, 2003, s. 3) siihen, mitä tapahtuu. Sillä on suuri merkitys, missä ympäristössä väenpaljoutta on (Hui & Bateson, 1991, s. 182). Rockfestivaalilla sitä odotetaankin, mutta suuri ryntäys taidenäyttelyyn ei enää ole valtaosan mielestä mukavaa.

Olennaista on, että tapahtuman palvelut tai toiminnot eivät tuhlaa sitä aikaa, jonka kävijä voisi käyttää hauskanpitoon (Morgan, 2006, s. 310). Lee ja Graefe (2003, s. 3) toteavat, että yleisöllä on tavoitteita – tässä tapauksessa hauskanpito tai ohjelmasta nauttiminen, joista se voisi menettää kontrollin tungoksen tai jonotuksen seurauksena. He tosin päätyvät (2003, s. 8) siihen, että tavoitteiden toteutuminen ja tungoksen kokeminen eivät juurikaan vaikuttaneet toisiinsa. Eläytymistarinoissa tungos taas on vaikuttanut tavoitteiden toteutumiseen: pitkän jonotuksen pelätään johtavan siihen, että oma suosikkiesiintyjä jää näkemättä. Sana ”jono” mainitaan 51 eläytymistarinassa yhteensä 27 kertaa. Kun kirjoittaja kuvaa poikkeuksellisen onnistunutta festivaalia, siellä ei ole jonoja. Kun kuvataan täysin epäonnistunutta tapahtumaa, joka paikkaan pitää jonottaa. Kulttuuritapahtumiin, joissa käy paljon yleisöä, kuuluu chillailudiskurssi. Tapahtumassa hengailaan ystävien, tuttujen ja tuntemattomien seurassa, nautitaan tunnelmasta vain oleilemalla. Jonottamisessa aika menee hukkaan, ihmiset turhautuvat ja hilpeä chillailutunnelma rikkoutuu.

4.8.8 Laatuvaatimukset

Tapahtumajärjestäjä päättää ohjelmiston, esitystekniikan, palvelujen ja tuotteiden laadusta. Perinteisesti hyvän laadun on katsottu johtavan asiakastyytyväisyyteen, suosittamiseen ja vakioasiakkuuteen. Kun tapahtumakävijöiltä kysyttiin, miten tyytyväisiä he olivat

tapahtumaan, keskiarvo oli 6,05 (n = 756). Asteikkona oli 7-portainen semanttinen differentiaali, missä ”7 = erittäin tyytyväinen” ja ”1 = erittäin tyytymätön”. Todennäköisyys tulevien vuosien osallistumiselle oli keskimäärin 6,27 ja tapahtuman suosittamiselle 6,35 (”7 = erittäin todennäköistä”, ”1 = erittäin epätodennäköistä”). Vastajat olivat siis äärimmäisen tyytyväisiä tapahtumaan. Tapahtumapuheessa nousee esiin laatudiskurssi, mihin liittyvät vahvimmin ohjelmisto ja tarjottavat palvelut. Kulttuurifestivaalin ainutlaatuisen henkeen vaikuttaa järjestäjien tinkimättömyys erityisesti ohjelman laadun suhteen. Kaupallisuuden ilmentymänä monet näkevät ulkopuolisen (yksityisen) tapahtumajärjestäjän, jonka pelätään ottavan vallan, tinkivän laadusta ja pilaavan tapahtuman.

... niin kauan ku se toimii kuitenkin yhdistyspohjalta ja siellä ei oo tarvetta puristaa viimesiä euroja siitä asiakaskunnasta niin niin kauan se pysyykin sellasena... et siitä vähän niinkun tulee oikeesti semmonen fiilis, et sitä tehdään itelle. Et järjestäjät tekee itsensä näköstä ja sellasta festaria, mistä he ite tykkää. Jos se muuttus sellaseks, et siihen tulis jotenkin semmonen persoonaton, jostain ulkopuolelta tuleva järjestäjä, joka ei tunne paikkakuntaa eikä sinänsä välitä kehittää sitä... Se on kuitenkin myös vahvasti joensuulainen tapahtuma, että jos siihen tulis joku tyystin ulkopuolelta, joku kaupallinen toimija, joka sen järjestäis, niin mä luulen, että se pilais siitä just sen semmosen kylätapahtumameiningin. (nainen, 41 v, Ilosaarirock)

Ohjelmiston laatua kehuaan, mutta myös äänentoiston ja *screenien* kuvanlaatu mainitaan, kun mietitään, millainen olisi tulevaisuudessa todella positiivinen kokemus. Seuraava, loistavaa vuoden 2015 Ruisrockia kuvaava kommentti summaa hyvin sen, mikä toistuu rockfestivaalien kehittämis ehdotuksissa: ”Ruokatarjontaa on supistettu, mutta laatuun on satsattu. Annoksille on ilmeisesti asetettu jonkin asteiset vaateet järjestäjän taholta: paikallisia herkkuja, paikallisilta tuottajilta. Ei enää kahdeksaa euroa makkaraperunoista, vaan hinta/laatusuhde on saatu kuntoon.” Muita rockfestivaalien palvelujen laatuun liittyviä, eniten toistuvia kehittämisvaatimuksia ovat wc:iden siisteys ja roskien kerääminen alueelta myös tapahtuman aikana.

4.9 Tunnelma

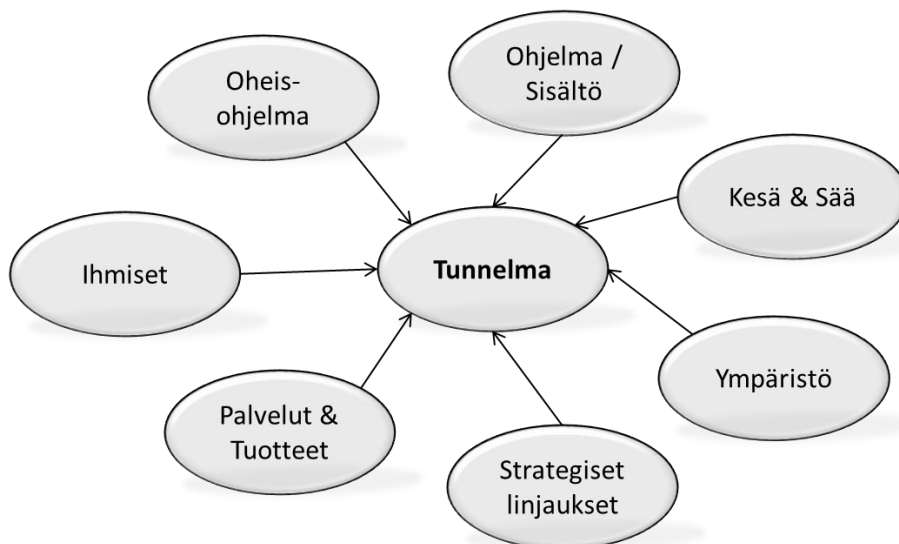
Kyl se [tunnelma] tulee siitä juuri, että ne ihmiset, jotka on osallisia siihen tapahtumaan, joko järjestäjinä tai osallistujina, esittäjinä tai yleisönä, niin on aika voimakkaasti omistautunu sille asialle. Ja sitten, kun tällöinen asialle omistautuneiden ihmisten porukka valtaa kaupungin määrääjäksi, niin siitä syntyy sellanen tietty yhteenkuuluvuus ja ja tietty oma tunnelmansa. Et kun siellä kulkee ja näkee ihmisiä niin tietää, et *joo, ton mä oon nähny siellä ja siellä esityksessä ja toi nous siellä ja siellä tunneilla* ja ... Kaikilla on yhteinen agenda siinä mielessä. Se varmaan katoais juuri sillä tavalla, et jos se ois isommalla paikkakunnalla, niin sit esitysten tai kurssien jälkeen ihmiset hajaantuu ja katoaa jonnekin ja sit se aika – se vähäinen aika, joka on sitten näiden esitysten ja tapahtumien ulkopuolella, niin se sitten niinkun muuttuis tavalliseksi ajaksi. Siinä ei ois enää mitään erityistä. (Mies, 50 v, Kuopio Tanssii ja Soi)

Tombs ja McColl-Kennedy (2003) toteavat ihmisten vaikuttavan olennaisesti tunnelmaan. Vähittäismyynnin osalta suuri ihmismäärä vaikuttaa tunnelmaan negatiivisesti, mutta tapahtumissa yleisöä monesti odotetaan olevan paljon. Heide ja Grønhaug (2006, s. 273–274) näkevät tunnelman syntyvän ihmisten ja heidän ympäristönsä välisestä vuorovaikutuksesta. Härkönen (2012, s. 37) kuvaa festivaali-ilmapiiriä sosiaalisen ja julkisen tilan synnyttämäksi. Pegg ja Patterson (2010, s. 95) toteavat omassa yleisötutkimuksessaan, että tunnelmaa pidetään festivaalin kaikkein tärkeimpänä piirteenä. Heidän mukaansa tunnelmaan liittyy vahvasti mahdollisuus tavata uusia ja ystävällisiä ihmisiä.

Uhrich ja Benkenstein (2010, s. 225–226) ovat rakentaneet mallin, jossa jalkapallostadionin tunnelma syntyy tapahtumatilasta sekä järjestäjän, katsojan ja pelin luomista virikkeistä. Tutkimuksessaan he päätyvät tulokseen, että sosiaaliseen vuorovaikutukseen liittyvät tekijät ovat kaikkein oleellisimpia halutun ilmapiirin luomisessa. Elämys syntyy vain osittain fyysisistä virikkeistä – kaikkein tärkein elementti on ryhmäkohtaisen kuluttamisen tilanne (*group consumption situation*). Yleisö siis sekä tuottaa että kokee tunnelman. Uhrichin ja Benkensteinin tutkimuksessa mielenkiintoa herättävät virikkeet, joita he kutsuvat järjestäjän tuottamiksi. Jalkapallo-ottelussa näitä ovat välispiikkaukset ja kotijoukkueen tunnussävelmän soittaminen. Kulttuuritapahtumissa tämän tyyppistä tunnelman nostattamista on löydettävissä rockfestivaalien juontajien toimista. LuostoClassicissäkin vastaavaa oli havaittavissa esimerkiksi Tuubien taisto -kisassa, missä ”oli jotenki hauskat ne juontajat siinä kisassa ja ne otti yleisön mukaan”. Tunnelman luontia on Kuhmon aamutilaisuus, missä asiantuntijapuhuja käy läpi päivän ohjelman ja kertoo taustoja. Kun ohjaaja esittelee elokuvansa ennen sen esitystä, on sillä varmasti vaikutusta tunnelmaan Midnight Sun Film Festivalilla.

Kulttuuritapahtuman tunnelma syntyy monista tekijöistä. Tarkastellun aineiston perusteella tunnelma koostuu osasta tai kaikista aiemmissa alaluvuissa mainituista asioista (kuva 41). Tunnelma voi syntyä pelkästään ohjelmasta, mutta se voi syntyä myös yleisön, tapahtumatilan ja oheisohjelman yhteisvaikutuksesta. ”Iloaarirockin tunnelma koostuu artistien ja tapahtumaan osallistuvien ihmisten yhteisvaikutuksesta. Musiikki tuo ihmisiä yhteen ja luo yhteenkuuluvuutta”, kirjoittaa 17-vuotias mies. ”Esityksessä tuli hiljainen kohta – samalla tuuli yltyi. Luonto ja musiikki tuli yhteen. Vieläkin menee kylmät väreet, kun sitä ajattelee”, kertoo 65-vuotias mies LuostoClassicista. Provinssirockin 22-vuotias miesosallistuja toteaa: ”Se mahtava tunnelma syntyy omasta mielestäni suurelta osin kauniista luonnonläheisestä ympäristöstä.” Toiselle tunnelman luovat talkoolaiset, jotka ottavat festivaalivieraat ystävällisesti vastaan. Taidekeskus Honkahovin tunnelma syntyy 69-vuotiaan naisvieraan mukaan siitä, että ”se sisältää vanhaa kulttuuria ja kulttuurin arvostusta ja luonnon kauneutta... siellon semmosta rauhaa ja kauneutta”. Ensimmäisessä Ruisrockissa käynyt mies muistelee:

...varmaan vois kysyä, että mikä teki jonkun Woodstockin tunnelman, mutta tietenkin siis musiikin takia mä sinne [Ruisrockiin] menin. Näki sen esittäjälistan ja mä olin kiinnostunut ja sit tavallaan – totta kai se huikee väkimäärä samanikästä porukkaa ja kohtuullisen vapaata meininkiä



Kuva 41 Tunnelma

Kun kävijät puhuvat tunnelmasta, he käyttävät tunnelman lisäksi sanoja fiilis, meininki, henki ja ilmapiiri. Tunnelmaa kuvataan elämyksen kaltaisesti adjektiiveilla. Kuvan 42 sanapilvi on

muodostettu siten, että fontti on sitä suurempi, mitä useammin kyseinen sana on mainittu elämuskuvauksissa tunnelman yhteydessä. Tunnelma ei kuitenkaan ole sama asia kuin elämys. Elämys syntyy tunnelman henkilökohtaisena kokemisena, kun taas tapahtuman tunnelman moni voi aistia samanlaisena.

