

Irrallinen tapahtumatila vai kaupunkilähtöinen elämys?

– paikan rooli kulttuuritapahtumaan liittyvissä kulutuskokemuksissa

Minttu Karppinen ja Pirjo Laaksonen

TIIVISTELMÄ

Tässä artikkelissa ollaan kiinnostuneita kulttuuritapahtuman ja paikan välisistä jännitteistä. Tutkimuksen tarkoituksena on rakentaa ymmärrystä siitä, mikä rooli paikalla on kulttuuritapahtumaan liittyvissä kulutuskokemuksissa. Tutkimuskysymystä lähestytään teoreettisesti elämyskuluttamisen viitekehyksen kautta, jolloin kulttuuritapahtuman yhtenä tavoitteena voidaan pitää ainutlaatuisen tapahtumaelämyksen synnyttämistä. Empiirisessä osiossa tarkastellaan erästä keskiuureen Suomen kaupunkiin monistettua festivaalikonseptia ja siihen liittyviä kulutuskokemuksia. Aineisto koostuu festivaalikävijöiden ottamista valokuvista ja kuviin liittyvistä haastatteluista. Aineiston analyysissä arvioidaan tapahtuman ja tapahtumakaupungin välisiä jännitteitä elämyksellisyyden näkökulmasta. Tutkimus paljasti tapahtuman ja kaupungin väliset kokemukselliset rajapinnat, ja osoitti paikalla olevan lopulta merkitystä siinä, miten kokonaisvaltaisesti festivaalikuluttajat festivaalin kokevat. Tutkimustulosten mukaan tutkimuksen kohteena ollut tapahtuma rajautui tapahtumakävijöiden kokemuksissa lopulta kaupungista irrallisena, keinotekoisena tapahtumatilana, joka ei täyttänyt elämyksellisyyden kriteereitä. Tutkimus osoitti, kuinka sekä festivaalimatkailijat että paikalliset festivaalikävijät hakevat festivaalikulutuksessaan aktiivisesti myös paikkakokemuksia ja näin ollen tapahtumakontekstin elämyksellisyyttä määrittää lopulta tapahtuman ja kaupunkitilan välinen vuorovaikutus. Saadut tutkimustulokset antavat lopulta myös käytännön implikaatioita siihen, miten kulttuuritapahtumien elämyksellisyyttä rakentuu nyt ja tulevaisuudessa.

JOHDANTO

Kulttuuritapahtumiin liittyvien kulutuskokemusten tarkastelu näyttäytyy ajankohtaisena, sillä kulttuurista on tullut yhä enenevässä määrin osa kuluttajien elämyshakuista elämäntapaa, ja näin ollen kulutuskohteiden muiden tuotteiden rinnalle (vrt. Mäenpää 2007: 185). Kehityksestä johtuen yhä useammat kaupungit ja paikkakunnat pyrkivät luomaan houkuttelevia ja elämyksellisiä paikkabrändejä ja imagoja kulttuurin ja erilaisten tapahtumien ja festivaalien avulla. Kulttuuritapahtumien on kuitenkin kritisoitu muut-

tuneen niiden kaupallistumisen myötä standardikaavalla toteutetuiksi tarjomiksi. On puhuttu festivaalien ylituotannosta (mm. Getz 2007: 21) ja "universaalisen kulttuurisen tilan" kasvusta (Rojek 1995: 146), jolla viitataan siihen, että yksilön on mahdollista kokea "samat esteettiset ja spatiaaliset ominaisuudet, missä tahansa maailmanosassa". Pelkona on, että festivaalien samankaltaistuessa tapahtumakävijän on vaikea löytää ja kokea kulttuurista autenttisuutta ja oikeita elämyksiä. MacLeod (2006) viittaa kehityksen johtavan "*paikattomiin*" festivaaleihin, joilla ei ole mitään kiinnekohtaa itse paikkaan, jossa festivaali järjestetään (vrt. myös Relph 1976; Augé 1995). Heikkoutena standardeissa festivaalikonsepteissa on nähty niiden irrallisuus paikallisista resursseista ja kulttuurisista tarpeista (Quinn 2005: 938).

Onko kulttuuritapahtuma tuote, jonka voi leikata ja liimata paikasta toiseen, ja miten kuluttaja kokee monistetun tapahtumakonseptin? Tässä tutkimuksessa arvioidaan elämyskuluttamisen viitekehyksessä tapahtuman ja paikan välisiä jännitteitä. Aikaisempi tutkimus tapahtumakävijöiden kokemuksista on keskittynyt lähinnä kävijöiden tyytyväisyyteen, motivaatioon sekä itse tapahtumakokemukseen (Bourdeau ym. 2001; Yuan ym. 2005; Morgan 2008), mutta paikka osana kuluttajien kokemuksia on sen sijaan jäänyt vähemmälle huomiolle tapahtumien tutkimuksessa. Paikan käsitettä lähestytään tutkimuksessa laaja-alaisemmin kuin pelkkänä objektiivisena ja faktisena sijaintina (vrt. Karjalainen 1997: 229–230) tai "alustana" tapahtumien, tuotteiden ja palveluiden tuottamiselle. Tutkimuksessa nojataan pikemminkin käsitykseen, jonka mukaan myös paikka itsessään voi olla kulutuksen kohde tai oleellinen osa kulutuksen kohteena olevaa tuotetta (Lorentzen 2009: 834), kuten kulttuuritapahtumaa.

Koska kulttuuritapahtumat ovat kehittyneet vahvoiksi matkailullisiksi attraktioiksi, on tutkimuksen kysymyksenasettelulla yhtymäkohtia myös matkailun tutkimuksen keskusteluihin. Matkailu- ja elämystutkimuksen kentällä on keskusteltu paljon kokemusten autenttisuudesta matkailullisten tuotteiden kohdalla. MacCannell (1976) on esittänyt, että matkailukokemukset ovat yhä enenevässä määrin lavastettuja ja epäaitoja ja siten irrallaan paikan todellisuudesta. Hänen näkemyksensä mukaan matkailutuote, tässä tapauksessa kulttuuritapahtuma, on autenttisuuden näkökulmasta lavastettu ympäristö (*front stage*), kun taas aito ympäristö (*back stage*) nähdään erillisenä ja saavuttamattomissa olevana ympäristönä. Tutkimuksessa sovelletaan tätä ajatusta tapahtumakontekstin jaosta *front stageen* (tapahtuma) ja *back stageen* (paikka), mutta tarkoituksena ei ole kuitenkaan arvioida kulttuuritapahtuman ja paikan välisen suhteen autenttisuutta sanan objektiivisessä merkityksessä. Ajatus yhdestä oikeasta kulttuurisesti ja historiallisesti autenttisesta tapahtumasta tai festivaalista nähdään niin ikään kestävämmänä, sillä yksilöiden autenttisuudelle antamat merkitykset ovat toisaalta hyvin subjektiivisia (Tarssanen & Kylänen 2006: 142–143). Sen sijaan tämän tutkimuksen viitekehyksessä kulttuuritapahtumaa tarkastellaan uskotavuuden näkökulmasta (vrt. Tarssanen & Kylänen 2006: 143), jolloin tapahtuman aitouden määrittää lopulta se, miten hyvin tapahtuma pystyy omalla tyylillä ja teemallaan synnyttämään elämyksiä – oli kyseessä monistettu konsepti tai ei.

Tutkimuksen empiriassa tarkastellaan erästä monistettua festivaalikonseptia, joka kiersi saman kesän aikana usealla Suomen eri paikkakunnalla. Tutkimuksen aineisto kerättiin yhdeltä festivaalipaikkakunnalta. Aineisto koostuu tapahtumakävijöiden festivaalilla ja kaupungilla ottamista valokuvista ja valokuvaan liittyvistä haastatteluista, joiden avulla pyritään avaamaan kuviin liittyviä kulutuskokemuksia sekä tapahtuman ja paikan välisiä jännitteitä. Tutkimuksen tarkoituksena on rakentaa ymmärrystä siitä, mikä rooli paikalla on kulttuuritapahtumaan liittyvissä kulutuskokemuksissa. Lopuksi artikkelissa pohditaan millaisia implikaatioita tutkimustulokset antavat tapahtumien elämyksellisyyden kehittämiseen käytännössä.

TAPAHTUMAEELÄMYS JA KAUPUNKI

Perinteisesti erilaisten kulttuuritapahtumien ja festivaalien tarkoitus on liittynyt vankasti paikallisyhteisön ja -kulttuurin traditioihin, pyrkien näin paikkakuntalaisten elämänlaadun parantamiseen sekä yhteisten arvojen, identiteetin ja jatkuvuuden vahvistamiseen (Cantell 1999: 18–22, Hughes 2000: 91, Kainulainen 2005: 62–63). Sittemmin tapahtumien merkitysulottuvuuksissa ovat korostuneet myös aluetaloudelliset päämäärät (vrt. Mäenpää 2007: 185), kun kulttuuri on alettu nähdä voimavarana elämisyhteiskuntaan (vrt. Schulze 1992; Pine & Gilmore 1998) ja symbolitalouteen (Zukin 1995) pohjautuvassa kaupunkien välisessä kilpailussa ja paikkabrändin kehittämässä.

Nykyään festivaaleja järjestäänkin lähes poikkeuksetta viihteen ja elämysten tarjoamiseksi myös ulkopaikkakuntalaisille (MacLeod 2006: 229–230), ja niiden avulla pyritään luomaan imagollista kilpailuetua kaupungeille. Myös tutkimuksissa on enenevässä määrin alettu tarkastella tapahtumia matkailullisina attraktiona tai alueiden konkreettisina ja imagollisina vetovoimatekijöinä ja brändääjinä (esim. Reid 2006; Che 2008). Tapahtumat on usein nähty helposti markkinoitavissa olevina kokemuksina, jotka Morganin (2008: 91) mukaan tarjoavat arjesta erillisen tilan ja ajan, ja siten oivalliset puitteet ainutlaatuisten elämysten syntymiselle (ks. myös Lehtovuori 2000: 106–107). On sanottu, että etenkin kaupunkifestivaali on elämys, joka murtaa kaupungin jokapäiväiset tilalliset rutiinit ja kyseenalaistaa tutulla tavalla tulkitun kaupunkitilan, tuottaen arjesta poikkeavia odottamattomia kokemuksia kuluttajalle (vrt. Johansson & Kociatkiewicz 2011: 396). Tapahtumakulutuksen voidaankin nähdä laajenevan itse ydinattraktion eli kulttuuritapahtuman kuluttamisen lisäksi myös laajemmin tapahtumakaupunkiin eli paikkaan (vrt. Andersson, Larson ja Mossberg 2009: 149). Tämän on todettu tuovat sekä taloudellista että imagollista hyötyä elämisyhteiskunnassa kilpaileville tapahtumakaupungeille, mistä johtuen yhä useammat kaupungit ja maaseutualueet haluavat oman festivaalinsa (vrt. Richards & Wilson 2006).

Tapahtumien suosion lisääntyessä alkuperäisyys korvataan kuitenkin usein kopiaimalla tai monistamalla olemassa oleva tapahtumakonsepti omalle paikkakunnalle. Tutkimuskirjallisuudessa kehitystä on kritisoitu ”kulttuurin sarjatuotantona” (Harvey 1989) tai ”McDonaldisaationa” (Ritzer & Liska 1997). On esitetty, että tämänkaltaisissa tapahtumissa on hyvin vähän luonnollista ja spontaania kaupunkiin liittyvää toiminnallisuutta, ja että fes-

tivaalit ovat vain irrallisia lavastettuja tiloja kaupungissa (ks. Quinn 2003: 63), mikä ei välttämättä tee festivaalikokemuksesta tai paikkakunnasta erikoislaatuista (Quinn 2005: 937).

Paikkojen edistämisen näkökulmasta tapahtumatuotannon prosessien tulisi-kin liittyä laajemmin paikkojen ja kaupunkitilojen tuottamiseen (vrt. Andersson 1997; Harris 2007), mikä luo olemassa olevaan pohjautuvia, mutta uudenlaisia ja omaleimaisia elämyskonteksteja sekä paikkakuntalaisille että matkailijoille. Seuraavassa luvussa pyrimme ensin vastaamaan kysymykseen mikä on elämyskonteksti, ja millaisten kokemuksellisten ulottuvuuksien kautta sen voidaan nähdä rakentuvan. Jälkimmäisissä luvuissa ajatusta elämyskontekstista sovelletaan edelleen empiriaan, ja arvioidaan tutkimuksen kohteena olevan festivaalin ja festivaalikaupungin välillä ilmeneviä jännitteitä kuluttajan kokemuksen näkökulmasta.

TAPAHTUMAKONTEKSTIN KOKEMUKSELLINEN JÄSENTÄMINEN

Kokemukselliset avaukset ovat viime vuosina nousseet tapahtumatutkimuksen ja matkailun tutkimuksen piirissä perinteisten manageriaalisten lähestymistapojen rinnalle. Esimerkiksi Morgan (2006) on peräänkuuluttanut entistä parempaa ymmärrystä vapaa-ajan tarjoomiin, kuten tapahtumiin, liittyvistä kokemuksista. Richard & Wilson (2006) puolestaan korostavat että matkailijoiden omaa luovuutta ja osallistumista tulisi hyödyntää enemmän kulttuurimatkailun tuotteissa. Heidän näkemyksensä mukaan kulttuurimatkailu tulisi nähdä pelkkien kulttuuristen tuotteiden tai tapahtumien kuluttamisen sijaan luovien speaktaakkeliin tai ”tilojen” (*space*) kuluttamisena.

Myös kulutustutkimuksen kentällä kulutuksen kokemuksellisuutta ja elämyksellisyyttä on tutkittu jo vuosikymmeniä, etenkin vapaa-ajan tuotteiden kulutuksen osalta. Näissä tutkimuksissa *paikka* ja kuluttajan aktiivisuus tuossa ympäristössä näyttäytyy usein merkittävänä kokemusta muovaavana tekijänä. Arnould ja Price (1993) tutkivat koskenlaskuun liittyviä elämyksiä ja tunnistivat ympäröivän luonnon merkityksen kuluttajien kokemuksissa ja tyytyväisyydessä. Kozinets (2002) puolestaan tutki Nevadan aavikolla järjestettävää Burning Man -tapahtumaa, jossa tapahtuman karu ja eristäytynyt fyysinen ympäristö toimi yhtenä edellytyksenä vahvan sosiaalisen tilan ja yhteisöllisyyden rakentumiselle. Tumbat & Belk (2013) tukivat kaupallista vuorikiipeilyä Mount Everestillä, ja korostavat puolestaan, että palveluntarjoajat (oppaat) ja kuluttajat (kiipeilijät) vaikuttavat lopulta yhdessä elämyksen syntymiseen markkinoijan luomissa puitteissa. Yhteistä näille konteksteille näyttäisi olevan se, että ne tarjoavat jollain tapaa arjesta erilisen tilan, ajan ja paikan, mikä mahdollistaa ainutlaatuisen elämyksen syntymisen.

Se miten elämys puolestaan syntyy, liittyy erityisten kokemuksellisten elementtien korostumiseen. Elämyksen on määritelty olevan *mentaalinen matka*, joka jättää kuluttajalle muistijäljen jostain ainutlaatuisesta (Sundbo & Hagedorn-Rasmussen 2008: 83). Tässä artikkelissa elämyksen nähdään syntyvän tiettyjen kriteereiden kautta, jotka ovat Tarssasta ja Kylästä (2006: 140–147) mukailen *ainutlaatuisuus, uskottavuus, tarina, moniaisti-*

suus, kontrasti ja yhteisöllisyys. Ollakseen elämys festivaalin on täytettävä edellä mainitut kriteerit.

Festivaalikulutukselle on luonteenomaista siitä haettujen kokemusten moniulotteisuus (vrt. Morgan 2006), mikä tekee elämyksellisen tapahtuman tuottamisesta haasteellista. Kulutuskokemuksen eri ulottuvuuksia on tarkastellut muun muassa Schmitt (1999), joka jakaa kulutuskokemukset viiteen eri tyyppiin: aistikokemuksiin (*SENSE*), tunnekokemuksiin (*FEEL*), kognitiivisiin kokemuksiin (*THINK*), toiminnallisiin kokemuksiin (*ACT*) sekä sosiaalisiin kokemuksiin (*RELATE*). Schmittin (1999) näkemystä mukaillen tapahtumakulutus jäsentyy yllä mainittuihin ulottuvuuksiin, joiden kautta tapahtumaelämykset lopulta rakentuvat.