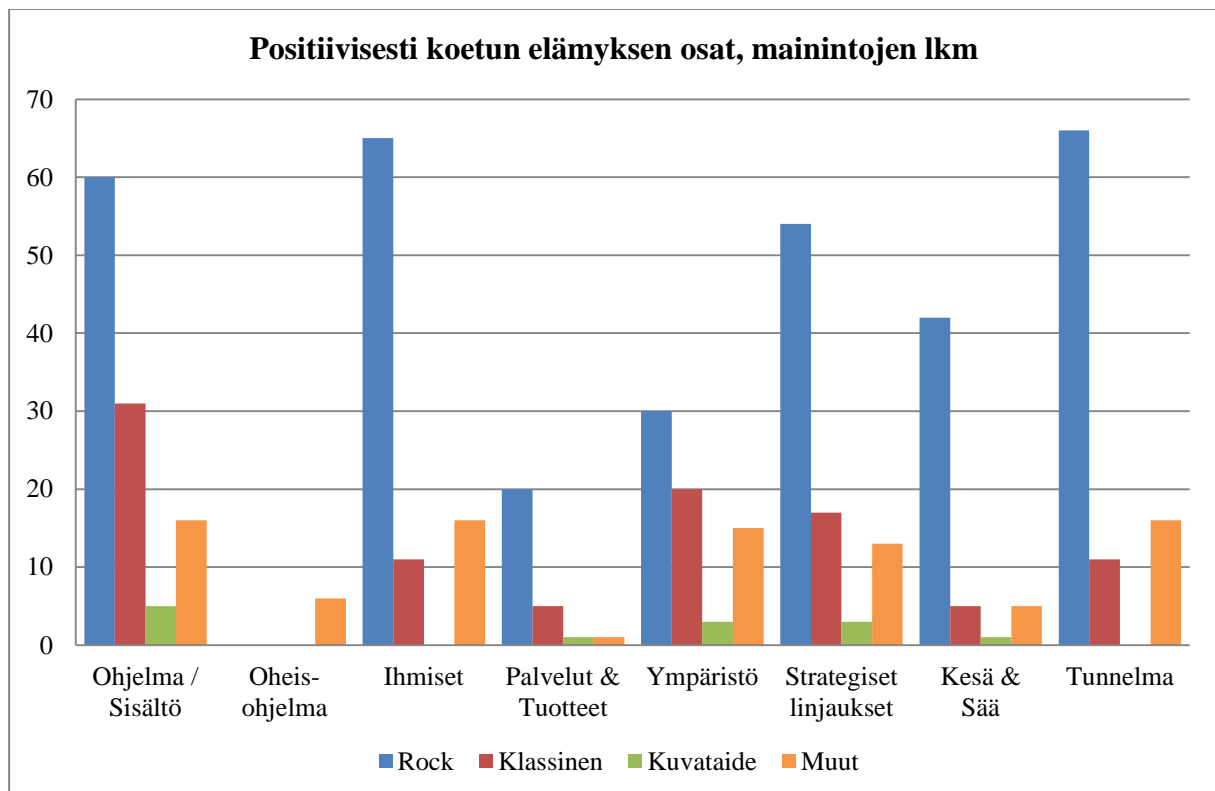


Kuva 42 Elämuskuvauksissa käytettyjä tunnelmaa kuvaavia sanoja (grafiikka: Wordle™)

4.10 Koettu kokonaiselämys

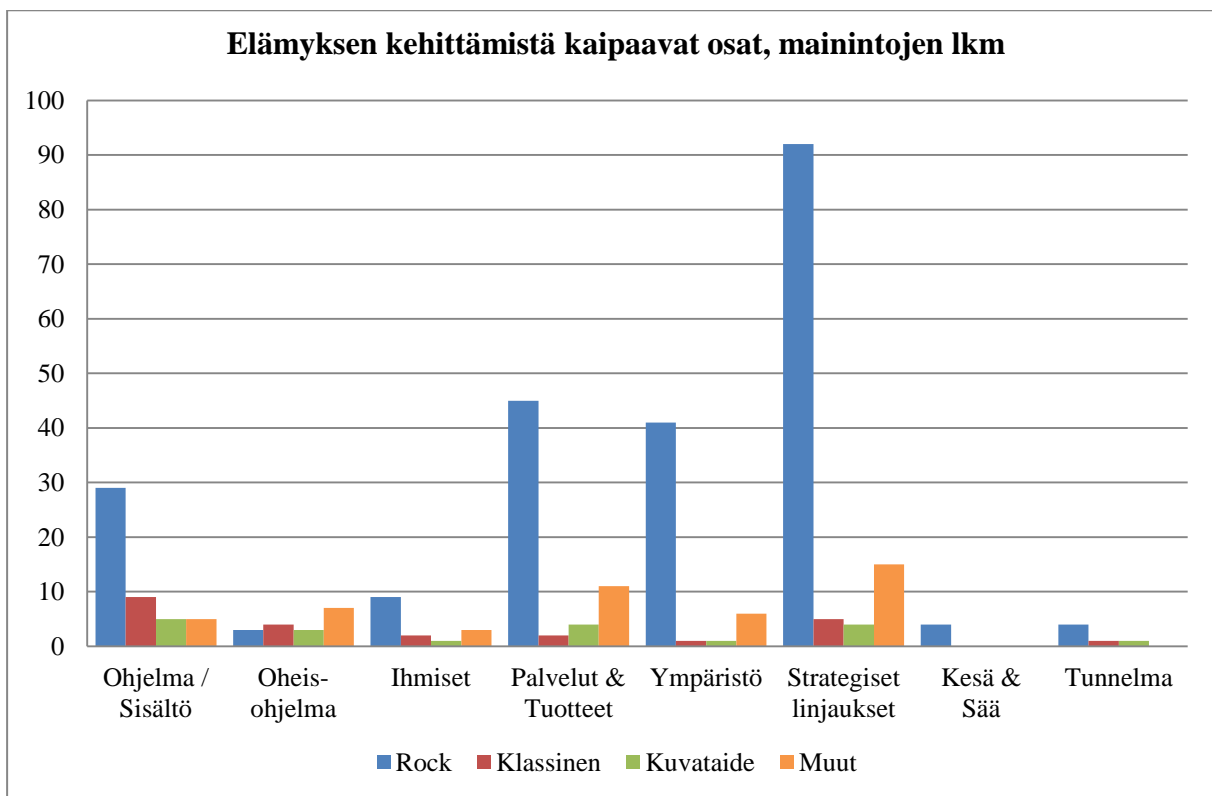
Sodankylän elokuvajuhlat ovat kokonaisvaltainen elämys joka koostuu loistavista elokuvista, ainutlaatuisesta tunnelmasta, hyvästä seurasta ja kattavasta oheisohjelmasta. (nainen, 27 v, Midnight Sun Film Festival)

Kokonaiselämykseen vaikuttavien tekijöiden (ydin- ja oheisohjelma, palvelut ja tuotteet, ympäristö, ihmiset, kesä ja sää, strategiset linjaukset sekä tunnelma) painoarvot vaihtelevat kokijasta riippuen. ”Kokonaisvaltainen kesäelämys, jossa musiikki, ystävät, Suomen kesä, juhliminen ja chillaaminen yhdistyvät täydellisellä tavalla”, ”Kokonaiselämys oli suuri: ihana päästä tanssimaan, tapaamaan ihmisiä, nauttimaan Kuopiosta ja osallistumaan myös oheisohjelmaan, joka oli suhteellisen kultturellia” tai ”Retretistä saatu kokonaiselämys on elämänlaatua parantava, mieltä kohentava, virikkeitä omaan elämään antava” kuvaavat erilaisia näkökulmia, mitä osallistujilla on elämyksen kokemukseen. Ensimmäisessä korostuvat ohjelma, ystävät, kesä ja chillaamiskurssi. Toisessa tärkeää on oma osallistuminen, ihmiset, paikkakunta ja oheisohjelma. Kolmannessa nousevat esiin identiteettidiskurssiin liittyvät henkilökohtaiset asiat.



Kuva 43 Positiivisesti koetun elämyksen tekijät (n = 455)

Kun luokittelin vastaajien elämiskuvaukset (kuva 43), eniten mainintoja saivat ohjelma, ihmiset, ympäristö, strategiset linjaukset ja tunnelma. Rocktapahtumissa tärkeimpiä tekijöitä ovat tunnelma ja ihmiset, vasta sen jälkeen ohjelma. Klassisen musiikin tapahtumissa korostuvat ohjelma ja ympäristö. Ympäristön vaikutus on suuri sen takia, että tarkasteltavat klassisen musiikin tapahtumat järjestetään luonnonkauniilla alueilla, mitä osallistujat pitävät erityisen tärkeänä. Myös kuvataiteessa ohjelma ja ympäristö ovat tärkeitä – tässä tapauksessa ympäristön tärkeys liittyy pääosin rakennusten arkkitehtuuriin tai miljööseen. Kuvataiteissa strategiset linjaukset sai joitakin mainintoja. Muissa tapahtumissa (Kuopio Tanssii ja Soi sekä Midnight Sun Film Festival) nousivat esiin ohjelma, ihmiset, ympäristö ja tunnelma tasavahvoina.



Kuva 44 Elämyksen kehittämistä kaipaavat tekijät (n = 455)

Elämiskuvauksissa mainituissa, kehittämistä kaipaavissa tekijöissä (kuva 44) korostuvat strategisissa linjauksissa rockfestivaalikävijöiden vaatimukset festivaalialueen paremmasta siisteydestä. Seuraavaksi eniten kaivataan parempia ruokapalveluja sekä lisää roskakoreja ja wc:itä alueelle. Klassisen musiikin puolella on eniten toivomuksia ohjelman suhteen.

Kuvataiteissa näyttelyjen sisältöä halutaan kehitettävän. Muissa tapahtumissa kehittämistoiveet keskittyvät lähinnä ruokapalveluihin sekä strategiaan linjauksiin.

Eläytymistarinoiden ja haastatteluissa kerrottujen merkityksellisten sattumusten pohjalta kokosin yhteen elämykseen positiivisesti (n = 98) ja negatiivisesti (n = 42) vaikuttaneet tekijät. Positiivisesti vaikuttaneet tekijät ovat kuvassa 45 vihreällä ja negatiivisesti vaikuttaneet punaisella. Tekstin koko kuvaa mainintojen määrää: mitä suurempi teksti, sitä useammin kyseinen tekijä oli mainittu. Kuvaa tarkastellessa on otettava huomioon, että



Kuva 45 Positiivisesti (vihreä) ja negatiivisesti (punainen) vaikuttaneet tekijät (grafiikka: Wordle™)

eläytymistarinat ovat kuviteltuja tapahtumia, jossa negatiivinen tai positiivinen lopputulos oli ennalta annettu. Merkitykselliset sattumukset taas ovat asioita, jotka ovat todella tapahtuneet. Näiden kahden – toden ja kuvitelman – yhdistämisellä on haettu sitä, mitkä tekijät koetaan tärkeimmiksi tapahtuman onnistumisessa ja epäonnistumisessa. Positiivisten tekijöiden osalta painotukset ovat kutakuinkin samat kuin kävijöiden elämuskuvauksissa (kuva 43). Olennaisin ero on klassisen musiikin tapahtumien osalta, missä elämuskuvauksissa tärkeimpänä asiana pidettiin ohjelmaa, mutta positiivisten sattumusten ja eläytymistarinoiden pääosaan nousivatkin oheisohjelma ja ihmiset.

Negatiivisten tekijöiden osalta painotukset sen sijaan eroavat tapahtuman kehittämistä vaativiin tekijöihin verrattuna (kuva 44). Kun tarkastellaan negatiivisia sattumuksia ja eläytymistarinoita, olennaisimmiksi nousevat kaikissa muissa paitsi klassisen musiikin tapahtumissa strategiset linjaukset. Nämä liittyivät pääosin ohjelmapolitiikkaan, hinnoitteluun, jonotukseen ja siisteyteen. Klassisen musiikin tapahtumissa eniten negatiivisia tunteita herättäväksi tekijäksi nousevat palvelut ja tuotteet, vaikkakin klassisen musiikin osalta negatiivisia kuvauksia oli kaiken kaikkiaan hyvin vähän.

Lopuksi vertaan omaa malliani alussa esittelemiini muihin kokonaiselämysmalleihin. Sundbon ja Hagedorn-Rasmussenin malli (kuva 2) perustui palvelutuotemalliin sisältäen ydintoiminnon, ydinelämyksen ja lisäelämyksen. En pidä mallia sopivana kotimaiselle kulttuuritapahtumalle, sillä perusajatus ydintoiminnon ohittamattomasta merkityksestä ei toimi. Erityisesti rockfestivaalivastaajista monet toteavat, että heidän osallistumisensa pääsyy ei ole ohjelma, vaan tapahtumassa tavattavat ystävät. Getzin mallin (kuva 3) ydin oli liminaalitila, jota oman materiaalini yhteisöllisyysdiskurssi tukee. Tunnelman ja uuden oppimisen merkitys mielialan kohottajana tukee niin ikään Getzin mallia. Hänen mallinsa pääidea on kuitenkin se, miten kävijä oppii uutta, kehittää itseään ja saa tunne-elämyksiä. Tätä kuvaa aineistoni identiteettidiskurssi. Getz kuvaa nimenomaan elämyksen aiheuttamaa muutosta ihmisen sisimmässä – ei suinkaan sitä, mitä tämä edellyttää tapahtumakokonaisuudelta. Walls ym. malli (kuva 4) sisältää elämykseen vaikuttavina elementteinä fyysiset tekijät ja sosiaalisen vuorovaikutuksen. Laajasti tulkiten fyysiset tekijät voisivat sisältää palvelut ja tuotteet, ympäristön, kesän ja sään, ydinohjelman ja oheisohjelman. Sosiaalisen vuorovaikutuksen takana ovat eri ihmiset kuten omassakin mallissani. Sen sijaan tunnelman ja strategisten linjausten vaikutusta Wallsin ym. mallista ei

löydy. Heidän työnsä onkin merkittävä ehkä nimenomaan siitä näkökulmasta, että siinä on koottu yhteen laaja elämyksiin liittyvä tutkimustyö.

Mossbergin mallin (kuva 5) osat olivat elämymaisema, henkilökunta, muut asiakkaat, tema tai tarina sekä tuotteet tai matkamuistot. Omassa aineistossani tarinan tai teeman merkitys oli hyvin vähäisessä roolissa. Sen sijaan palvelut, jotka ovat kulttuuritapahtuman kävijälle varsin tärkeitä, nousivat Mossbergin mallissa esiin lähinnä henkilökunnan kautta. Kotimaisilla kulttuurifestivaaleilla erityisesti ruokapalvelujen laatua moititaan, mutta henkilökunnalla ei ole sinällään tämän asian kanssa tekemistä. Kyse on pikemminkin valikoimaan liittyvistä rajoitteista – yleisö haluaa monipuolisempaa ja tuoreempaa ruokaa. Koska Mossbergin malli on yleinen matkailuelämymalli, ei siinä oteta kantaa säähän, mikä taas suomalaisten kesätapahtumien osalta on ilman muuta osa kokonaiselämystä. Strategisiin linjauksiin Mossberg ei suoraan ota kantaa, mutta vuoden 2003 (s. 188) mallissa hänellä oli mukana imago, joka sivuaa asiaa. Tunnelmasta puhuessaan Mossberg (2003, s. 134–137) pitäytyy vähittäismyyntitutkimuksen tapaan paikan fyysisiin ja aisteihin vaikuttavissa tekijöissä. Hän ei siis näe tunnelmaa kaikkien muiden elämystekijöiden yhteisvaikutuksena, mihin itse päädyn omassa tutkimuksessani.