Matkailun tutkimuksen saralla kokemukseen on katsottu vaikuttavan fyysiset tekijät, sosiaaliset tekijät sekä matkailukokemusta tukevat tuotteet ja palvelut (Quinalan Cutler & Carmichael 2010: 8). Nämä nähdäänkin artikkeleissa keskeisinä festivaalikulutuksen kokemusulottuvuuksia vahvistavina tekijöinä. Edellisten lisäksi festivaalikävijän kokemukseen vaikuttavat myös sellaiset tekijät, jotka eivät ole osa tätä hetkeä, vaan pikemminkin muistoja tai mielikuvia festivaaliin tai tapahtumakaupunkiin liittyen (vrt. Puustinen & Rouhiainen 2007: 196). Etenkin festivaalituristien kohdalla festivaalikaupungista aikaisemmin kuultu ja kuuleman perusteella muodostuneet mielikuvat vaikuttavat osaltaan yksilön motivaatioon, ajatuksiin ja odotuksiin, ja tätä kautta nykyhetken kokemiseen (vrt. Urry 2002).

Schmittiä (1999) ja Quinalan Cutleria ja Carmichaelia (2010) mukaillen tapahtumakonteksti voidaan jakaa karkeasti ottaen fyysiseen tilaan ja koettuun tilaan. Lefebvre (1991) on esittänyt, että tila ei ole pelkkä fyysinen tila, vaan sillä on aina jokin merkitys, jonka sosiaalinen ja kulttuurinen toiminta yleensä määrittelee. Tässä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita tutkimaan tilaa kuluttajien elämismaailmasta käsin, jolloin tila saa merkityksensä ja rajansa vasta moniulotteisen kulutuskokemuksen kautta. Esimerkin tilan moniulotteisesta merkityksestä tarjoaa Laaksosen ym. (2008) malli, joka jäsentää kaupunkia kulutuksellisten tilojen kautta. Kuvio 1. mukailee Schmittin (1999) ja Quinalan Cutlerin ja Carmichaelin (2010) lisäksi myös Laaksosen ym. (2008) esittämää näkemystä.

Kuviossa 1. tapahtuma käsitteellistetään kuluttajan kokemukseksi, jota eri tilalliset ulottuvuudet määrittävät. Fyysinen tila on niin ikään olemassa ilman havaitsijaa, mutta havaitsijan aistiessa ympäristön elementtejä ja ärsykeitä fyysinen tila muuttuu koetuksi tilaksi (vrt. Seaton & Bennett 1996: 74–75). Koettu tila muodostuu siten havaittavissa olevan fyysisen ympäristön ja sosiaalisen, toiminnallisen ja emotionaalisen tilan sekä mielikuvien yhteisvaikutuksesta. Näin tyhjästä ja tuntemattomasta tilasta tulee ihmisen kokemuksen, muistojen ja tilaan liittyvien merkitysten kautta merkityksellinen ja rajattu *paikka* (vrt. Junkala 1999: 22).



Kuvio 1: Kokemukselliset tilat tapahtumakontekstin jäsentäjinä

Fyysisellä tilalla (vrt. Kuvio 1.) tarkoitetaan aineellista ympäristöä, joka on aistein havaittavissa (vrt. McClinchey & Carmichael 2010: 64). Festivaalin kohdalla tällaisia aineellisten tilojen ilmentymiä ovat esimerkiksi luonnollinen ja rakennettu ympäristö sekä tapahtumaan liittyvä kulutusympäristö (vrt. Parr 2007). Tapahtuman fyysisen tilan elementit, kuten visuaaliset ärsykkeet tai esimerkiksi alueen fyysinen sijainti, määrittävät edelleen tapahtuman tyyliä ja luovat kuluttajalle kokonaisvaikutelmia. *Koettu tila* puolestaan jakautuu *sosiaaliseen, toiminnalliseen, mielikuvien ja tunteiden* tilaan (vrt. Schmitt 1999: RELATE, ACT, FEEL), jotka usein limittyvät keskenään. Tämä koettu tila on jokaiselle subjektiivinen ja siten aineettomampi ja näkymättömämpi kuin fyysinen tila.

Sosiaalinen tila viittaa yhteisöllisyyteen ja sosiaaliseen vuorovaikutukseen kuluttajien välillä. Festivaali on tila, joka kutsuu ihmiset yhteen ja täten festivaaliin liittyvät kokemukset ovat jatkuvasti sosiaalisesti välittyneitä (vrt. Kozinets 2002; Selstad 2007). Arnould & Price (1993: 34) nimittävät tätä termillä *communitas*, jolla he viittaavat tutkimuksensa löydöksiin koskenlaskijoiden välille syntyneestä yhteisöllisyyden tunteesta.

Toiminnallinen tila puolestaan tarjoaa puitteet erilaisille käyttäytymismuodoille ja aktiviteeteille (vrt. Laaksonen ym. 2008: 5). Yksilö ei koe tilaa vain passiivisesti aistien kautta vaan myös aktiivisesti tekemällä, liikkumalla tai olemalla. Toiminnallisessa tilassa korostuu ennen kaikkea kuluttajan aktiivisuus. Nykykuluttajaa luonnehtii tietynlainen seikkailunhakuisuus Gabriel & Lang 2006: 64) ja halu löytöretkeillä, johon festivaali voi tarjota houkuttelevan kontekstin.

Edellisten lisäksi festivaalilla syntyviin kulutuskokemuksiin vaikuttaa *mielikuvien tila*, eli paikassa aikaisemmin koettu ja mahdolliset odotukset (ks. McClinchey & Carmichael 2010: 63, 69–72), sekä *emotionaalinen tila*. Emo-

tionaalinen tila on elämyksellisyyden näkökulmasta tiloista tärkein, sillä varsinaiset elämykset syntyvät vasta voimakkaiden positiivisten mielialojen, tunnetilojen ja tunteiden kautta (vrt. Tarssanen & Kylänen 2006: 139; Schmitt 1999: 122–123). Festivaalitunnelma on emotionaalista tilaa vahvasti määrittävä tekijä, jonka lisäksi myös pelkillä fyysiseen ympäristöön liittyvillä ominaispiirteillä, kuten maisemalla tai sen kauneudella on myös todettu olevan tunteita herättävä vaikutus (esim. Kianicka, Buchecker, Hunziker & Muller-Boker 2006). Kuvion 1. keskusta *emotionaalinen tapahtumakonteksti* rakentuu siten fyysisen tilan ja koetun tilan yhteisvaikutuksesta. Mitä positiivisempia kontekstin kokemukselliset tilat ovat, sitä vahvempia positiivisia tunteita ja elämyksiä se synnyttää. Vastaavasti negatiiviset kokemustilat synnyttävät negatiivisia tuntemuksia tapahtumaa kohtaan.

Kuvio 1. kuvaa, kuinka kokemukset ovat lopulta dynaamisia ja moniulotteisia, ja kuinka eri kokemustilat ovat vahvasti yhteydessä toisiinsa. Esimerkiksi vahva toiminnallinen tila ja siihen liittyvät aktiviteetit lisäävät sosiaalista vuorovaikutusta ja toisin päin. Festivaalin fyysinen tila, esimerkiksi festivaalialueen sijainti, saattaa puolestaan vaikuttaa olennaisesti festivaalin tunnelmaan ja mielikuvien vahvistumiseen, ja sitä kautta mielipiteiden muodostumiseen itse festivaalista ja tapahtumakaupungista.

TUTKIMUKSEN METODOLOGISET VALINNAT

Tutkimuksen aineisto kerättiin kesällä 2011 eräällä keskisuurella Suomen paikkakunnalla järjestetyllä musiikkifestivaalilla. Kyseinen festivaali on Suomen eri kaupunkeja kiertävä kesätapahtuma, ja siten tyypillinen esimerkki tapahtumakonseptin monistamisesta kaupunkiin. Festivaali tarjoaa myös mielenkiintoisen empiirisen esimerkin tutkimusongelmaan eli paikan roolin arvioimiseen. Aineiston analyysin tavoitteena on arvioida festivaalikuluttajien kokemuksia kuviossa 1. esitetyn viitekehyksen valossa sekä tunnistaa kokemuksellisia jännitteitä festivaalin ja kaupunkitilan välillä.

Elettyjen kokemusten tutkiminen on varsin haasteellista, sillä kokemukset eivät välttämättä kestä muuttumattomina ajan kuluessa (Aho 2001: 46). Esimerkiksi Lee, Dattilo & Howard (1994) ovat nähneet tarpeellisenä mitata vapaa-ajan kokemuksia välittömästi niiden synnyttyä. Myös tässä tutkimuksessa kokemuksiin haluttiin päästä käsiksi mahdollisimman suoraan niiden ajallisessa ja tilallisessa kontekstissa. Empiirinen aineisto koostuu tapahtumakävijöiden itse ottamista valokuvista ja kuvien pohjalta toteutetuista haastatteluista. Valokuvahaastattelujen lisäksi festivaaliviikonlopun aikana suoritettiin 13 kenttähaastattelua tapahtuma-alueella.

Valokuvaamiseen osallistui yhteensä 13 tapahtumakävijää, jotka olivat iältään 16–28-vuotiaita. Tutkittavat valittiin harkinnanvaraisen otannan avulla. Tutkimusongelman kannalta oli oleellista, että tutkimukseen saatiin mukaan monipuolisesti sekä paikkakunnalla asuvia että ulkopaikkakunnilta tulleita festivaalikävijöitä. Koska tutkimusta ohjaa teoriasidonnainen näkökulma, ei empiirisessä tutkimuksessa haluttu teorian ohjaavan liikaa aineiston keruuta. Tutkittavien ohjeistuksessa ei siten annettu liian yksityiskohtaisia ohjeita valokuvaamiseen, vaan tarkoituksena oli päästä mahdollisimman lähelle tutkittavien omia kategorisointeja ja arviointeja festivaalikokemukseen liit-

tyen. Näin pyrittiin minimoimaan tutkijan vaikutus tapahtuman kokemuksellisen kontekstin rajaamisessa. Koska tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita paikan roolista tapahtuman kokemukseksessa, annettiin tutkittaville vapaus valokuvata festivaalikoemuksiaan riippumatta siitä liittyikö kokemus itse festivaaliin tai festivaalikaupunkiin. Lisäksi tutkittavia pyydettiin valitsemaan ottamistaan kuvista 12–15 heidän mielestään tärkeintä kuvaa haastattelutilannetta varten. Määrän rajaamisella pyrittiin siihen, että tutkittavat joutuisivat todella miettimään *mitkä* otetuista kuvista ovat tärkeimpiä ja *miksi*.

Vapaa-ajan ja matkailun tutkimuksessa (ks. Stedman ym. 2004: 584; Garrod 2008: 385–386) valokuvausmetodin on sanottu tarjoavan tiettyjä etuja muun muassa sen kontekstisidonnaisuuden vuoksi. Valokuvat sijoittuvat aina johonkin tiettyyn fyysiseen ympäristöön tai maisemaan, joka ei välttämättä tulisi tutkijan tietoon pelkkiä abstrakteja haastattelukysymyksiä tekemällä. Näin ollen valokuvat mahdollistavat esimerkiksi tilanteiden tai paikkojen uudelleen kokemisen tai muistelun (Selby 2004: 153). Tässä tutkimuksessa valokuvien pohjalta toteutetuilla haastatteluilla (vrt. Andersson Cederholm 2012) pyritään paljastamaan valokuviiin varastoidut kokemukset ja niiden tilalliset ulottuvuudet.

Haastatteluissa tutkittavien annettiin aluksi vapaasti kertoa ottamistaan valokuvista, jonka jälkeen tutkija kysyi kuvien sisältöä avaavia kysymyksiä. Lisäksi hyödynnettiin teemahaastattelua, jonka teemat perustuivat kuvion 1. kokemuksellisiin tiloihin. Aineistoa analysoitiin sisällönanalyysin avulla. Analyysissä huomioitiin sekä valokuvien itsessään tarjoama sisältö että niistä syntynyt keskustelu. Kokonaiskuvan muodostamiseksi aineistosta valokuvat luokiteltiin ensin niiden sisällön mukaan, jonka jälkeen analysoitiin laajemmin kuviin liittyvää haastatteluaineistoa. Tarkoituksena oli arvioida mitä kokemuksellisia sisältöjä tapahtumakonteksti ja paikka sen osana saavat.

Valokuvaus-metodia käytettäessä on syytä huomioida metodin vaikutus aineiston laadukkuuteen. Valokuviiin tulee suhtautua kriittisesti esimerkiksi niiden aitousongelman vuoksi. Crang (1997) on esittänyt, että kuvaaja saattaa ottaa valokuvia pikemminkin vallalla olevista kuvaustrendeistä kuin sisällöllisistä lähtökohdista käsin, mikä näyttäytyy ongelmallisena tutkimuksen laadukkuuden näkökulmasta. Henkilökohtaisten haastatteluiden asema tutkimuksessa liittyykin vahvasti laadukkuuden lisäämiseen. Tutkimuksen rajoituksena on lisäksi todettava sellaiset aineistoon vaikuttavat tekijät, jotka liittyvät tutkimuksen ajalliseen luotettavuuteen, kuten sääolosuhteet. Aineistonkeruun aikana vallinneiden huonojen sääolosuhteiden vaikutus onkin syytä huomioida tapahtumakävijöiden negatiivissävytteisissä kokemuksissa.

FESTARIKÄVIJÖIDEN KOKEMAA - TAPAHTUMAKONTEKSTIN JÄSENTYMINEN SUHTEESSA KAUPUNKIIN

Empiirisen tarkastelun kohteena olevaa tapahtumaa lähestytään tutkimuksessa holistisesta näkökulmasta. Tapahtumakonteksti ei rajoitu esimerkiksi pelkkään tapahtuman ohjelmatarjontaan vaan sen voidaan ajatella laajenevan yli ydintuotteen kuluttamisen (vrt. Morgan 2006). Junkala (1999: 21)

korostaa tilan jäsentyvän fyysisten rajojen ohella myös sosiaalisten, symbolisten ja mentaalisten raja-aitojen kautta, mikä laajentaa käsitystä festivaalin rajoista.

Suuri osa tutkimukseen osallistuneiden ottamista valokuvista sijoittui itse tapahtuma-alueelle. Näin myös haastatteluissa korostuivat tapahtuman synnyttämät ydinkokemukset, jotka liittyivät varsinaiseen ydintuotteeseen kuten ohjelmatarjontaan, festivaali-alueella tapahtuvaan toimintaan tai festivaalin luomiin vaikutelmiin. Nämä kokemukset syntyivät tapahtuman *primaarisessa kontekstissa*, joka on usein tarkkaan teemoitettu ja lavastettu ympäristö. (vrt. Sundbo & Hagedorn-Rasmussen 2008: 97).

Festivaalialueeseen liittyvien kokemusten lisäksi valokuvat ja haastattelut paljastivat myös festivaalialueen fyysisten rajojen ulkopuolella nähtyä, tehtyä ja koettua. Vaikka festivaalille mentiin ensisijaisesti artistien vuoksi, toimi tapahtuma myös matkailullisena alustana muiden matkailullisten oheisattraktioiden kokemiselle kaupungissa: *”Sit oli just hauskaa ku ei ollu koskaan käynny tuolla, niin pääsi näkeen kaupunkiakin samalla.”* (Haastattelu 8) Festivaalialueen ulkopuolelle levittyvä tapahtumakonteksti määritellään tässä tutkimuksessa tapahtuman *sekundaarisena kontekstina*, joka liittyy usein tapahtumakaupungin tarjoamien oheisattraktioiden kokemukselliseen kuluttamiseen. Tästä sekundaarisesta kontekstista käytetään tutkimuksessa nimitystä *kaupunkitila*, jolla tarkoitetaan sekä maantieteellistä paikkaa ja tapahtumakaupunkia että koettua tilaa, eli kaupungilla koettua tunnelmaa – paikan henkeä (ks. Puustinen & Rouhiainen 2007: 195; Derrett 2003: 50). Seuraavaksi arvioidaan aineiston valossa jäsentyykö festivaali osana kaupunkitilaa tutkittavan festivaalin tapauksessa. Kiinnostuksen kohteena on analysoida aineistosta ilmeneviä festivaalin ja kaupungin välisiä jännitteitä elämyksellisyyden näkökulmasta.