Jo malleja esitellessäni totesin, että Morganin malli (kuva 6) on kaikkein kokonaisvaltaisimmin. Se huomioi strategiset linjaukset hyvin: Morgan mainitsee ohjelman ja oheisohjelman eli ohjelmapolitiikan merkitykset tapahtuman persoonallisuuden luonnissa sekä saavutettavuuden ja laadun osana tapahtuman fyysistä organisointia. Hän huomioi palvelut sekä osallistujan sosiaalisen kanssakäymisen eri tahojen (esiintyjät ja isännät, paikalliset, perhe, uudet ja vanhat tuttavuudet) kanssa. Hän huomioi symboliset merkitykset kävijän arvojen muodossa ja kävijän saamat henkilökohtaiset hyödyt. (Morgan, 2009, s. 89.) Vaikka Morganin malli onkin kattavampi kuin Mossbergin, puuttuu siitä Mossbergin tapaan tunnelma, joka syntyy eri tekijöiden yhteisvaikutuksena.

5 YHTEENVETO

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli vastata kysymykseen: Mistä tekijöistä kesäisen kulttuuritapahtuman kokonaiselämys syntyy? Kysymystä lähestyttiin aineistolla, johon kuului 11 eri kulttuuritapahtumasta kerätyt 818 vastausta nettikyselyyn, 26 haastattelua sekä 51 eläytymistarinaa. Kokonaiselämykseen vaikuttaviksi tekijöiksi nousivat ydin- ja oheisohjelma, ihmiset, ympäristö, palvelut ja tuotteet, kesä ja sää, strategiset linjaukset sekä tunnelma, joista muodostuvan kokonaisuuden kukin kävijä kokee elämyksenä. Positiivisissa kokemuksissa eri tekijöiden painotukset vaihtelevat genreittäin. Rocktapahtumissa tärkeimpiä ovat tunnelma ja ihmiset, minkä jälkeen tulee ohjelma. Klassisen musiikin tapahtumissa tärkeimpiä ovat ohjelma ja ympäristö, kuvataidetapahtumissa sisältö. Muissa tapahtumissa ohjelma, ihmiset, ympäristö ja tunnelma ovat tasavahvoja. Kun tarkastellaan kävijöiden muistamia todellisia positiivisia sattumuksia ja heidän kuvittelemiaan positiivisia eläytymistarinoita, rockfestivaaleilla ja muissa tapahtumissa ihmiset ja strategiset linjaukset vaikuttavat positiivisimmin. Klassisen musiikin tapahtumissa eniten positiivisia tunteja luovat ihmiset ja oheisohjelma. Kuvataidetapahtumissa sisältö on tärkein. Kehittämistä kaipaavissa tekijöissä klassisen musiikin ja kuvataidetapahtumien ykköseksi nousee ohjelmisto tai sisältö. Rockfestivaaleilla eniten kehittämistä kaivataan strategisiin linjauksiin. Muissa tapahtumissa kehittämistarpeet kohdistuvat strategisiin linjauksiin ja palveluihin. Negatiivisissa sattumuksissa ja negatiivisissa eläytymistarinoissa korostuvat muissa kuin klassisen musiikin tapahtumissa strategiset linjaukset koskien ohjelmapolitiikkaa, hinnoittelua, jonotusta ja siisteyttä. Klassisen musiikin tapahtumien osalta negatiivisia kuvauksia on niin vähän, että niiden pohjalta on vaikea tehdä johtopäätöksiä.

Tutkimuksen tavoitteena oli tuoda tietoa vähän tutkitulle kulttuuritapahtumien alueelle. Tarkoituksenani on ollut etsiä myös konkreettisia asioita, joista tapahtumajärjestäjät voisivat hyötyä tapahtumaa kehittäessään. Tapahtumajärjestäjien tulisi kiinnittää huomioita erityisesti niihin linjanvetoihin, jotka vaikuttavat tapahtuman imagoon: rahoituskanaviin, suhtautumiseen kestäväan kehitykseen, saavutettavuuteen, ohjelmapolitiikkaan, laatuvaatimukseen ja viestintään. Näiden lisäksi linjausten yleisön määrästä ja tapahtumassa suosittavasta käytöksestä tulisi olla tiedostettuja. Näiden päätösten määrätietoisella toteuttamisella tapahtumalle voidaan rakentaa haluttua imagoa. Olen koonnut taulukkoon 12

strategisten linjausten vaikutuksia eri diskursseihin. Tämän lisäksi taulukossa ovat mukana eri kävijäryhmät kuvaamassa sitä, mille kävijäryhmälle mikin linjaus on tärkeä.

Taulukko 12 Strategiset linjaukset vs. diskurssit ja kävijäryhmät

Strateginen linjaus	Diskurssi					Kävijäryhmä		
	Laatu	Kaupallisuus	Yhteisöllisyys	Chillailu	Identiteetti	Hedonistit	Aktiivit	Kaikki-ruokaiset
Rahoituskanavat		x	x		x	x	x	
Saavutettavuus			x			x	x	x
Säännöt			x		x	x	x	x
Kestävä kehitys			x		x	x	x	x
Ohjelmapolitiikka	x	x			x		x	x
Yleisön määrä		x		x		x		
Laatuvaatimukset	x	x					x	x
Viestintä				x	x	x	x	

Kokonaiselämyskäsitteeseen liittyy viisi erilaista diskurssia: laatu- ja kaupallisuuskurssi, yhteisöllisyys- ja chillailudiskurssi sekä identiteettidiskurssi. Laatudiskurssiin kuuluu keskustelu erityisesti ohjelman, mutta myös palvelujen laadusta. Ohjelman halutaan olevan monipuolinen – tuttua, mutta uutta esiin tuovaa. Laatudiskurssin vastakohdaksi nousee kaupallisuuskurssi, missä pelätään kulttuuritapahtuman viihteellistymistä ja muuttumista rahankeruutapahtumaksi, jonka kehittämisessä ei panosteta enää ohjelmiston laatuun ja ainutkertaisuuteen. Kaupallisuuskurssiin liittyy pelko sponsoreiden asiakkailleen tarjoamista VIP-palveluista, jotka rajaisivat muulle yleisölle kohdistettua tarjontaa. Chillailudiskurssi on puhetta hengailusta, yhdessä oleskelusta. Tärkein yhdessäoloryhmä on tapahtumaan osallistuvat ystävykset, mutta myös samanhenkisiä tuntemattomia otetaan mielellään mukaan yhteiseen oleskeluun. Chillailuun liittyy paljon ihmisiä ja tunnelmien välittäminen sosiaalisen median kautta. Chillailudiskurssi liittyy läheisesti yhteisöllisyysdiskurssiin. Strategisten linjausten näkökulmasta kiinnostavimmat diskurssit ovat yhteisöllisyys- ja identiteettidiskurssi, joihin paneudun seuraavassa hieman tarkemmin.

Yhteisöllisyysdiskurssi liittyy ihmisiin – tapahtuman yleisöön, talkoolaisiin ja esiintyjiin. He muodostavat väliaikaisen yhteisön, jolla on oma henki ja omat norminsa. Tärkeimmät yhteisöllisyyden piirteet ovat pyrkimys tasa-arvoon, suvaitsevaisuus ja se, että tapahtumaan osallistuminen on mahdollista kaikille. Yleisön jäsenten välillä ei saa olla statuseroja. Tämä

näkyvyyttä vapaamuotoisen pukeutumisen suosimisena ja VIP-palveluiden vastustamisena. Myös esiintyjien välinen tasa-arvo on tärkeää. Kävijälle voi tulla hyvä mieli siitä, että hän näkee kokeneen tähden ja nuoren esiintyjän olevan samanarvoisessa asemassa. Taiteilijat halutaan yleisön joukkoon, heitä halutaan tavata ja heidän kanssaan halutaan keskustella. Kuopio Tanssii ja Soi -tapahtuman tunnelmaan kuuluu, että Jorma Uotinen kuljeskelee kansan joukossa torilla. Tapahtuma olisi pilalla, jos Uotista ei näkyisi. Sodankylän elokuvajuhlilla ohjaaja- ja näyttelijävieraita ei hyysätä. Siksi tapahtumakävijä muistelee ilolla sitä, että hän näki Dome Karukosken juttelevan elokuvatelan ulkopuolella ihan tavallisen katsojan kanssa.

Yleisön jäsenillä on yhteinen kiinnostuksen kohde. He ovat samanhenkisiä, mutta kuitenkin erilaisia. Festivaalijärjestäjä voi suosia hinnoitteluratkaisuillaan tiettyä osallistujaryhmää. Klassisen musiikin tapahtumiin voidaan tarjota halvempia tai ilmaislippuja nuorille kävijöille. Yli 65-vuotiaat pääsevät monille rockfestivaaleille ilmaiseksi. Eri ikäisistä ihmisistä koostuvaa yleisöä pidetään tunnelmaa ja yhteisöllisyyttä parantavana tekijänä. Tasa-arvoon liittyy se, että osallistumismahdollisuus halutaan kaikille, myös vammaisille. Esittävän taiteen tapahtumissa pyörätuolikatsomot ovat jo arkipäivää. Kaikki järjestäjät eivät kuitenkaan ole huomioineet sitä, että aistivammaisille tai monivammaisille osallistuminen saattaa olla mahdollista vain avustajan tuella. Avustajille tulisi tarjota ilmainen sisäänpääsy, jotta tapahtuma olisi aidosti mahdollinen kaikille.

Oma yhteisöllisyysdiskurssinsa liittyy paikallisiin – tässä nousevat esille kotiseutuylpeys ja tapahtumasta nauttiminen muutenkin kuin yleisön jäsenenä. Kuhmon Kamarimusiikissa nimenomaan paikalliset nostivat vahvimmin esiin toiveen vapaasti käytettävistä istumaryhmistä. Tapahtuman menoa voi olla kiinnostavaa seurata vain istumalla ja katselemalla. Monet paikalliset haluavat ostaa tapahtumabrändätyn t-paidan, vaikka eivät itse tapahtumaan osallistuisikaan. Paita toimii osoituksena kotiseutuylpeydestä, jota tapahtuma on vahvistanut.

Tapahtumakävijöistä 73 % haluaa, että tarjolla on lähiruokaa ja paikallisia tuotteita ja että tapahtumassa käytetään paikallisia lisäpalveluja. Tämä ei välttämättä tarkoita sitä, että tapahtuman ajaksi rakennettaisiin uusia palveluja, vaan tapahtumajärjestäjä voi ohjata kävijöitä käyttämään jo olemassa olevia, paikallisesti tuotettuja palveluja. Klassisen musiikin tapahtumissa paikallisuuden suosimista vaatii jopa 90 % osallistujista. Kyseessä on

luonnollisesti toive siitä, että raha jää tapahtumapaikkakunnalle, mutta asiaa voi tarkastella myös yhteisöllisyyden näkökulmasta. Paikallisten palvelujen ja tuotteiden tarjoaminen tuo paikalliset yrittäjät osaksi tapahtumayhteisöä.

Kulttuuritapahtuman yhteisöllisyyteen liittyy omat norminsa. Ne ovat hiljaista tietoa, sosiaalisia sääntöjä siitä, miten muita kohtaan tulee käyttäytyä. Rockfestivaalit julkaisevat vuosittain huumorilla höystettyjä ohjeita siitä, miten festivaalilla tulee käyttäytyä, miten tuntemattomastakin tulee pitää huolta ja miten festivaalista saa eniten iloa irti. Kuitenkin erilaiset, pikkuhiljaa muotoutuneet säännöt liittyvät kaikkiin kulttuuritapahtumiin.

Kulttuuritapahtumissa vietetään monesti aikaa läheisten kanssa. Silti useat kävijät muistavat erityisen suurella lämmöllä sitä, että ovat kohdanneet sattumalta vanhan tutun. Toiset taas korostavat sitä, miten kulttuuritapahtumissa tutustuu uusiin ihmisiin. Tapahtumajärjestäjät voivat suosia sosiaalista kanssakäymistä tarjoamalla tilaa, jossa seurustella. Muutama istumaryhmä sopivalla paikalla voi tuottaa positiivisia tuloksia.

Identiteettidiskurssi kuvaa kulttuuritapahtuman antia kävijälle – tähän voi liittyä pienimuotoista transformaatiota, mutta olennaisempaa on muistojen syntyminen, uuden oppiminen ja uusien virikkeiden saaminen. Tällöin on tärkeää, että ohjelmapolitiikkalinjaukset antavat mahdollisuuden uudenlaisten asioiden kohtaamiseen ja että kävijä voi halutessaan osallistua viralliseen tai epäviralliseen ohjelmaan. Tärkeä osa omaa identiteettiä ovat arvot. Kulttuuritapahtumayleisö on kulutustottumuksissaan tiedostavaa, ja he vaativat tapahtumilta ekologisuutta sekä paikallisten palvelujen ja tuotteiden suosimista. Arvoihin liittyy myös se, että kävijälle tulee hyvä mieli, jos kulttuuritapahtuman sponsori vastaa hänen omia arvojaan. Kävijät haluavat tietää, mihin tapahtuman tai palvelujen (mahdolliset) tuotot menevät. Kuhmon Kamarimusiikissa väliaikaisen kahvion ovella on lappu, jossa kerrotaan Kuhmon Kamarimusiikin kannatusyhdistys ry:n ylläpitävän kahvilaa ja että ”käyttämällä kahvilan palveluita tuet kannatusyhdistyksen toimintaa ja siten Kuhmon Kamarimusiikin jatkuvuutta”. Kun luin tuon pienen lapun, tulin hyvälle mielelle ja tunsin jopa pienoista ylpeyttä ostaessani kahvilan tuotteita.