Tutkimukseen osallistuneiden tapahtumakävijöiden kokemuksissa esiintyy niin fyysiseen kuin koettuunkin tilaan liittyviä tekijöitä. Bowdin ym. (2011: 410, 495) esittävät tapahtuman fyysisen puitteiston olevan kriittinen tekijä tapahtumakävijän tyytyväisyydessä. Tapahtumakontekstin *fyysistä tilaa* määrittä suuresti festivaalialueen fyysisten puitteiden luomat kokonaisvaikutelmat: *”Tää alue on niinku lumenkaatopaikka”* (Kenttähaastattelu 5), *”Toi oli sit vähä niinku joku urheilukenttä tai joku semmonen.”* (Haastattelu 8) Enemmistö haastatteluista ei kokenut festivaalialuetta visuaalisesti miellyttävänä, ja alueen koettiin olevan tyyliltään uskottavampi muuhun tarkoitukseen. Alueen kolkkouden aiheuttamat aistikokemukset tekivät fyysisestä tilasta negatiivisesti koetun tilan, minkä vuoksi monet tutkittavat lähtivät konserttien väliajoilla kohti kaupunkia ja miellyttävämpiä kokemustiloja.

Fyysisen tilan tasolla festivaalikonteksti jäi paikattomaksi tilaksi, joka rajasi vahvasti kaupungin omaleimaiset fyysiset puitteet festivaalialueen ulkopuolelle: *”Se ois kivempi jos se ois tossa jossain rannalla niin se lois semmosta omanlaista tunnelmaa.”* (Haastattelu 6) Festivaalikaupungin fyysinen ympäristö loi positiivisia tunteita eri aistien tasolla, mutta kaupungin ja festivaalin välillä ei kuitenkaan koettu tämän osalta jatkuvuutta:

Toi oli tosi kiva, kaikki ne veneet ja sit täst ku lähti joku silta tänne vedelle päin ja siel oli semmonen pieni saareke niin sit me oltiin sielä ja hengattiin jonku aikaa sielä saarella. [...] Mut siel oli kyl ihan iha-

naa, ja aurinko alko just paistaa, niin se oli paras osa kaupunkia kyl. Et kyl se heti ku on vettä ja aurinkoo niin se on ihanaa. (Haastattelu 8)

[...] Mun mielestä toi alue on ihan karsee, että kun tää kaupunki on niin ihana kaupunki ja merellinen kesäkaupunki, niinku täydellinen kesäkaupunki, niin sitten mun mielestä on ihan järkyttävä vääryys, että toi festari laitetaan niinku maakuoppaan, niinku jonnekin perimmäiseen nurkkaan. (Haastattelu 11)

Aineiston valossa festivaalin *sosiaalinen tila* puolestaan levisi tapahtuma-alueen fyysisten rajojen ulkopuolelle, jossa tuttuja tavattiin joko ennen festivaalia [...] *että kokoonnuttiin ennen sitä ja juotiin hieman viiniä ja juteltiin mukavia*” (Haastattelu 7), tai sen jälkeen: *”Meidän mielestä oltiin nähty jo niin monta bändiä, että menttiin jonnekin kotibileisiin ja sitten menttiin puistoon ja laiturille [...]”* (Haastattelu 2). Tapahtumakonteksti laajeni sosiaalisen tilan tasolla kaupungin julkisiin tiloihin kuten puistoihin, ravintoloihin ja baareihin:

Me mentii baariin yhdelle pohtimaan vähä festarin tapahtumia ja mikä oli hyvää ja mikä huonoa ja kelaamaan sitä yhdessä vaan ja puhumaan sitä auki silleen, et se mun mielestä kuuluu vähä niinku käydä läpi niitä tapahtumia vähä sit jälkeen päin. [...] (Haastattelu 6)

Etenkin kaupungin merenranta-alueet laitureineen koettiin sosiaalisen kokemusulottuvuuden kannalta tärkeinä kohtaamispaikkoina: *”Siinä (laiturilla) ollaan vähä niinku yhdellä lauteella koko ihmislauma ja sit vesi on tossa lähellä ja tonne merelle päin näkee [...]”* (Haastattelu 5).



Kuvio 2. Laituri osana festivaalin sosiaalista tilaa

Edellä avatut sitaatit ja sosiaalista tilaa havainnollistava kuva ilmentävät sosiaalisen kanssakäymisen ja seurallisuuden tärkeyttä festivaalilla. Tapahtumakävijät odottavat festivaalikokemukselta *yhteisöllisyyttä* ja avoimuutta, ja käyttäytyvät myös itse tietynlaisen festivaalille ominaisen ”sosiaalisen käsikirjoituksen” mukaan yhteisöllisyyden tunteen saavuttamiseksi (vrt. Arnould & Price 1993: 34):

Et festareilla ylipäätään on niinku paras ympäristö tutustua uusiin ihmisiin, et ku kaikki on jotenki niin rentoja ja sellasella hyvällä fiiliksellä niin sitte välittömästi se tarttuu itseensä tietysti kans, ja sit helppolla juttelee kaikille.” (Haastattelu 11)

Tutkittavan festivaalin kohdalla sosiaalinen tila ei kuitenkaan ollut riittävän vahva yhteisöllisyyden tunteen synnyttämiseksi. Festivaalilta odotettiin tietynlaista karnevaalihenkeä, johon festivaalin tunnelma ei kuitenkaan yltänyt: *”Tunnelma ei ole paras mahdollinen, koska sellanen massahurmos puuttuu.”* (Kenttähaastattelu 6) Aineiston valossa voimakkaimmin sosiaalinen tila koettiin haastateltavien viettäessä aikaa ystävien kanssa yksityisissä tai julkisissa tiloissa ennen festivaalia tai sen jälkeen. Yhteisöllisyyden tunne oli ennen kaikkea kuitenkin subjektiivinen ja kokijasta riippuvainen tila. Esimerkiksi haastateltavat, joilla oli ystäväpiiri tai perhe paikkakunnalla, tai muutoin vahvat siteet tapahtumapaikalle, kokivat festivaalikontekstin sosiaalisen tilan huomattavasti voimakkaammin kuin ulkopaikkakuntalaiset. Festivaalimatkailija puolestaan saattoi jäädä hyvin kauas yhteisöllisyyden tunteesta ja kokea sosiaalisen tilan päinvastoin negatiivisesti. Se mikä yhdisti kaikkien haastateltavien sosiaalista tilaa, liittyi festivaalialueen ulkopuolisiin sosiaalisesti värittyneisiin lisäkokemuksiin, jotka olivat oleellinen osa festivaaliin liittyvää kokonaiskokemusta.

Festivaalin *toiminnallinen tila* korostui tutkittavien valokuvissa ja haastattelussa erilaisten oheisaktiviteettien ja -tuotteiden kuvaamisen kautta. Vaikka festivaalialueelta löytyi ruokakojuja, anniskelualue ja erilaisia oheisaktiviteetteja, koettiin festivaalialue siitä huolimatta virikkeettömänä tilana ja standardina imitaationa muihin festivaaleihin verrattuna:

Niillä väliajoilla ei ollu oikein mitään [...] toi alue niinku sinällään, tai toi festari ei niinku tarjonnu siihen mitään virikettä. Että mä oisin just kaivannu ehkä jotain väliajan musiikkia...tai emmä tiedä, jotain ohjelmaa ihan selkeesti [...] se on tärkeätä yleistunnelman kannalta et sä kuulet jotain tai aistit jotain koko ajan. (Haastattelu 11).

[...] ku joka festareilla on ne samat jutut et siellä on metrillakua ja sitte siellä on sitä pyttipannua ja tämmösiä jotain kojuja ja vähän semmosta hassun hauskaa kautta ”muka hauskaa” semmosta, ja tää [...] menee tohon jälkimmäiseen ”muka hauskaa” kategoriaan. Ja sit just joo benjihyppy siisti juttu, mut sekin niin ku on joka festarilla, et jotenki semmosta omaleimasempaa ja spesiaalia just et ku on pieni festari niin. (Haastattelu 7)

Festivaali koettiin toiminnallisen tilan osalta jopa keinotekoisena ja epäuskottavana tapahtumatilana:

No mua vähä huvitti se et ku siinä oli se benjihyppytorni siinä [...] Et mulle tuli vaan sellanen olo et tästä nyt yritetään saada jotain isoa festaria, vaikka se on tosi pieni festari kuitenkin, et se oli ehkä vähä semmonen hassu mun mielestä ton mittakaavan festarille. (Haastattelu 12)

Autenttisuutta ja uskottavuutta festivaalikävijöiden valokuvissa ilmensivät esimerkiksi pienet toiminnallisuuteen liittyvät yksityiskohdat, jotka kuitenkin koettiin jollain tapaa ennennäkemättöminä yllätyksinä: *”Tää kuva lipunmyyntiautosta kuvasti sitä söpöyttä mitä sielä festareilla oli, et en oo kyl ikinä nähny näin söpöä lipunmyyntiä festareilla.”* (Haastattelu 8) Toiminnalliset yllätykset näyttäytyivätkin yhtenä tärkeänä tapahtumakontekstin elämyksellisuuden rakentajana myös *sosiaalisen ja emotionaalisen tilan tasolla*. Esimerkiksi odottamattomat spontaanilta tuntuvat tempaukset kaupunkiti-

lassa loivat elämyksellisempää tapahtumakontekstia:

Ja sit tossa festariviikonloppuna myös kun siinä Apple Storen edessä niillä oli joku dj soittamassa, niin mä olin ihan että vitsi nyt tuntuu et täällä kaupungissa on oikeesti jotain elämää, kun oli semmosta musiikkia ja niin kun ihmisiä ja sit olin et vitsit onpas kiva tunnelma. (Haastattelu 7)

Festivaaliviikonloppun aikana kaupunkitilalta odotettiin enemmänkin sitaattisissa mainitunlaista organisoitua toiminnallisuutta, joka olisi luonut tunnelmaa tapahtumakontekstiin. Tätä ei kuitenkaan kaupungista löytynyt: *”Olin että jaha, onko täällä nyt muka festivaalit?”* (Haastattelu 4), *”Sitä ois ehkä niinku voinu luulla et ois esimerkiksi torilla meininkii just tai semmosta ilosta meininkii täs keskustan alueella [...]”* (Haastattelu 6). Etenkin festivaalimatkailijat havainnoivat sekundaarista tapahtumakontekstia aktiivisesti ja hakivat selkeästi ympäristön tarjoamia paikallisia vaihtoehtoja toiminnallisille lisäkokemuksille. Haastateltavat mainitsivat esimerkiksi halukkuudestaan löytää paikallista kalaruokaa, joko festivaalilta tai kaupungilta, mikä oli kuitenkin käytännössä ollut hankalaa. Kun vaihtoehtoja ei ollut tarjolla, tuottivat festivaalikuluttajat kokemuksia aktiivisesti itse kaupunkitilassa, kuten seuraavasta kuvasta ja sitaattista käy ilmi:



Kuvio 3. Itse tuotettu toiminnallinen kaupunkitila

Joo me lähetettiin sinne rantaan kiertään, vähä sillee ku ei keksiny et mitä tekis, ku ei tienny yhtään et mitä missään on ja missään ei tunnu kauheesti silleen olevan mitään, tai ei ollu kauheesti mitään semmosta huvia siellä kaupungilla [...] Niin piti sit keksiä jotain, niin sit me huvitettiin itteämme. [...] Siel oli joku vankila, ja kun se vankilan myymäläkin oli just menny kiinni eikä sinne voitu mennä, niin sit me pelleiltiin. Me leikittiin et me karataan vankilasta. Et meist on molemmista hienot ”pako”-kuvat. (Haastattelu 8)

Festivaalitunnelman puute ja epäjatkuvuus festivaalin ja kaupunkitilan välillä johtui osittain festivaalialueen kaukaisesta sijainnista: *”[...] Mut se on vähä ikävää et pitää sinne asti mennä ja se on vähä siellä middle of nowhere.”* (Haastattelu 6) ja *”Mun mielestä se olis tosi hyvä sijainti, jos festarit ois sillan toisella puolella eli siinä rannassa kaupungin puolella. Mun mielestä se ois parempi koska se ois paljo lähempänä keskustaa ja siihen ei ois niin pitkä matka.”* (Haastattelu 12) Kaupungin merenranta ja sen läheisyyteen si-

joittuvat paikat nähtiinkin parempina vaihtoehtoina monipuolisen toiminnallisen tilan kannalta:

Mä yritin mieltii et mikä paikka ois kivempi noille festareille...Sitten jos haluis järjestää sellasen että vois niinku hengailta monipuolisesti niin, niinku just esimerkiksi sataman alue on mun mielestä kiva ja sit ku jos aattelee että täällä on toi merikin niin senkin äärellä ois sit jotenki kiva viettää aikaa [...] (Haastattelu 11)

Edellisten lisäksi festivaalialueen ja kaupunkitilan väliset jännitteet ilmenivät aineistossa myös *mielikuvallisen tilan* tasolla. Festivaalilla koettu mielikuvallinen tila ja tapahtuman *tarina* eivät täysin kohdanneet festivaalista etukäteen muodostuneita mielikuvia ja odotuksia. Vaikka kyseessä oli eri paikkakuntia kiertävä festivaali, tapahtumakävijöiden odotukset festivaalista liittyivät pikemminkin paikallisfestivaaliin. Tästä johtuen festivaalin tarina koettiin epäselkeänä:

[...] jotenki jäi semmonen kahtiajakautunu mielikuva [...] ku ei oikein tienny et mikä se homman nimi on, et vähä sillee et ois ollu kiva tietää etukäteen et se on tommonen kiertävä meininki et ois ehkä osannu suhtautuu siihen [...] et nyt jäi vähän semmonen outo käsitys siitä järjestävästä tahosta. (Haastattelu 6)

Monet haastateltavat mielsivät tapahtuman ja kaupungin tiukasti erillisinä toisistaan, ja festivaalialueen ja kaupunkitilan väliset jännitteet näkyivät muun muassa kaupunkiin liittyneiden mielikuvien muuttumisena tapahtumakokemuksen kautta. Esimerkiksi merellisenä, kulturellina ja historiallisena pidettyä kaupunkia ei kuitenkaan tunnustettu festivaalikulutuksen yhteydessä: *”Mä olin aatellut et se on semmonen merikaupunki ja hirveen historiallinen jollain tavalla. Varmaan muistaa jostain just historian tunneilta. Mut se ei sit sillä tavalla näkyny, et varmaan ois pitäny olla vähä erilaisissa puitteissa liikenteessä.”* (Haastattelu 9) Festivaali näytti siis rajaavan mielikuvien kaupungin vahvasti tapahtuman ulkopuolelle, ja esimerkiksi mielikuva tapahtumakaupungista kulturellina kaupunkina muuttui festivaaliviikonlopun jälkeen kuvaan *”tavallisesta kaupungista”* (Haastattelu 8). Myöskään merellisyyttä tai kaupungin vanhaa henkeä ei koettu festivaalipuitteiden yhteydessä vahvana, mikä näyttäytyi aineiston valossa puutteena tapahtuman elämyksellisyyden näkökulmasta.

Festivaalin *emotionaalinen tila* rakentui lopulta koetun fyysisen tilan, sosiaalisen tilan, toiminnallisen tilan ja mielikuvien tilan yhteisvaikutuksesta. Tutkittavan festivaalin kohdalla positiiviset emotionaaliset kokemukset koettiin lähinnä suosikkiartistin konsertin aikana. Tämä ei kuitenkaan synnyttänyt riittävän vahvaa emotionaalista tilaa, sillä festivaalikokemukselta odotettiin kokonaisvaltaisempaa juhlantuntua myös ohjelmatarjonnan ulkopuolella. Festivaalielämykseltä edellytetään emotionaalisella tasolla arjesta poikkeavan mielentilan saavuttamista festivaalipäivien ajaksi (vrt. Lehtovuori 2000: 106), ja siksi myös tapahtuman sekundaarinen konteksti nousee tärkeäksi festivaalielämystä määrittäväksi tekijäksi. Aineiston valossa festivaalin emotionaalista tilaa ilmensi *”festarifiiuksen”* eli tunnelman puuttuminen, mistä johtuen festivaali koettiin pikemminkin irrallisena tapahtumatilan kuin kokonaisvaltaisena elämyksenä:

Toi oli ehkä semmonen niinku [...] enemmänki semmonen musiikki-tapahtuma, et se festarifiiilis oli jotenki poissa. Et se oli just se yleis-tunnelma, että ei tuntunu missään vaiheessa että olis festareilla, et se ois vaan semmonen...tapahtuma. (Haastattelu 8)