Vastausten pohjalta osallistujat voitiin jakaa hedonisteihin, aktiiveihin ja kaikkiruokaisiin tapahtumakävijöihin. Hedonistit ovat nuoria rockfestivaalikävijöitä. Heitä houkuttaa

tapahtuman suuri yleisömäärä, mutta samalla turvallisuuden valvojien tulee olla näkyvillä ja tapahtumatilassa pitää pystyä liikkumaan vapaasti. He ostavat lippunsa mieluiten netin kautta ja käyttävät sosiaalista mediaa kaikkein aktiivisimmin. Heille yksi pahimmista kielloista olisi valokuvauskielto – silloin omien kuvien jakaminen netissä, tunnelman jakaminen muualla olevien kanssa ja tapahtuman jälkikäteismuistelu kuvien avulla ei olisikaan enää mahdollista. Hedonistit lukevat tapahtuman nettisivuja myös tapahtuman jälkeen. Jos tapahtumajärjestäjä täydentää nettisivuja tapahtuman aikana ja sen jälkeen, he mahdollistavat hedonistin jälkirefleksioinnin. Tällöin myös tapahtuman muistijälki on vahvempi. Hedonistille alkoholijuomien anniskelu on tärkeää, samoin se, että ruoka on terveellistä lähiruokaa, vaikkapa pop up -ravintolassa. Gourmet-ruoka ei heitä kiinnosta. Hedonisti ei halua tapahtumaan lapsia.

Paikallisuuden ja ekologisuuden suosiminen on kaikille ryhmille hyvin tärkeää, mutta aktiiveille kaikkein tärkeintä. Arvot vaikuttavat vahvasti aktiivien toimintaan, joten esimerkiksi huonosti valittu sponsori saattaisi karkottaa osan heistä pois. He vaativat ekosähköä käyttöä, kierrätystä, paikallistuotteiden suosimista, lapsille soveltuvaa ohjelmaa ja halvempia lippuja vähävaraisille. Yli 60 % olisi valmis maksamaan palveluista hieman enemmän, jos tuotot menisivät hyvään tarkoitukseen. ”Hyvä tarkoitus” ei välttämättä tarkoita yleistä hyväntekeväisyyttä, vaan pikemminkin esimerkiksi paikallisen kyläseuran tukemista ostamalla hieman kalliimpaa kahvia heidän ylläpitämästään pop up -kahvilasta. Aktiiveja kiinnostaisi kuulla artistin kertovan työstään ja he osallistuisivat interaktiiviseen ohjelmaan. He haluavat tapahtumaan hiljaisen alueen, jossa istuskella seurueensa kanssa. Aktiivit ovat valmiimpia ostamaan palveluja ja tuotteita kuin muut eli he olisivat tapahtumajärjestäjille arvokkaita kävijöitä. He ovat myös aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä. Vakiokävijyys edellyttäisi kuitenkin vahvaa panostamista strategiaan linjauksiin siten, että tapahtuman arvopohjaisuus näkyisi.

Kaikkiruokaisten ryhmässä mikään kulttuurigenre ei ole selkeästi ylitse muiden, mutta oman tapahtumansa löydettyään kaikkiruokainen palaa sinne vuodesta toiseen. He ovat ryhmistä vanhimpia ja vierastavat niin sosiaalista mediaa kuin muutakin teknologiaa. Kaikkiruokaisissa on eniten niitä, jotka eivät halua tapahtumaan muutoksia (vajaa 30 %). He ovat kuitenkin hyvin kiinnostuneita pop up -ravintoloista ja vaativat ekologisuutta sekä paikallisten tuotteiden ja palvelujen suosimista.

5.1 Tutkimuksen arviointi

Tutkimuksen tulokset eivät ole tilastollisesti yleistettävissä, sillä vastaajat eivät muodosta otosta vaan harkinnanvaraisen näytteen. Vaikka testasinkin nettikyselyn pohjalta muodostamaani mallia toisilla aineistoilla (haastatteluilla ja eläytymistarinoilla), ei testaus sinällään todista mallia oikeaksi (Salonen, 2007, s. 62). Kokonaiselämysmalli toimii tällä vastaajajoukolla, mutta sitä ei voi suoraan yleistää tutkittujen tapahtumien ulkopuolelle. Vastaajissa ovat vahvasti painottuneina ne, jotka ovat hyvin tyytyväisiä tapahtumaan, aikovat tulla uudestaan ja suositella tapahtumaa myös muille. Valtaosa on tapahtuman vakiokävijöitä – he ovat käyneet keskimäärin 6 kertaa samassa tapahtumassa. Toisaalta pidän tyytyväisiä vakiokävijöitä hyvinä informanteina, sillä todennäköisesti juuri tässä ryhmässä nousee esiin niitä asioita, jotka vahvistavat vakiokävijyyttä ja luovat tapahtumauskollisuutta. Kyselyssä käytetyt kanavat ovat painottaneet sosiaalisen median käyttäjiä: monet tapahtumat promosivat kyselyä nimenomaan sosiaalisen median kautta (ks. taulukko 4).

Vastaajajoukko on hyvin vinoutunut, sillä eniten vastauksia saaneen Provinssirockin (208 vastausta) ja vähiten vastauksia saaneiden Art Ii Biennaalin ja Honkahovin (11 vastausta) välillä on huima ero. Koska yhdistin tapahtumat genreittäin, ei eri genrejen ääripäiden vastausmäärien eroilla ole merkitystä. Sen sijaan yksittäiset tapahtumat korostuvat genren sisällä, jos genreen kuuluvien tapahtumien välillä on suuria vastausmääräeroja. Genre- ja tapahtumakohtaiset vastausmäärät on koottu taulukkoon 13. Voimakkaimpia vinoumat ovat klassisen musiikin ja muiden tapahtumien sisällä. Klassisen musiikin vastauksissa korostuvat Kuhmon Kamarimusiikin kävijöiden näkemykset ja muissa Midnight Sun Film Festivalin osallistujien näkemykset. Näiden kahden genren osalta yleistysten tekemisessä tulee olla erityisen varovainen.

Taulukko 13 Vastausmäärät genreittäin ja tapahtumittain (n = 818)

Genre	Vastaus- määrä	Osuus	Tapahtuma	Vastausmäärä	Osuus
Rock	505	62 %	Ilosaarirock	187	37 %
			Provinssirock	208	41 %
			Ruisrock	110	22 %
Klassinen	93	11 %	Kuhmon Kamarimusiikki	76	82 %
			LuostoClassic	17	18 %
Kuvataide	76	9 %	Art Ii	11	14 %
			Naivistit Iittalassa	25	33 %
			Honkahovi	11	14 %
			Retretti	29	38 %
Muut	144	18 %	Kuopio Tanssii ja Soi	38	26 %
			Midnight Sun Film Festival	106	74 %

Suuri rockfestivaalivastausten määrä ei siis korostu genretarkastelluissa väittämissä, joita on esitetty luvuissa 4.2 – 4.9. Tilastollisissa analyysissä rockfestivaalivastaukset sen sijaan painottuivat. Erityisesti faktorianalyysin tuloksessa on vahva rockpainotus, ja analyysistä saattoi jäädä pois väittämien karsimisvaiheessa sellaisia väittämiä, jotka eri vastausjakaumalla olisivat pysyneet mukaan. Olen huomionut tämän siten, että mallin eri tekijöitä taustoittaessani olen ottanut mukaan myös yksittäisiä, faktorianalyysin ulkopuolelle jääneitä väittämiä. Ryhmittelyanalyysissä rockfestivaalipainotus näkyy niin vahvasti, että yhdestä ryhmästä muodostui pelkästään näitä kävijöitä vahvasti kuvaava ryhmä. Mutta koska tuloksena oli myös kaksi muuta, hyvinkin loogista ryhmää, oli ryhmittelyanalyysin sisällyttäminen tuloksiin perusteltua.

Olin valinnut tutkimukseen tapahtumia Turku lukuunottamatta muualta kuin suuremmista keskuksista. Tämä on voinut vaikuttaa kävijöiden käsityksiin siitä, miten esimerkiksi paikallisuutta tulee korostaa. Paikallisten tuotteiden ja palveluiden vaatimus ei korreloinut tapahtumapaikkakunnan koon kanssa, mutta jos sama kysely tehtäisiin pääkaupunkiseudun tapahtumista, voisi tulos olla silti erilainen. MacLeod (2006, s. 227) toteaa, että pääkaupungit muistuttavat enemmän toisiaan kuin saman maan muita kaupunkeja. Pääkaupunkilainen tapahtumakävijä saattaa hyvinkin vaatia järjestäjiltä erilaisia palveluja ja periaatepäätöksiä riippuen siitä, osallistuuko hän tapahtumaan kotipaikkakunnallaan vai maaseutumaisessa miljöössä. Omassa tutkimuksessani helsinkiläisten vastaajien osuus oli noin 20 % luokkaa. Silvanto ja Linko (2007) ovat niitä harvoja, jotka ovat tutkineet tietyn alueen asukkaiden suhtautumista festivaaleihin. He eivät lähestyneet pääkaupunkiseudun

vastaajia paikallisasukkaiden näkökulmasta eivätkä siis kyselleet käsityksiä vain pääkaupunkiseudulla järjestettävistä festivaaleista, vaan he kysyivät alueen asukkaiden käsityksiä festivaaleista yleensä. Passiivisimpia festivaalikävijöitä olivat 56–65 -vuotiaat ja aktiivisimpia 15–25 -vuotiaat. Vastaajat kävivät vuosittain keskimäärin 1,8 festivaalilla, mutta 25 % vastaajista ei käynyt festivaaleilla lainkaan. Silvannon ja Linkon tutkimuksessa oli mukana kaupallisella Valuegraphics-tuotteella mitatut vastaajien asenteet. Aktiivisimmat festivaalikävijät kuuluivat tällä mittaristolla arvoryhmiin elämykselliset ja avoimet etsijät. Elämykselliset hakevat elämyksiä ja uusia asioita, ovat yhteisöllisiä eivätkä pidä säännöistä. Avoimet etsijät ovat aktiivisia ja tiedostavia kuluttajia. (Linko & Silvano, 2007, s. 153–154 & 158–160.) Vaikka näissä arvoissa vaikuttaakin olevan yhteneväisyyksiä omaan kävijäluokitteluuni, eivät arvomallit ole suoraan vertailukelpoisia.

Olisiko kokonaiselämysmallista tullut samanlainen, jos saman aineiston olisi arvioinut toinen tutkija? Ydinohjelma, oheisohjelma, ympäristö, palvelut ja tuotteet, ihmiset ja tunnelma nousisivat varmasti esiin. Kesä ja sää mainitaan niin ikään niin monta kertaa, että senkin täytyisi näkyä tavalla tai toisella. Sen sijaan strategisia linjauksia toinen tutkija saattaisi lähestyä toisella tavalla. Kävijät puhuvat hyvistä järjestelyistä, ”kaikki toimi”. Omassa tulkinnassani en pitäytynyt konkreettisissa, näkyvissä järjestelyissä, vaan halusin tuoda esiin niiden taustalla olevat päätökset. Minkä tahansa toiminnan taustalla toimivat tietoiset tai tiedostamattomat valinnat – erityisesti tämä pätee tilanteeseen, jossa tuotetaan ohjelmaa ja palveluja. Vaikka kulttuurin ja yritystoiminnan rinnastaminen ei aina ole mielekäästä, näen yhteneväisyyksiä arvojen, strategian ja imagon osalta. Näistä yritystenkin johtamiseen liittyvistä päätöksistä käytän kulttuuritapahtuman tapauksessa nimitystä strategiset linjaukset. Oma taustani on vaikuttanut näkemykseeni. Olen toiminut ICT-alalla 1980-luvulta alkaen ja nähnyt, miten yritysjohton tekemät strategiset päätökset vaikuttavat konkreettiseen tekemiseen ja työn tuloksiin. Jos joku toteaa festivaalista, että ”kaikki toimi”, oma kokempohjani sanoo, että taustalla on muutakin kuin hyvät toteuttajat ja hyvä operatiivinen johtaja. Toinen tutkija saattaisi pitäytyä kävijöiden puheessa esiintyvissä tapahtuman toteutuksen ilmenemismuodoissa. Molemmat tulkinnat ovat aivan yhtä oikeita, näkökulma on vain erilainen.

Edellä oleva pohdiskelu johtaa kysymykseen, voiko tutkimusta pitää luotettavana? Arvioin tutkimuksen luotettavuutta validiteetin pohjalta. Saukon (2003, s. 17–23) mukaan

kulttuurintutkimuksessa on syytä käyttää useampia validiteetti-arvioiteja. Dialogisella validiteetilla Saukko (2003, s. 19–20) tarkoittaa sitä, miten hyvin tutkimus onnistuu tuomaan esiin tutkittavien elämää todellisuutta. Tähän validiteetin osa-alueeseen kuuluvat totuudenmukaisuus, itserefleksiivisyys ja moniäänisyys. Tutkijan tuottama totuudenmukaisuus vaatii tutkittavien perspektiivin esilletuonin. Parhaiten tämän voisi toteuttaa antamalla tutkittavien itsensä ottaa kantaa tutkimustuloksiin, tuoda heidän äänensä kuuluville muutenkin kuin vain aineiston kautta. Käytännössä olen pystynyt tuomaan totuudenmukaisuutta esiin luomalla tapahtumajärjestäjille mahdollisuuden kommentoida tuloksia. Heillä on pidempiaikainen kentän tuntemus kuin minulla ja he ovat nähneet enemmän oman tapahtumansa yleisön reaktioita. Olen pyrkinyt itserefleksiivisyyteen, tutkijan oman aseman ja asenteiden esilletuontiin kertomalla taustastani sekä kosketuksistani tutkittaviin tapahtumiin. Mielestäni kulttuuritapahtumajärjestäjät tekevät hyvin arvokasta työtä. Ilman tätä työtä Suomen kesä olisi paljon värittömämpi ja tylsempi. Olen silti pyrkinyt moniäänisyyden toteuttamiseen tuoden esiin myös tapahtumia kritisoivia äänensävyjä.

Dekonstruktiiivisen validiteetin (Saukko, 2003, s. 20–21) arviointi lähtee siitä, että ei ole olemassa puolueetonta, absoluuttista totuutta. Tutkittavasta ilmiöstä tulisi tuoda esiin se, millä eri tavoin sitä voi ymmärtää. Dekonstruktiiiviseen validiteettiin liittyy historiallisten ja poliittisten tarkoituserien esiin nostaminen: totuus ei ole universaali eikä ajaton. Esimerkiksi kestävän kehityksen ja saavutettavuuden korostaminen ovat tähän aikaan liittyviä periaatteita. Saavutettavuutta korostaa myös julkinen rahoitus. Opetus- ja Kulttuuriministeriön jakaman kulttuuritapahtumatuen hakuohjeissa (2012, s. 6) todetaan muun muassa, että ”tapahtumien järjestäminen ja kehittäminen parantavat taide- ja kulttuuripalvelujen tasa-arvoista ja yhdenvertaista saatavuutta”. Tämän hetken poliittinen tahtotila on tarjota kulttuuria demokraattisesti kaikille ja tuottaa matkailutuloja lähiseudulle. Ajan henki näkyy omissa kysymyksissäni ja niiden tulkinnassa. Jos kysymykset olisivat keskittyneet ydinohjelmaan, olisiko kokonaiselämysmalli ollut toisenlainen? Nettikyselyssä esittämäni väittämät olivat ydinohjelman ulkopuolisia ja arvoväritteisiä. Niiden kautta voisi syntyä poliittisesti korrekti, yhteisesti hymistelevä näkemys siitä, miten ekologisuus, paikallisuus ja muiden huomioon ottaminen on kaikkien mielissä. Päälinjana ovat toki universalismiin viittaavat arvot, mutta on vastustusta ja opportunistiakin näkyvissä.

Tämän lisäksi dekonstruktiiiviseen kritiikkiin kuuluu vallitsevien dikotomioiden esiin tuominen, jotta tunnistettaisiin muutakin kuin dominoiva näkemys. Tässä olisi tutkimukseni osalta parannettavaa. Vastaajajoukko on painottunut tapahtumiin erittäin positiivisesti suhtautuviin, joten valtaosa mielipiteistä on hyvin samankaltaisia. Dikotomiana tunnistin kulttuuritapahtumien näkemisen eliitti – kansa -vastakkainasetteluna. Elitismi-tulkinta nähdään negatiivisena, mutta se ilmeni äärimmäisen harvalukuisena, vain kolmessa vastauksessa. Kiinnostavaa on se, että elitismillä viitattiin perinteisiin korkeakulttuuritapahtumiin. Populaarikulttuurisesta rockfestivaalipuheesta elitismi puuttui täysin. Selkeämpi dikotomia-asettelu löytyi keskustelussa alkoholin käytöstä. Humalassa örveltävä Toinen on negatiivinen asia, jota pidettiin rockfestivaaleja lukuunottamatta muiden kuin oman kulttuuritapahtuman ongelmana. Rockfestivaaleilla sikahumalaisiin viitattiin epäonnistuneiden tapahtumien kuvauksissa, mutta toisaalta anniskelun sääntöjä toivottiin höllennettävän.

Kontekstuaalisessa validiteetissa tutkimus sijoitetaan laajempaan sosiaaliseen, poliittiseen tai globaaliin kontekstiin (Saukko, 2003, s. 21–22). Tällaista keskustelua olen pyrkinyt nostamaan esiin erityisesti tapahtumien rahoitukseen liittyvässä osiossa. Poliittinen asenne kulttuurin rahoittamiseen yritysten varoin on muuttunut todella paljon niistä ajoista, kun hipit vaelsivat Ruissaloon rock, rauha ja rakkaus mielessään. Punksukupolven edustajana itseäni hämmensi ehkä eniten se, että yksi Provinssirockin pääyhteistyökumppaneista on Puolustusvoimat – tämä ei olisi ollut ajateltavissa 1980-luvun rauhanmarssien aikaan. Yritysyhteistyön hyväksyminen on tätä päivää, ja siihen on johtanut julkisen tuen vähentyminen. Toinen esiin nostamani ajassa muuttunut asia on suhtautuminen rockmusiikkiin. Sitä ei enää pidetä niinkään nuorisokulttuurin ilmentymänä ja kapinointina vanhempia tai vallitsevia sääntöjä kohtaan, vaan yhtenä kulttuurin tasavertaisena osa-alueena. Kymmenen vuoden päästä painotukset ovat todennäköisesti jo toisissa asioissa. Tämä tutkimus kuvaa tätä päivää ja tämän päivän asenteita.

5.2 Jatkotutkimuskohteita

Jatkotutkimuksen näkökulmasta tässä esiteltyä kokonaiselämysmallia tulisi testata esimerkiksi rakenneyhtälömallilla. Eri tekijöiden tärkeyttä ja toteutumista olisi tarpeen mitata, ja sitä kautta kulttuurigenrekohtainen tarkastelu voisi antaa lisäinformaatiota. Myös tapahtumien

laajempi skaala olisi tärkeää. Rockfestivaaleista nyt tehdyn tarkastelun ulkopuolelle ovat jääneet tiettyyn rockmusiikkigenreen erikoistuneet festivaalit. Klassisen musiikin osalta tutkittavia tapahtumia tulisi olla enemmän ja tulisi tarkastella myös selkeitä kaupunkifestivaaleja. Pääkaupunkiseudun ja ylipäätään suurten kaupunkien tapahtumiin osallistuvien näkemyksiä tulisi tutkia ja tutkittavien tapahtumien tyyppisiä tulisi laajentaa kansanmusiikkiin ja teatteriin.

Kokonaiselämymallissa strategisten linjausten tarkempi tutkimus olisi hyvin kiinnostavaa, sillä nämä päätökset vaikuttavat tapahtuman imagoon. Tarkastelu vaatisi laajaa keskustelua erilaisten tapahtumien järjestäjien kanssa. Tämä tutkimus mittasi vain kotimaisten kulttuuritapahtumiin osallistuneiden näkemyksiä. Kävijöiden arvojen mittaamisen laajentaminen kansainvälisesti toisi laajempaa näkemystä siitä, mitä kulttuuritapahtumien strategisilta linjauksilta odotetaan. Yleisötutkimuksessa taas tapahtumiin liittyvät kirjoittamattomat säännöt ja uskävijöille välittyvä hiljainen tieto olisivat mielenkiintoisia tutkimuskohteita.

KIITOKSET

Ihanan aiheen ideoinnissa minua auttoivat Jaana, Kai ja Soila. Kyselylomaketta testasivat ja kommentoivat ihan vapaaehtoisesti Jaana, Kati, Virve, Antti, Soli, Mika, Satu ja Outi. Englanninkielisen raakakäännökseni korjasi Amanda Uudesta-Seelannista asti ☺

Nettikysely ei olisi ikinä onnistunut ilman tapahtumajärjestäjien apua. Haluan kiittää teitä – paitsi minun auttamisestani, myös siitä äärettömän tärkeästä työstä, mitä teette suomalaisella kulttuuritapahtumakentällä:

- Markku Ilosaarirockista
- Juha ja Milla Provinssirockista
- Juhani ja Mikko Ruisrockista
- Sari Kuhmosta
- Timo ja Anu LuostoClassicista
- Anna Kuopiosta
- Ari ja Anu Midnight Sun Film Festivalista
- Leena ja Mari Art Ii Biennaalista
- Katri ja Irene Iittalasta
- Iris Honkahovista
- Anne-Maj ja Hanna Retretistä.

Kesän kulttuuritapahtumamajoituksista ja paikallisuuteen opastamisesta olen ison kiitoksen velkaa Marialle, Sarille, Irmalle ja Minjalle.

Menetelmällisestä tuesta ja tsemppaamisesta haluan kiittää Lapin yliopistosta erityisesti Marianne, joka kommentoi kyselyn ja antoi arvokkaita vinkkejä tilastollisen analyysin tekemiseen.

Hyvistä keskusteluista, itsetunnon nostamisesta ja tutkijanaluksi kasvattamisesta haluan kiittää ohjaajaani Anttia. Toisena tarkastajana toiminut Sami jakoi tietoa, antoi hyviä parannusehdotuksia ja tuki minua motivaatiota kasvattavalla tavalla.

Kaitsulle kiitokset Abstractin kielentarkastuksesta! J. Pekalle halaus hyvistä (tietysti) käännösvinkeistä. Abstractiin mahdollisesti jääneet virheet ovat omia viime hetken muutoksiani.

Silloin, kun mieli oli maassa ja tuntui, etten jaksa enää, minua auttoivat rakkaat ja maailman ihanimmat FB-ystävät. He välittivät nettikyselylinkkiäni lumivyöryn lailla eteenpäin. Parempaa motivaattoriporukkaa ei löydy mistään!

Sisarelleni Pirkolle kiitokset myötäelämisestä ja kannustuksesta varsinkin loppurutistuksessa. Olet rakas.

Ja viimeisenä, vaan ei vähäisimpänä – ne upeat ihmiset, joita ilman tätä ei olisi ikinä syntynyt: kyselyyn vastanneet, haastattelun antaneet ja eläytymistarinoita kirjoittaneet tapahtumakävijät. Iso, lämmin ja liikuttunut kiitos kaikille teille!

LÄHTEET

- Abrahams, R.D. (1986). Ordinary and Extraordinary Experience. Teoksessa V.W. Turner & E.M. Bruner (toim.), *The Anthropology of Experience* (s. 45–72). Urbana: University of Illinois Press.
- Abrahams, R.D. (1987). An American Vocabulary of Celebrations. Teoksessa A. Falassi (toim.), *Time Out of Time: Essays on the Festival* (s. 173–183). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Ahlqvist, K. (1998). Kuluttaja eettisten pohdintojen parissa. (Hyvinvointikatsaus spesiaali 1998: Hyvä, paha kulutus.) *Tilastollinen aikakauslehti*, 31.12.1998, 10–18.
- Aho, S. (2001). Matkailuelämys prosessina: elämysten synnyn ja kehityksen vaiheet. Teoksessa S. Aho, A. Honkanen & J. Saarinen (toim.), *Matkailuelämykset tutkimuskohteina: suomalaisen matkailututkijaverkoston 10-vuotisjulkaisu* (s. 32–50). Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Ahola, E-K. (2007). *Producing Experience in Marketplace Encounters: A Study of Consumption Experiences in Art Exhibitions and Trade Fairs*. (Acta Universitatis Oeconomicae Helsingiensis A-299.) Helsinki: Helsinki School of Economics.
- Ahola, E-K. (2008). Elämysten kulutus. *Kulutustutkimus. Nyt*, 1/2008, 63–67.
- Andersson, T.D. & Getz, D. (2009). Tourism as a mixed industry: Differences between private, public and not-for-profit festivals. *Tourism Management*, 30(6), 847–856.
- Arnould, E.J. & Price, L.L. (1993). River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 24–45.
- von Bagh, P. (2010). *Sodankylä ikuisesti*. Helsinki: WSOY.
- Bitner, M.J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Boorstin, D.J. (1992). *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: First Vintage Books. (Alkuperäisjulkaisu 1961.)
- Bordin, M. (1995). Usko tai älä. Teoksessa M. Into, M. Komulainen & A. Laiho (toim.), *Ruisrock: Ensimmäiset 25 vuotta* (s. 98). Helsinki: Tammi.
- Box, M. (1995). Urjalan taikaa. Teoksessa M. Into, M. Komulainen & A. Laiho (toim.), *Ruisrock: Ensimmäiset 25 vuotta* (s. 69). Helsinki: Tammi.
- Bracalente, B., Chirieleison, C., Cossignani, M., Ferrucci, L., Gigliotti, M. & Ranalli, M.G. (2011). The Economic Effects of Cultural Events: The Pintoricchio Exhibition in Perugia. *Event Management*, 15(2), 137–149.
- Cantell, T. (1993). *Musiikkijuhlien yleisöt – Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari*. (Tilastotietoa taiteesta.) Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, T. (1996). *Kaupunkifestivaalien yleisöt. Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock*. (Tilastotietoa taiteesta Nro 14.) Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, T. (1998). *Yleisfestivaalien yleisöt. Helsingin Juhlaviikot, Joensuun Laulujuhlat*. (Tilastotietoa taiteesta Nro 19). Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.