Toi festari ei ollut mun osalta mitenkään sillee wau-kokemus, et hyvin tasanen kokemus kaikin puolin. Et sanotaan näin, et kaikki palvelut pelas, vessat ja juomisen saanti, mut sehän johtu vaan siitä että oli niin vähän porukkaa. (Haastattelu 11)

Siinä ei ollut ympärillä välttis semmosta isompaa juttua sillei, no tyhmää tietenki verrata isompiin festareihin ku ei se ollu semmonen iso festari mut jotenki, tai ehkä just se että ei tuntunu et meni festareille, koska oli just töitä ja kaikkee et ehkä siitä jäi se joku oleellinen puuttumaan. (Haastattelu 7)

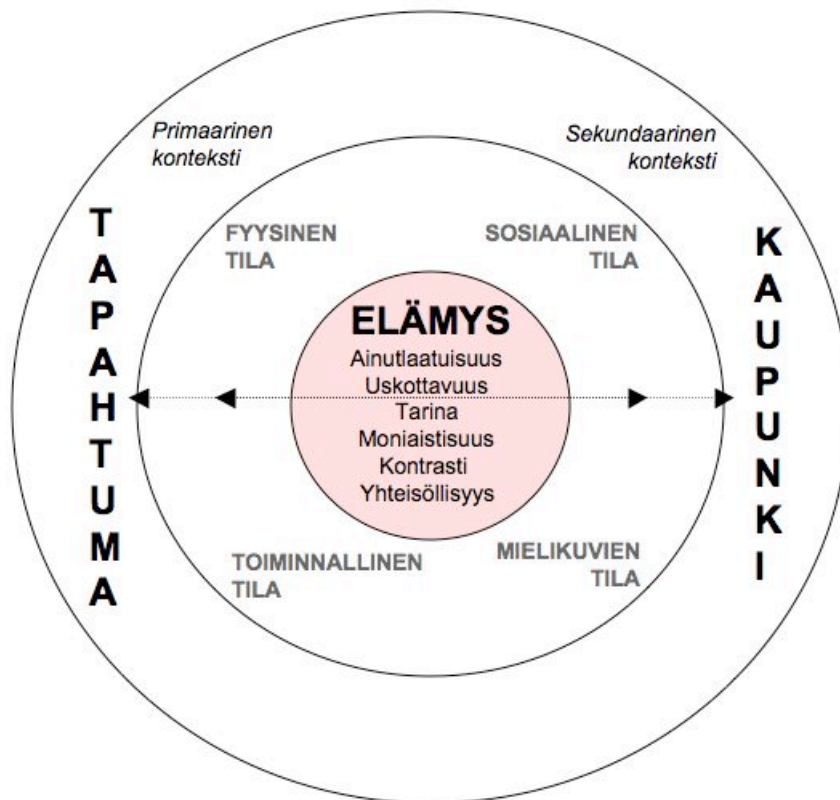
Etenkin viimeinen sitaatti osoittaa, kuinka festivaalin ympärille olisi kaivattu laajemmalle levittäytyvää festivaalitunnelmaa ja arjen murtavia emotionaalisen tason kokemuksia. Tarssasen ja Kyläsen (2006: 145) peräänkuuluttama elämyksellisyyden kriteeri *kontrasti* jäi tutkittavan tapahtuman kohdalla heikoksi, sillä tapahtumakontekstin – sekä itse festivaalin että kaupunkitilan – luoma vastakohta arkeen ei ollut riittävän vahva. Toki festivaalikuluttajan kokemusta kontrastisuudesta väritti myös kuluttajan subjektiiviset kokemukset, kuten mielentila, niin kuin yllä oleva kommentti osoittaa. Yhteistä kaikille tutkittaville oli kuitenkin se, että festivaalikonteksti koettiin emotionaalisella tasolla tapahtumatilana, joka ei synnyttänyt varsinaista elämystä.

Elämyksiä silti etsittiin aktiivisesti, minkä osoittaa esimerkiksi sitaatti vankilan porteille pääytymisestä (vrt. Kuvio 3.). Sen sijaan, että kaupunkitila olisi ollut festivaalikontekstin organisoitu toiminnallinen jatkumo, leimasi sitä virikkeettömyys, mitä ilmentää hyvin kuvio 3. ja siihen liittyvä sitaatti: "[...] missään ei tuntunu kauheesti silleen olevan mitään [...]" (Haastattelu 8). Näin ollen festivaalikävijät päätyivät lopulta itse tuottamaan tietynlaista festivaalin tuntua itselleen myös festivaalialueen ulkopuolella.

PAIKAN ROOLI KOKEMUKSELLISESSA TAPAHTUMAKONTEKSTISSA

Edellä esitetty teoreettinen tarkastelu ja empiirisen tutkimuksen tulokset viittaavat siihen, että paikalla on lopulta rooli koetun tapahtumakontekstin määrittäjänä. Pelkkä tapahtuman leikkaaminen ja liimaaminen paikasta näyttäytyy riittämättömänä tapahtuman elämyksellisyyden näkökulmasta. Tutkimustulokset osoittavat, että sekä festivaalimatkailijat että paikalliset festivaalikävijät hakevat festivaalikulutuksessaan aktiivisesti myös paikkakokemuksia ja näin ollen tapahtumaelämys syntyy tapahtuman ja kaupunkitilan välisessä vuorovaikutuksessa. Tutkimus ehdottaakin, että pelkän konseptin kopioimisen sijaan tarvitaan kokonaisvaltaista ymmärrystä myös tapahtumakaupungin tilallisista ulottuvuuksista, jotka ovat dynaamisia keskenään, ja rakentavat näin ollen toisiinsa vaikuttaen elämyksellistä tapahtumakontekstia.

Kuviossa 4. on esitetty tapahtuman ja paikan elämyksellinen synteesi, joka kuvaa tapahtumakontekstin holistista luonnetta. Malli pyrkii käsitteellistämään tapahtuman ja paikan välisiä jännitteitä tilallisten ulottuvuuksien kautta. Kuvion kaksi sisintä kehää kuvaavat tapahtumakuluttajan subjektiivisia kokemuksia eli koettua tilaa. Uloin kehä puolestaan kuvaa primaarista ja sekundaarista tapahtumakontekstia, joiden elementteihin tapahtumajärjestäjä ja kaupunki voivat itse toiminnallaan vaikuttaa, ja joiden pohjalle tilalliset ulottuvuudet lopulta rakentuvat. Tapahtuman ja kaupungin yhteensulautuminen kuviossa havainnollistaa ideaalitulannetta, jossa tapahtuma- ja kaupunkitila ovat uutta luovassa vuorovaikutuksessa keskenään, tuottaen elämyksellisyyden kriteerit täyttäviä kokemuksia (vrt. kuvion 4. keskus).



Kuvio 4. Tapahtuman ja paikan elämyksellinen synteesi

Seuraavaksi esitetään tutkimuksen löydökset liittyen tapahtuman ja kaupungin välisiin kokemuksellisiin rajapintoihin, jotka viestivät paikan roolista tapahtumakontekstissa. Löydösten perusteella esitetään myös ehdotuksia elämyksellisten tapahtumien suunnittelun tueksi.

Tapahtuman *fyysinen tila* on aineellinen ja aistein havaittavissa oleva rajapinta tapahtuman ja tapahtumakaupungin välillä. Fyysisen tilan tärkeänä määrittäjänä on tapahtuman sijainti ja sijainnin tarjoamat puitteet, joiden tulisi elämyksellisyyden näkökulmasta luoda *uskottavuutta*, *ainutlaatuisuutta* ja *moniaistisuutta*. Empiiristen havaintojen valossa tutkimuksen kohteena olleen tapahtuman ongelmaksi ilmeni fyysisen tilan luoma paikattomuuden tunne, johon vaikutti festivaalin irrallinen sijainti kaupungin positiivisista rakennetun- ja luonnon ympäristön puitteista, kuten merenrannan viihtyisistä

alueista. Tapahtuman sitominen tiiviimmin osaksi edellä mainittuja puitteita olisikin voinut tehdä festivaalialueesta moniaistisemmän ja ainutlaatuisemman, ja jopa yhteisöllisemmän. Tutkimustulokset vahvistavatkin toisaalta myös Arnouldin & Pricen (1993: 39) tekemää löydöstä siitä, että tietyllä fyysisen ympäristön paikalla voi olla myös *yhteisöllisyyttä* lisäävä merkitys. Tutkittavan festivaalin kohdalla tämä ilmeni, kun fyysinen tila loi *sosiaalista tilaa* esimerkiksi merenrannan laitureilla, jonne festivaalivieraat kokoontuivat viettämään aikaa.