- Chang, W. & Yuan, J. (2011). A Taste of Tourism: Visitors' Motivations to Attend a Food Festival. *Event Management*, 15(1), 13–23.
- Cole, S.T. & Chancellor, H.C. (2008). Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visit intention. *Journal of Vacation Marketing*, 15(4), 323–333.
- Cole, S.T. & Illum, S.F. (2006). Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 160–173.
- Crompton, J.L. & Love, L.L. (1995). The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival. *Journal of Travel Research*, 34(1), 11–24.
- Csikszentmihalyi, M. (2005). *Flow – elämän virta: Tutkimuksia onnesta, siitä kun kaikki sujuu*. Helsinki: Rasalas Kustannus. (Alkuperäisjulkaisu 1990.)
- Deng, J. & Pierskalla, C. (2011). Impact of past experience on perceived value, overall satisfaction, and destination loyalty: A comparison between visitors and resident attendees of a festival. *Event Management*, 15(2), 163–177.
- Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (1994). Introduction. Entering the Field of Qualitative Research. Teoksessa N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (toim.), *Handbook of Qualitative Research* (s. 1–17). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Derrett, R. (2007). Festivals, Events and the Destination. Teoksessa I. Yeoman, M. Robertson, J. Ali-Knight, S. Drummond & U. McMahon-Beattie (toim.), *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective* (s. 32–50). Amsterdam: Elsevier.
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550.
- Ek, R., Larsen, J., Hornskov, S.B. & Mansfeldt, O.K. (2008). A Dynamic Framework of Tourist Experiences: Space–Time and Performances in the Experience Economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(2), 122–140.
- Eriksson, M. & Voutila, K. (1999). Patterns of Management in Four Finnish Festivals. Teoksessa L. Uusitalo & J. Moisander (toim.), *Proceedings Vol 1, AIMAC '99 5th International Conference on Arts & Cultural Management, Helsinki, Finland, June 13–17, 1999* (s. 32–41). Helsinki: Helsinki School of Economics and Business Administration.
- Eriksson, P. & Koistinen, K. (2005). *Möneläinen tapaustutkimus*. (Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 4:2005.) Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Eskola, J. (1997a). *Eläytymismenetelmäopas*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Eskola, J. (1997b). Eläytymismenetelmä tiedonhankintamenetelmänä; lyhyt oppimäärä. Teoksessa J. Eskola (toim.), *Eläytymismenetelmäopas* (s. 5–39). Tampere: Tampereen yliopisto.
- Eskola, J. & Vastamäki, J. (2010). Teemahaastattelu: Opit ja opetukset. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle* (s. 26–44). Jyväskylä: PS-Kustannus.
- EU (1999). Komission päätös, tehty 9 päivänä joulukuuta 1998, matkailualaa koskevien tilastotietojen keräämisestä annetun neuvoston direktiivin 95/57/EY täytäntöönpanomenettelyistä. *Virallinen lehti* nro L 009, 15/01/1999, 23–47. Haettu

- 24.1.2013 osoitteesta <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31999D0035:FI:HTML>.
- Falassi, A. (1987). Festival: Definition and Morphology. Teoksessa A. Falassi (toim.), *Time Out of Time: Essays on the Festival* (s. 1–10). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Finland Festivals (2012a). LuostoClassicissa yleisöennätys. 20.6.2012. Haettu 22.9.2012 osoitteesta www.festivals.fi/uutiset/1301/.
- Finland Festivals (2012b). Kuopio Tanssii ja Soi täytti tavoitteet. 20.6.2012. Haettu 22.9.2012 osoitteesta www.festivals.fi/uutiset/1181/.
- Finland Festivals (2012c). Festivaalien taloudellisia avainlukuja – Finland Festivalsin jäsenfestivaalien taloustietoja vuodelta 2010. Haettu 27.11.2012 osoitteesta www.festivals.fi/resource/files/festivaalien-taloudellisia-avainlukuja-2010.pdf.
- Flanagan, J.C. (1954). The Critical Incident Technique. *Psychological Bulletin*, 51(4), 327–358.
- Frey, B.S. (2000). *The Rise and Fall of Festivals. Reflections on the Salzburg Festival*. (Working Paper No. 48.) Zurich: Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich.
- Getz, D. (1989). Special Events: Defining the Product. *Tourism Management*, 10(2), 125–137.
- Getz, D. (2002). Why Festivals Fail. *Event Management*, 7(4), 209–219.
- Getz, D. (2007). *Event Studies. Theory, research and policy for planned events*. Amsterdam: Elsevier.
- Getz, D. (2010). The Nature and Scope of Festival Studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1–47.
- Getz, D. & Cheyne, J. (1998). Special Event Motivations and Behaviour. Teoksessa C. Ryan (toim.), *The Tourist Experience. A New Introduction*. (s. 136–154) London: Cassell.
- Goffman, E. (1990). *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin Books. (Alkuperäisjulkaisu 1959.)
- Goodson, L. & Phillimore, J. (2004). The inquiry paradigm in qualitative tourism research. Teoksessa J. Phillimore & L. Goodson (toim.), *Qualitative research in tourism: ontologies, epistemologies and methodologies* (s. 30–45). London: Routledge.
- Grove, S.J. & Fisk, R.P. (1997). The Impact of Other Customers on Service Experiences: A Critical Incident Examination of “Getting Along”. *Journal of Retailing*, 73(1), 63–85.
- Grönroos, C. (1991). *Nyt kilpaillaan palveluilla*. Jyväskylä: Weilin+Göös.
- Hallikainen, V. (1998). *The Finnish Wilderness Experience*. (Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 711.) Rovaniemi: Metsäntutkimuslaitos.
- Harris, H. (2007). Post-festival. Muuttuvat kulttuuritapahtumat urbaanissa tilassa. Teoksessa S. Silvanto (toim.), *Festivaalien Helsinki* (s. 194–199). Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Hede, A-M., Jago, L. & Deery, M. (2004). Segmentation of Special Event Attendees Using Personal Values: Relationships with Satisfaction and Behavioural Intentions. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(2/3/4), 33–55.

- Heide, M. & Grønhaug, K. (2006). Atmosphere: Conceptual Issues and Implications for Hospitality Management. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6(4), 271–286.
- Heinänen, A. & Heinänen, K. (2007). *Taiteen puremat – Muistelmia 1967–2007*. Helsinki: Taidepiste.
- Hjalager, A-M. (2009). Cultural Tourism Innovation Systems – The Roskilde Festival. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2–3), 266–287.
- Hui, M.K. & Bateson, J.E.G. (1991). Perceived Control and the Effects of Crowding and Consumer Choice on the Service Experience. *Journal of Consumer Research*, 18(2), 174–184.
- Huttunen, P. (2011a). Kivisadetta ja rintaliivit marjapuskassa. Teoksessa O. Sorjonen (toim.), *Ilosaarirock: 40 vuotta tarinoita* (s. 70–71). Joensuu: Joensuun Popmuusikot.
- Huttunen, P. (2011b). Iso käsi rantojen miehiltä. Teoksessa O. Sorjonen (toim.), *Ilosaarirock: 40 vuotta tarinoita* (s. 76–77). Joensuu: Joensuun Popmuusikot.
- Härkönen, T. (2012). Festareilla tärkeintä on hyvä fiilis. Teoksessa M. Karppi & E. Ruhti (toim.), *Festarikalevala: Käsikirjasi kesäfestareille* (s. 36–38). Tampere: Roisto.
- Ilkka (2012). Provinssissa vieraili 56 000 kävijää. Ilkka.fi 18.6.2012. Haettu 9.11.2012 osoitteesta www.ilkka.fi/kulttuuri-ja-viihde/provinssirock/provinsissa-vieraili-56-000-kavijaa-katso-kuvat-1.1212571.
- Into, M., Komulainen, M. & Laiho, A. (1995). *Ruisrock: Ensimmäiset 25 vuotta*. Helsinki: Tammi.
- Ireland, M. (2000). Experience of nature and history in border tourism. Teoksessa L. Lovén (toim.), *Responsible Nature Tourism* (s. 53–63). (Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 792.) Joensuu: Metsäntutkimuslaitos.
- Iso-Aho, J. (2011). An Introduction to Festival Management: Old Ways, New Directions. Teoksessa M. Brindle & C. DeVereaux (toim.), *The Arts Management Handbook: New Directions for Students and Practitioners* (s. 95–119). New York: M.E. Sharpe.
- Jokinen, A., Juhila, K. & Suoninen, E. (1993). *Diskurssianalyysin aakkoset*. Tampere: Vastapaino.
- Jokivuori, P. & Hietala, R. (2007). *Määrällisiä tarinoita: Monimuuttujamenetelmien käyttö ja tulkinta*. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.
- Kainulainen, K. (2004). *Elämyksistä elinkeinoja. Kulttuuritapahtumien paikallistaloudelliset merkitykset maaseutukunnille ja kaupungeille*. Seinäjoki: Helsingin yliopisto, Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Kainulainen, K. (2005). *Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä*. Tampere: Tampere University Press.
- Kainuun Sanomat (2012a). Seitsemän kamarikriitikkoa on nyt valittu Kuhmoon. 30.5.2012. Haettu 7.12.2012 osoitteesta www.kainuunsanomat.fi/Kulttuuri/1194745323515/artikkeli/seitseman+kamarikriitikkoa+on+nyt+valittu+kuhmoon.html.
- Kainuun Sanomat (2012b). Kuhmon Kamarimusiikissa tehtiin lipunmyyntiennätys. kainari.fi 27.7.2012. Haettu 22.9.2012 osoitteesta www.kainuunsanomat.fi/Kulttuuri/1194757476983/artikkeli/kuhmon+kamarimusiikissa+tehtiin+lipunmyyntiennatys.html.

- Kallionpää, K. (2012). Pikkuisesta Iistä tulee taidekasvatuksen mallikunta. *Helsingin Sanomat*, 16.2.2012.
- Kapferer, J.-N. (2008). *The New Strategic Brand Management. Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. London: Kogan Page.
- Karppinen, H. & Tiainen, L. (2010). "Semmonen niinkun metsäkansa" – suurten ikäluokkien perijät tulevaisuuden metsänomistajina. *Metsätieteen aikakauskirja*, 1/2010, 19–38.
- Kim, J.-H., Ritchie, J.R.B. & McCormick, B. (2010). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.
- KMV-lehti (2012). Palsa-näyttelyissä neljätuhatta kävijää. 26.9.2012. Haettu 9.11.2012 osoitteesta www.kmvlehti.fi/Ajankohta/1194768934961/artikkeli/palsanayttelyissa+neljatuuhatta+kavijaa.html.
- Koivisto, J. & Nuutinen, J. (2000). Festivaalin järjestäminen. Teoksessa K. Halonen & J. Lassila (toim.), *Backstage Pass: Näkökulmia musiikin managerointiin* (s. 106–113). (Sibelius-Akatemian koulutuskeskuksen julkaisusarja 3.) Helsinki: Sibelius-Akatemia.
- Kukkonen, T. (2000). *Festivaalit 1996–2000. Tilastotietoa kulttuuritapahtumien julkisesta tuesta, taloudesta ja yleisöistä*. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Kunnas, O., Kuokkanen, T., Mönkkönen, R., Perttola, W. & Äikäs, T. (2011). Sinusta jää jälki. Arkeologit tutkimassa Provinssirockin festivaalialuetta. *Muinaistutkija*, 1/2011, 21–34.
- Kuula, A. (2011). *Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys*. (2. painos.) Tampere: Vastapaino.
- KvantiMOTV (2012). Sosiaalitutkimuksen sosiodemografiset taustamuuttujat: Tilastoluokitukset, koulutus ja ammatti. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, menetelmäopetuksen tietovaranto. Haettu 15.2.2012 osoitteesta www.fsd.uta.fi/metelmopetus/taustamuuttujat/tilastoluokitukset_koulutus_ammatti.html#koulutus.
- Lapin Kansa (2012a). Lapin Kansan rakkakriitikot valittiin. 9.6.2012. Haettu 7.12.2012 osoitteesta www.lapinkansa.fi/Kotimaa/1194747004645/artikkeli/lapin+kansan+rakkakriitikot+valittin.html.
- Lapin Kansa (2012b). Sodankylän festivaaleilla 26 000 kävijää. 17.6.2012. Haettu 22.9.2012 osoitteesta www.lapinkansa.fi/Lappi/1194748299234/artikkeli/sodankylan+festivaaleilla+26+000+kavijaa.html.
- Lapin Liitto (2011). *Lapin matkailustrategia 2011-2014*. Rovaniemi: Lapin Liitto.
- Lee, C.-K., Lee, Y.-K. & Wicks, B.E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1), 61–70.
- Lee, H. & Graefe, A.R. (2003). Crowding at an arts festival: extending crowding models to the frontcountry. *Tourism Management*, 24(1), 1–11.
- Lee, J. & Beeler, C. (2009). An Investigation of Predictors of Satisfaction and Future Intention: Links to Motivation, Involvement, and Service Quality in a Local Festival. *Event Management*, 13(1), 17–29.
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry. *Annals of Tourism Research*, VI(4), 390–407.

- LEO (2002). *Lapin elämysteollisuuden strategia 2002–2006*. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.
- Leskinen, E. & Kuusinen, J. (1991). Faktorianalyysin käytöstä kasvatustieteellisessä tutkimuksessa. *Kasvatus*, 22(4), 289–297.
- Li, X. & Petrick, J.F. (2006). A Review of Festival and Event Motivation Studies. *Event Management*, 9(4), 239–245.
- Lindeman, M. & Verkasalo, M. (2005). Measuring Values With the Short Schwartz's Value Survey. *Journal of Personality Assessment*, 85(2), 170–178.
- Linko, M. & Silvanto, S. (2007). ”Ilman festivaaleja stadi ei olisi stadi”. Festivaalit pääkaupunkiseudun asukkaiden silmin. Teoksessa S. Silvanto (toim.), *Festivaalien Helsinki* (s. 152–165). Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press.
- MacLeod, N.E. (2006). The Placeless Festival: Identity and Place in the Post-Modern Festival. Teoksessa D. Picard & M. Robinson (toim.), *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds* (s. 222–237). Clevedon: Channel View Publications.
- Martilla, J.A. & James, J.C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79.
- Maslow, A.H. (1994). *Religions, Values and Peak Experiences*. New York: Penguin Books. (Alkuperäisjulkaisu 1964.)
- Metsämuuronen, J. (2009). *Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä*. (4. laitos.) Helsinki: International Methelp.
- Miettinen, J.O. (1994). *25 tanssin juhlaa. Kuopio Tanssii ja Soi 1970–1994*. Kuopio: Kuopio Tanssii ja Soi.
- Mikkonen, J., Ristolainen, K. & Taskinen, H. (2008). *Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus*. (ESS vaikuttaa – tapahtumien arviointihankkeen tutkimusraportti.) Joensuu: Joensuun yliopisto, Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos.
- Morgan, M. (2006). Making space for experiences. *Journal of Retail & Leisure Property*, 5(4), 305–313.
- Morgan, M. (2007). Festival Spaces and the Visitor Experience. Teoksessa M. Casado-Diaz, S. Everett & J. Wilson (toim.), *Social and cultural change: making space(s) for leisure tourism* (s. 113–130). Eastbourne: Leisure Studies Association.
- Morgan, M. (2009). What makes a good festival? Understanding the event experience. *Event Management*, 12(2), 81–93.
- Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser – från OK till WOW!* Lund: Studentlitteratur.
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59–74.
- Myerscough, J. (1988). *The Economic Importance of the Arts in Britain*. London: Policy Studies Institute.
- Mykletun, R.J. (2011). Festival Safety – Lessons Learned from the Stavanger Food Festival (the Gladmatfestival). *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 342–366.

- Nicholson, R.E. & Pearce, D.G. (2001). Why Do People Attend Events: A Comparative Analysis of Visitor Motivations at Four South Island Events. *Journal of Travel Research*, 39(4), 449–460.
- Nielsen (2011). State of the media: The Social Media Report Q32011. Nielsen & NM Incite. Haettu 10.4.2012 osoitteesta <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/social/>.
- Niskanen, A-M. (2012). Naivistit veti ennätysyleisön. Yle Häme 9.10.2012. Haettu 5.11.2012 osoitteesta http://yle.fi/uutiset/naivistit_veti_ennatysyleison/6327268.
- NZ (2007). *New Zealand Tourism Strategy 2015*. Ministry of Tourism, Tourism New Zealand, Tourism Industry Association New Zealand.
- O'Dell, T. (2005). Experiencescapes: Blurring Borders and Testing Connections. Teoksessa T. O'Dell & P. Billing (toim.), *Experiencescapes: Tourism, Culture and Economy* (s. 11–33). Copenhagen: Copenhagen Business School Press.
- Oliver, R.L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö (2012). Valtakunnalliset taide- ja kulttuuritapahtumat. Opas vuoden 2013 hakuun. Haettu 4.12.2012 osoitteesta www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/avustukset/tyky_avustukset/Valtakunnalliset_taide-ja_kulttuuritapahtumat_Opas_vuoden_2013_hakuun.pdf.
- Palang, H. & Paal, P. (2006). Places gained and lost. Teoksessa V. Sarapik, K. Tüür & M. Laanemets (toim.), *Koht ja Paik / Place and Location II* (s. 93–110). Proceedings of the Estonian Academy of Arts 10, Tallinn 2002.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pegg, S. & Patterson, I. (2010). Rethinking Music Festivals as a Staged Event: Gaining Insights from Understanding Visitor Motivations and the Experiences They Seek. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 85–99.
- Pettersson, R. & Getz, D. (2009). Event Experiences in Time and Space: A Study of Visitors to the 2007 World Alpine Ski Championships in Åre, Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2–3), 308–329.
- Pine II, B.J. & Gilmore, J.H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, July–August, 97–105.
- Puohiniemi, M. (2002). *Arvot, asenteet ja ajankuva. Opaskirja suomalaisen arkielämän tulkintaan*. Vantaa: Limor kustannus.
- Puohiniemi, M. (2006). *Täsmäelämän ja uusyhteisöllisyyden aika*. Vantaa: Limor kustannus.
- Puohiniemi, M. (2011). Arvot, asenteet ja ympäristönsuojelu. Teoksessa P. Harju-Autti, A. Neuvonen & L. Hakkarainen (toim.), *Ympäristötietoisuus – suomalaiset 2010-lukua tekemässä* (s. 31–48). Helsinki: Ympäristöministeriö & Rakennustieto.
- Purhonen, P. (2000). Talkooväen merkitys. Teoksessa J. Tuulari & J. Latva-Äijö (toim.), *Provinssirock – Ihmisten juhla. Historiallinen kooste Provinssirockista ja sen tekijöistä 1979-2000* (s. 50–51). Seinäjoki: Rytmii-Instituutti.
- Puruvesi (2012). Taidekeskus Retretti konkurssiin. 14.9.2012. Haettu 22.9.2012 osoitteesta www.puruvesi.net/Etusivu/12645679.html.

- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297–305.
- Ralston, L.S., Ellis, G.D., Compton, D.M. & Lee, J. (2007). Staging memorable events and festivals: An integrated model of service and experience factors. *International Journal of Event Management Research*, 3(2), 24–38.
- Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27 (6), 1209–1223.
- Richards, V., Pritchard, A. & Morgan, N. (2010). (Re)Envisioning Tourism and Visual Impairment. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 1097–1116.
- Ruisrock (2012a). Festivaalin kotisivut. Haettu 22.9.2012 osoitteesta www.ruisrock.fi.
- Ruisrock (2012b). Accessibility. Haettu 26.4.2012 osoitteesta www.ruisrock.fi/en/accessibility.
- Saleh, F. & Ryan, C. (1993). Jazz and knitwear. Factors that attract tourists to festivals. *Tourism Management*, 14(4), 289–297.
- Salokangas, M. (1996). “Sodankylän henki”: Yhteisyys ja yksilöllisyys elokuvajuhlilla. *Sosiologia*, 1/1996, 23–33.
- Salonen, T. (2007). *Tieteenfilosofia*. (4. täydennetty painos.) Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Saukko, P. (2003). *Doing Research in Cultural Studies. An Introduction to Classical and New Methodological Approaches*. London: SAGE Publications.
- Schwartz, S.H. (2007). Value orientations: measurement, antecedents and consequences across nations. Teoksessa R. Jowell, C. Roberts, R. Fitzgerald & G. Eva (toim.), *Measuring Attitudes Cross-Nationally. Lessons from the European Social Survey* (s. 169–204). Los Angeles: SAGE Publications & London: Centre for Comparative Social Surveys at City University.
- Schwartz, S.H. (2009). Basic Human Values. Cross-National Comparison Seminar on the Quality and Comparability of Measures for Constructs in Comparative Research: Methods and Applications, Bolzano, Italy, June 10–13, 2009. Haettu 1.1.2013 osoitteesta www.ccsr.ac.uk/qmss/seminars/2009-06-10/documents/Shalom_Schwartz_1.pdf.
- Scollon, R. & Scollon, S.W. (2004). Discourse and Intercultural Communication. Teoksessa D. Schiffrin, D. Tannen & H.E. Hamilton (toim.), *The Handbook of Discourse Analysis* (s. 538–547). Malden: Blackwell Publishing.
- Selkälä, A. (2012). Ryhmittelyanalyysi. Kurssi 29.3.2012. Lapin yliopisto, Rovaniemi.
- Seppänen, M. (2012). Chisu on Suomen Madonna. *Iltasanomat* 16.6.2012. Haettu 22.9.2012 osoitteesta www.iltasanomat.fi/musiikki/art-1288477555916.html.
- Sheth, J.N., Newman, B.I. & Gross, B.L. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170.
- Silvanto, S. (2007). Tervetuloa kaupunkifestivaaleille! Urbanin festivaalikulttuurin nousu. Teoksessa S. Silvanto (toim.), *Festivaalien Helsinki* (s. 8–15). Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Skot-Hansen, D. (2005). Why Urban Culture Policies? Teoksessa J. Robinson (toim.), *EUROCULT21 Integrated Report* (s. 31–39). Helsinki: EUROCULT21.

- Smith, S. & Costello, C. (2009). Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 15(2), 99–110.
- Socialbakers (2012). Finland Facebook Statistics. Haettu 27.11.2012 osoitteesta www.socialbakers.com/facebook-statistics/finland.
- Sorjonen, O. (2011). Vuosikymmenkatsaus 1991–2000. Teoksessa O. Sorjonen (toim.), *Ilosaarirock: 40 vuotta tarinoita* (s. 66–69). Joensuu: Joensuun Popmuusikot.
- Stake, R.E. (1994). Case Studies. Teoksessa N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (toim.), *Handbook of Qualitative Research* (s. 236–247). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Sundbo, J. & Hagedorn-Rasmussen, P. (2008). The backstaging of experience production. Teoksessa J. Sundbo & P. Darmer (toim.), *Creating Experiences in the Experience Economy* (s. 83–110). Cheltenham: Edward Elgar.
- Suoninen, M. (2003). Suomirock kansallisen kulttuurin asialla. Ruisrockin Eppu-jupakan yllättävä käänne. Teoksessa K. Saaristo (toim.), *Hyvää pahaa rock'n'roll: Sosiologisia kirjoituksia rockista ja rockkulttuurista* (s. 113–140). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Swain, M.B. (2004). (Dis)embodied experience and power dynamics in tourism research. Teoksessa J. Phillimore & L. Goodson (toim.), *Qualitative research in tourism: ontologies, epistemologies and methodologies* (s. 102–118). London: Routledge.
- Tahvainen, K. (2005). Kulttuuria talkootyöllä – Ilosaarirock. Teoksessa A. Ilvonen (toim.), *Yksilö, yhteisö ja kansalaisyhteiskunta* (s. 28–40). Vantaa: Opintotoiminnan Keskusliitto.
- Tanssin Tiedotuskeskus (2012). Tanssii ja Soin VIP-katsojat valittu. Haettu 7.12.2012 osoitteesta www.danceinfo.fi/ajankohtaista/uutiset/tanssii-ja-soin-vip-katsojat-valittu/.
- Terho, H. (2004). Katujen kulkijat ja näyttämöt kaupunkifestivaalissa. Teoksessa R. Laitinen (toim.), *Tilan kokemisen kulttuurihistoriaa* (s. 77–93). (Cultural History – Kulttuurihistoria 4.) Turku: Turun yliopisto.
- Tilastokeskus (2012a). Elinkustannusindeksi. Haettu 26.4.2012 osoitteesta www.stat.fi/til/khi/2012/03/khi_2012_03_2012-04-13_tau_002_fi.html.
- Tilastokeskus (2012b). Sosioekonominen asema. Haettu 15.2.2012 osoitteesta www.stat.fi/meta/kas/sosioekon_asema.html.
- Toivonen, T. (2003). Kyllä salissa huutaa saa: Suomen ensimmäinen rock'n'roll –konsertti. Teoksessa K. Saaristo (toim.), *Hyvää pahaa rock'n'roll: Sosiologisia kirjoituksia rockista ja rockkulttuurista* (s. 19–39). Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Tombs, A.G. & McColl-Kennedy, J.R. (2003). The social servicescape: A conceptual model. Teoksessa M. Saren & A. Wilson (toim.), *Marketing: Responsible and relevant?* (s. 1–7). (Proceedings of the 32nd European Marketing Academy Conference (EMAC), May 20–23rd, 2003, Glasgow.)
- Tribe, J. (2004). Knowing about tourism: epistemological issues. Teoksessa J. Phillimore & L. Goodson (toim.), *Qualitative research in tourism: ontologies, epistemologies and methodologies* (s. 46–62). London: Routledge.
- Tuan, Y-F. (1990). *Topophilia: A Study of Environmental Perception, Attitudes, and Values*. New York: Columbia University Press. (Alkuperäisjulkaisu 1974.)
- Turner, V. (1987). Carnival, Ritual, and Play in Rio de Janeiro. Teoksessa A. Falassi (toim.), *Time Out of Time: Essays on the Festival* (s. 74–90). Albuquerque: University of New Mexico Press.

- Turner, V. (2007). *Rituaali. Rakenne ja communitas*. Helsinki: Suomen Antropologinen seura & Summa. (Alkuperäisjulkaisu 1969.)
- Uhrich, S. & Benkenstein, M. (2010). Sport Stadium Atmosphere: Formative and Reflective Indicators for Operationalizing the Construct. *Journal of Sport Management*, 24(2), 211–237.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience. Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199–216.
- Valkonen, K. & Valkonen, M. (1994). *Festival Fever: Finland Festivals*. Helsinki: Otava.
- Veal, A.J. (2011). *Research Methods for Leisure and Tourism. A Practical Guide*. (4. painos.) Harlow: Prentice-Hall.
- Väestötietojärjestelmä (2011). Kuntien asukasluvut aakkosjärjestyksessä. Rekisteritilanne 31.1.2011. Haettu 9.11.2012 osoitteesta <http://vrk.fi/default.aspx?docid=4258&site=3&id=0>.
- Waitt, G. & Duffy, M. (2010). Listening and Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 457–477.
- Walls, A.R., Okumus, F., Wang, Y. & Kwun, D.J-W. (2011). An epistemological view of consumer experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 10–21.
- Waterman, S. (1998). Carnivals for élites? The cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22(1), 54–74.
- Webropol (2012). Webropol Käyttöopas. Haettu 21.11.2012 osoitteesta www.webropol.com/materiaalit/Webropol_opas_suomi.pdf.
- Wood, E. & Thomas, R. (2006). Measuring cultural values – the case of residents’ attitudes to the Saltaire Festival. *Tourism Economics*, 12(1), 137–145.
- Woosnam, K.M., McElroy, K.E. & van Winkle, C.M. (2009). The Role of Personal Values in Determining Tourist Motivations: An Application to the Winnipeg Fringe Theatre Festival, a Cultural Special Event. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(5), 500–511.
- Wooten, M.H. & Norman, W.C. (2008). Differences in Arts Festival Visitors Based on Level of Past Experience. *Event Management*, 11(3), 109–120.
- Wu, C.H-J. (2007). The impact of customer-to-customer interaction and customer homogeneity on customer satisfaction in tourism service – The service encounter prospective. *Tourism Management*, 28(6), 1518–1528.
- Yle Puhe (2012). Tästä elämästä. 15.6.2012.
- Ylex (2012). Ilosaarirock on ollut menestys. Popuutiset 15.7.2012. Haettu 22.9.2012 osoitteesta <http://ylex.yle.fi/uutiset/popuutiset/ilosaaarirock-on-ollut-menestys>.
- YouTube (2012). Flashmob Finlandia. Haettu 21.2.2012 osoitteesta www.youtube.com/watch?v=jaKko3VGAnY.

LIITE 1. Nettikysely

Suomalaiset kulttuuritapahtumat

Hyvä vastaanottaja,

pyydän apuasi ja kallisarvoista aikaasi (n.15 min) tekeillä olevassa tutkimuksessa. Siinä tarkastellaan erilaisten tapahtumaympäristöjen ja oheispalvelujen merkitystä kulttuuritapahtuman osallistujalle.

Vastauksia käsitellään luottamuksellisesti eikä yksittäistä vastaajaa ole mahdollista tunnistaa. Jos avoimeen kysymykseen annettua vastausta hyödynnetään tutkimustekstissä, mainitaan tapahtuma sekä vastaajan sukupuoli ja ikä.

Kysely tehdään Lapin yliopiston matkailututkimuksen Pro gradu -tutkielmana ja suunnitteilla olevan väitöskirjan osatutkimuksena. Tutkimustuloksia pyritään julkaisemaan tieteellisissä artikkeleissa. Tapahtuman järjestäjälle toimitetaan vain ao. tapahtumaa koskeva kooste, josta ei ole mahdollista tunnistaa yksittäistä vastaajaa.

Lisätietoja antaa FM Maarit Kinnunen, e-mail maakinn@ulapland.fi , puh +358 50 577 9153.

Mitä tapahtumaa vastauksesi koskee? Tutkimuksessa ovat mukana vain alla mainitut tapahtumat. *

- Ilosaarirock
- Provinssirock
- Ruisrock
- Kuhmon Kamarimusiikki
- LuostoClassic
- Kuopio Tanssii ja Soi
- Midnight sun Film Festival (Sodankylän elokuvajuhlat)
- ART Ii Biennaali (Iin Taidebiennaali)
- Naivistit Iittalassa
- Taidekeskus Honkahovin kesänäyttely
- Taidekeskus Retretti

Montako kertaa olet osallistunut tähän tapahtumaan? *

kertaa *

Asutko tapahtumapaikkakunnalla tai onko sinulla siellä vakituinen loma-asunto? *

- Kyllä
- Ei

Montako päivää vietät / vietit tapahtuman yhteydessä tapahtumapaikkakunnalla? *

päivää *

Kuinka kaukana tapahtumapaikkakunnasta asut? Anna arviosi kilometreinä. *

Kotimaan välimatkoja löytyy esim. osoitteesta <http://alk.tiehallinto.fi/www2/valimatkat/index.htm>

kilometriä *

Miksi osallistut / osallistuit tapahtumaan? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

- Tapahtuman teema kiinnosti
- Ohjelma/sisältö on kiinnostava
- Haluan kuulla tiettyä artistia / nähdä tietyn taiteilijan töitä
- Tapahtumalla on hyvä imago
- Tämä kulttuurin alue kiinnostaa minua
- Tapahtumaan osallistuminen on jo perinne
- Haluan tukea tapahtumaa osallistumalla siihen
- Sain liput lahjaksi
- Kumppanini / ystäväni teki päätöksen puolestani
- Tapahtumaan osallistuminen liittyy työhöni
- Vapaa-ajan asuntoni on lähellä
- Tapahtumapaikka on matkan varrella
- Oli kaunis sää
- Tuntemani henkilöt ovat suositelleet tapahtumaa
- Haluan viettää tapahtumassa aikaa läheisteni kanssa
- Yhdistin tapahtuman ja vierailun ystävien / sukulaisten luona
- Haluan pitää hauskaa
- Haluan oppia ja nähdä uutta
- Haluan seurata ihmisiä ja toimintaa
- Olin utelias
- Tapahtuman saama julkisuus herätti mielenkiintoni
- Haluan kehittää itseäni
- Haluan osallistua johonkin ainutlaatuiseen
- Muu, mikä?

Tuletko / tulitko tapahtumaan (voit valita useita vaihtoehtoja): *

- Yksin
- Perheen / kumppanin kanssa
- Ystävän / ystävien kanssa
- Suuremmassa ryhmässä
- Muu vaihtoehto, mikä?

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? Vastaa ajatellen nimenomaan tätä kesätapahtumaa.

	Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Tapahtumaan osallistuvat ihmiset luovat tapahtuman tunnelman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
On hauskaa, että ihmiset pukeutuvat tähän tapahtumaan vapaamuotoisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talkoolaiset vaikuttavat olennaisesti tunnelmaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallisuuden valvojien tulee olla näkyvästi esillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Väenpaljous sopii hyvin tähän tapahtumaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jonottamisen tulee olla hauskaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alueen arkkitehtuuri / miljöö vaikuttaa mielialaani positiivisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuma-alueen tulee olla luonnonkaunis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumapaikan tulee olla puhdas ja siisti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumapaikalla tulee olla vapaasti käytettäviä istumaryhmiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuman aikana tulee voida liikkua (kuljeskella / tanssia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuma-alueen tulee olla somistettu / rakennettu teemaan sopivalla tavalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan jäädä tilaisuuden jälkeen istuskelemaan ja juttelemaan seurueeni kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla myös hiljainen alue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Teknologia

	Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Tapahtumalla tulee olla ajan tasalla olevat nettisivut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seuraan tapahtumaa myös sosiaalisen median (Facebook, Twitter, tms.) kautta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan ostaa tapahtumaliput netistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan käyttää tapahtumakohtaisia mobiilipalveluja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumapaikalla tulee olla ilmainen langaton Internet-yhteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seuraan tapahtuman aikana tapahtuman nettisivuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumapaikalla tulee olla tietokoneita, joista on pääsy nettiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luen tapahtuman nettisivuja myös tapahtuman jälkeen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käyttäisin tapahtuman aikaisia paikannuspalveluja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla nettikameroita, joiden kautta tilaisuuden kulkua voi seurata	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katselisin netistä elävää kuvaa tapahtuma-alueen eri paikoista ja eri tilaisuuksista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjoitan tapahtumasta blogiini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kirjoitan tapahtuman aikaisia tunnelmiani sosiaalisen median palveluihin (Facebook, Twitter, Google Plus jne.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jaan tapahtuman aikana ottamiani valokuvia netissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seuraan tapahtuman nettisivujen keskusteluryhmää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ruoka, juoma ja muut lisäpalvelut

	Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Ostaisin tapahtumassa gourmet-ruokaa, jos sitä olisi tarjolla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla tarjolla lähiruokaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostaisin ruokaa pop-up -ravintolasta (ruokaharrastajien perustama väliaikainen ruokapaikka)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla tarjolla terveellistä ruokaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuman aikana tulee voida ostaa alkoholijuomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen valmis maksamaan palveluista hieman enemmän, jos tuotot menevät hyväksi katsomaani tarkoitukseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lisäpalvelujen (kuljetus, ruoka, vartiointi jne.) tulee olla paikallisesti tuotettuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla myynnissä Reilun Kaupan tuotteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla myynnissä paikallisia tuotteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostaisin tapahtumabrändättyjä tuotteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostaisin tapahtumasta korkealaatuisia design-tuotteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla saatavilla VIP-palveluja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuman oheis- ja lisäpalvelujen määrää ei tule lisätä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muut väittämät 1/2

	Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Paikalle johtavan tieviitoituksen tulee olla selkeä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuma-alueen opastusmerkintöjen tulee olla selkeitä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa myytävän ruoan ainesosien tulee olla selkeästi näkyvillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luen mielelläni juttuja tapahtumassa esiintyvistä artisteista tapahtuman nettisivuilta tai ohjelmalehtisestä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan liikkua tapahtuman aikana ekologisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jätteiden lajittelu ja kierrätyksen edistäminen on tärkeää tapahtuman aikana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee käyttää uusiutuvia energiamuotoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan, että lapset ovat tervetulleita tähän tapahtumaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumassa tulee olla lapsille sopivaa ohjelmaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtuman aikana tulee olla tarjolla lastenhoitopalveluja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osallistuisin tapahtuman aikana järjestettävään, aihepiiriin liittyvään koulutukseen (soitto, laulu, tanssi, maalaus tms)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluaisin itse esiintyä tässä tapahtumassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minä ja seurueeni haluaisimme luoda jotain ammattilaisen opastamana (kuvataide, musiikki, tanssi tms.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluaisin päästä vaikuttamaan siihen, miten kovalla musiikkia soitetaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muut väittämät 2/2

	Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Haluan tietää, mihin tapahtuman ja tapahtumassa tarjottavien palvelujen (mahdolliset) tuotot menevät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sponsoreiden käyttö on hyväksyttävää tällaisessa tapahtumassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Omien arvojeni mukainen tapahtumasponsori vaikuttaa tunnelmaani positiivisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan tutustua tapahtuman aikana paikalliskulttuuriin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan tutustua tapahtuman aikana muiden maiden kulttuureihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Haluan tavata tapahtuman aikana siellä esiintyviä artisteja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osallistuisin tapahtuman aikana tilaisuuteen, jossa artisti kertoo teoksensa synnystä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vähävaraisten tulee saada tapahtumaliput halvemmalla kuin muut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumaan osallistuminen tulee olla mahdollista myös vammaisille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miten tärkeitä seuraavat arvot ovat sinulle? Kysymys koskee omia, henkilökohtaisia arvojasi. Huomaa, että asteikko eroaa edellisestä kysymyksestä.

	Äärimmäisen tärkeä (+++++)	Hyvin tärkeä (++++)	(+++)	Tärkeä (++)	(+)	Ei tärkeä (0)	Periaatteitteni vastainen (-)
Valta (mm. arvovalta, varakkuus, yhteiskunnallinen valta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suoriutuminen (mm. kunnianhimo, menestys, kyvykkyys, vaikutusvalta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielihyvää (mm. mielihyvä, elämästä nauttiminen, itsensä hemmottelu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Virikkeellisyys (mm. vaihteleva ja jännittävä elämä, uskaliaisuus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Itseohjautuvuus (mm. luovuus, vapaus, omien tavoitteiden valitseminen, uteliaisuus, riippumattomuus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Universalismi (mm. laajakatseisuus, sosiaalinen oikeudenmukaisuus, tasa-arvo, maailmanrauha, kauneuden maailma, yhteys luontoon, kypsä elämänyymmärrys, ympäristön suojeleminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyväntahtoisuus (mm. auttavaisuus, rehellisyys, anteeksiantavuus, vastuullisuus, luotettavuus, tosi ystävyys, kypsä rakkaus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perinteet (mm. perinteiden kunnioitus, nöyryys, hurskaus, oman elämänsä hyväksyminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhdenmukaisuus (mm. velvollisuudentuntoisuus, itseuri, kohteliaisuus, vanhempien ihmisten kunnioittaminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallisuus (mm. yhteiskunnallinen järjestys, perheen turvallisuus, kansallinen turvallisuus, puhtaus, palvelusten vastavuoroisuus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sukupuolesi? *

- Mies
- Nainen

Syntymävuotesi? *

(vvvv) *

Mikä on kansalaisuutesi? *

- Suomi
- Muu, mikä?

Mikä on koulutuksesi? Valitse vain yksi vaihtoehto.

- Kansakoulu
- Peruskoulu tai vastaava
- Ammattikoulu tai -kurssi
- Lukio tai ylioppilas
- Opistotason ammatillinen koulutus
- Ammattikorkeakoulu
- Korkeakoulu, alemman asteen tutkinto
- Korkeakoulu, ylemmän asteen tutkinto

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten ammattiasemaasi?

- Yrittäjä
- Ylempi toimihenkilö
- Alempi toimihenkilö
- Työntekijä
- Opiskelija
- Eläkeläinen
- Muu (esim. varusmies/siviilipalvelusmies, työtön, koululainen)

Milloin viimeksi osallistuit tähän tapahtumaan? *

- Vuonna (vvvv):
- En koskaan

Miten kuvailisit tapahtuman tuottamaa kokonaiselämystä? Miten haluaisit tapahtumaa kehitettävän?

Miten tyytyväinen olet tapahtumaan?

7 6 5 4 3 2 1
Erittäin tyytyväinen Erittäin tyytymätön

Miten todennäköisenä pidät sitä, että osallistut tapahtumaan myös tulevina vuosina?

7 6 5 4 3 2 1
Erittäin todennäköistä Erittäin epätodennäköistä

Miten todennäköisenä pidät sitä, että suosittelet tapahtumaa muille?

7 6 5 4 3 2 1
Erittäin todennäköistä Erittäin epätodennäköistä

Mikäli sinuun saa ottaa yhteyttä jatkohaastattelun merkeissä, kirjoita alle sähköpostiosoitteesi tai puhelinnumerosi. Mahdollinen yhteydenotto tapahtuu syys-joulukuun 2012 kuluessa.

Sähköposti

Puhelin

LIITE 2. Puhelinhaastattelukysymykset

Mikä tekee tapahtumasta x poikkeuksellisen ja hyvän?

Mitä hyvä tunnelma sisältää, mikä muodostaa tapahtuman x tunnelman?

Mitä tapahtumassa (ohjelmassa, ympäristössä tai palveluissa) ei saisi missään nimessä tapahtua? Mikä olisi pahinta, mitä voisi tapahtua?

Muistatko vuosien varrelta jotain yksittäistä pientä sattumusta, joka olisi harmittanut sinua tai huonontanut hetkellisesti tunnelmaa?

Muistatko yksittäisiä, pieniä sattumuksia, mitkä saivat sinut hyvälle tuulelle?

LIITE 3. Eläytymistarinoiden kehyskertomukset

Kehyskertomus 1

Kuvittele, että on vuosi 2015. Osallistut tapahtumaan x, missä tunnelma on upea. Olet innostunut tapahtuman poikkeuksellisen hyvästä onnistumisesta. Mitä on tapahtunut? Käytä mielikuvitustasi ja kirjoita siitä pieni kertomus.

Kehyskertomus 2

Kuvittele, että on vuosi 2015. Osallistut tapahtumaan x, missä tunnelma on pilalla. Olet äärimmäisen tyytymätön tapahtumaan. Mitä on tapahtunut? Käytä mielikuvitustasi ja kirjoita siitä pieni kertomus.

Kehyskertomus 3

Kuvittele, että on vuosi 2027. Osallistut tapahtumaan x, missä tunnelma on upea. Olet innostunut tapahtuman poikkeuksellisen hyvästä onnistumisesta. Mitä on tapahtunut? Käytä mielikuvitustasi ja kirjoita siitä pieni kertomus.

LIITE 4. Kosketukset tutkittaviin tapahtumiin

Tapahtuma	Olen tavannut tapahtumajärjestäjän tutkimuksen kuluessa	Olen kirjoittanut tapahtumasta opintojeni kuluessa	Olen käynyt tapahtumassa
Ilosaarirock	Ei	Kyllä (Paikallisten huomiointi tapahtuman järjestämisessä)	Kyllä (2012)
Provinssirock	Kyllä (3 eri henkilöä)	Kyllä (Tapahtumabrändi)	Kyllä (1980-luvulla useita kertoja, 2012)
Ruisrock	Ei	Ei	Kyllä (1980-luvulla useita kertoja)
Kuhmon Kamarimusiikki	Kyllä (3 eri henkilöä)	Kyllä (<i>Importance-Performance – mittausmenetelmä</i>)	Kyllä (2012)
LuostoClassic	Ei	Ei	Kyllä (2012)
Kuopio Tanssii ja Soi	Ei	Ei	Ei
Midnight Sun Film Festival	Ei	Kyllä (Osallistujien luokittelu motivaation pohjalta)	Kyllä (1980-luvulla)
Art Ii Biennaali	Kyllä (1 henkilön)	Ei	Kyllä (2012)
Honkahovi	Ei	Ei	Ei
Naivistit Iittalassa	Kyllä (1 henkilön)	Ei	Kyllä (2012)
Retretti	Ei	Ei	Kyllä (1980- ja 1990-luvulla)