Sosiaalinen tila on puolestaan fyysistä tilaa laajempi, ja vaikeammin hallittavissa oleva rajapinta tapahtuman ja kaupungin välillä. Tutkittavien valokuvissa ja haastatteluissa oli selkeästi havaittavissa festivaalin sosiaalinen "käsikirjoitus" (vrt. Arnould & Price 1993: 34), jollaisen mukaan sosiaalista tilaa itse tuotettiin. Yhteistä tutkittaville oli, että sosiaalinen tila ei rajoittunut pelkkään festivaalialueeseen, vaan tuttuja ja tuntemattomia tavattiin ennen ja jälkeen festivaalin sekundaarisen kontekstin puitteissa. Sekundaarisen kontekstin olemassa olevien kohtaamispaikkojen tunnistaminen ja toisaalta uusien luominen esimerkiksi *toiminnallisten* elementtien kautta (kuten festivaaliviikonloppuna Apple Storen edessä järjestetty dj-keikka) näyttäisikin vahvistavan tapahtuman sosiaalista jatkumoa ja rakentavan elämyksellisempää kokemuksesta.

Toiminnallisen tilan tasolla primaarinen ja sekundaarinen konteksti kohtaa erilisten virikkeiden kautta. Empiiristen havaintojen mukaan etenkin tapahtumamatkailijoille festivaalille osallistuminen tarkoittaa myös tapahtumakaupunkiin tutustumista, kiertelyä ja katselua, jolloin myös sekundaariselta kontekstilta odotetaan toiminnallisia kokemuksia. Myös sekundaarisen kontekstin saavutettavuus nousi toiminnallisuuden näkökulmasta avainasemaan sekä matkailijoiden että paikallisten festivaalikävijöiden kohdalla. Festivaalialueen kritisoitiin olevan liian kaukana suhteessa kaupungin palveluihin, mikä toisaalta kertoi itse tapahtuma-alueen puutteellisista palveluista ja virikkeistä. Toiminnallisten virikkeiden osalta ratkaisevaan asemaan nousi edelleen virikkeiden autenttisuus ja *uskottavuus*. Festivaalin virikkeet koettiin esimerkiksi "*muka hauskoina*" -ratkaisuin, ja muihin festivaaleihin verrattavissa olevat oheistuotteet ja -aktiviteetit eivät tehneet tutkittavasta festivaalista toiminnallisella tasolla riittävän vakuuttavaa tai *ainutlaatuista*. Tapahtuman yhteyteen jäätiinkin kaipaamaan standardiratkaisujen ohella persoonallisempia ja paikallisempia oheisvirikkeitä.

Mielikuvien tila puolestaan liittyy tapahtuman ja kaupungin luomiin odotuksiin ja mielikuviin. Sekä tapahtuma että kaupunki viestivät tapahtumakävijälle *tarinaa*, joka nivoo yhteen tapahtumakokonaisuuden. Mielikuvallinen rajapinta näiden kahden välillä voi parhaassa tapauksessa vahvistaa ennalta muodostuneita mielikuvia ja luoda myös uusia houkuttelevia mielikuvia. Empiirinen tutkimus osoitti, että heikko tarinallisuus ja kokonaisvaikutelma voivat puolestaan vaikuttaa epäselvien tai jopa negatiivisten mielikuvien muodostumiseen sekä tapahtumaa että kaupunkia kohtaan. Näin ollen positiivisten ja uskottavien mielikuvallisten elementtien esiin nostaminen ja korostaminen on tärkeä tapahtumakontekstin elämyksellisyyttä määrittävä tekijä.

Mallin keskus "elämys" kuvaa tapahtumakontekstin rajautumista arjesta erillisenä *emotionaalisena tilana* ja ilmiönä. Empiirisen tutkimuksen kohteena ollut monistettu festivaali ei kyennyt tuottamaan tutkittaville riittävän positiivisesti voimakasta kokemustilaa, joka olisi johtanut varsinaisen emotionaalisen elämyksen syntymiseen. Empiirisen tutkimuksen tulokset viittaavat yhtäältä primaarisen tapahtumakontekstin puutteisiin ja toisaalta sekundaarisen kontekstin elämyksellisiin elementteihin, joiden sitominen tiiviimmin osaksi tapahtumaa olisi luonut tapahtuman ja kaupungin välille elämyksellisempää vuorovaikutusta ja holistisempia kulutuskokemuksia. Näin ollen empiirinen esimerkki vahvistaa osaltaan näkemyksiä monistettujen kulttuuritapahtumien irrallisuudesta ja nostaa esiin huomionarvoisia paikkaan liittyviä ulottuvuuksia, jotka osaltaan rakentavat kokemuksellista tapahtumakontekstia.

JOHTOPÄÄTÖKSET

Kulttuuritapahtumien tuotannon standardoituessa tapahtumakonseptien on kritisoitu olevan toistensa paikattomia imitaatioita (MacLeod 2006), mikä voidaan nähdä ongelmallisena, ei vain tapahtumajärjestäjän ja kaupunkien imagojen, vaan myös kuluttajan kokemuksen näkökulmasta. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli rakentaa ymmärrystä siitä, mikä rooli paikalla on kulttuuritapahtumaan liittyvissä kulutuskokemuksissa. Tutkimustulosten perusteella tapahtumakokemus ei ole paikasta irrallinen kokemus vaan paikalla on fyysisten, sosiaalisten, toiminnallisten, mielikuvallisten ja emotionaalisten ulottuvuuksiensa kautta roolinsa siinä, miten holistisen ja merkityksellisen elämyksen kulttuuritapahtuma synnyttää.

Tutkimus paljasti tutkimuksen kohteena olleeseen monistettuun tapahtumaan liittyvät puutteet tapahtuman kokemukontekstissa. Tapahtumakävijöiden valokuvissa ja haastatteluissa korostui festivaalialueen heikko elämyksellisyys, joka aiheutui tapahtuman löyhästä tarinasta, sosiaalisen tilan heikkoudesta sekä fyysisen että toiminnallisen ympäristön virkkeettömyydestä. Pelkän bändien kuuntelun sijaan festivaalilta haettiin moniulotteista paikkakokemusta. Tapahtuman löyhä sidonnaisuus kaupunkitilan positiivisiin sekundaarisiin attraktioihin osoittautui siten festivaalin tunnelmaa heikentäväksi tekijäksi. Tapahtuma koettiin pikemminkin muiden tapahtumien imitaationa ja irrallisena, keinotekoisena tilana, joka ei aikaansaanut ainutlaatuisia ja kokonaisvaltaista festivaalielämystä.

Aineiston valossa kokemuksia luonnehti uskottavuuden puute, joka liittyi sekä tapahtuman fyysiseen ympäristöön että koettuun tilaan. Vaikka yksilöt tulkitsevatkin festivaalin uskottavuuden subjektiivisesti omista lähtökohdistaan (vrt. Tarssanen & Kylänen 2006), antavat tutkimustulokset viitteitä kuluttajien kyllästymisestä monistettuihin, valmiiksi teemoitettuihin tapahtumakonsepteihin, jotka toistavat usein samaa tarinaa. Mikä sitten koetaan uskottavana? Johansson & Kociatkiewicz (2011: 400) toteavat, että aitous saavutetaan paradoksaalisesti noudattamalla yleismaailmallisia malleja siitä, mitä modernin festivaalin pitäisi tarjota. Tapahtumakuluttaja tulkitsee siten tapahtuman uskottavaksi vallitsevien kriteerien mukaan. Tämä tutkimus esittää, että nykytapahtumien yhtenä uskottavuuden kriteerinä näyttäisi olevan se, miten luonnollisesti ja yllätyksellisesti tapahtumaa ympäröi-

vä paikka koetaan tapahtuman jatkumona ja toisinpäin. Tiukasti rajattujen ja irrallisten ympäristöjen sijaan festivaalikuluttajia houkuttelee pikemminkin tietty tilan määrittelemättömyys ja avoimuus (vrt. Richards & Wilson 2006: 1218), jossa tapahtuman ja paikan väliset raja-aidat hämärtyvät ja kokonaisuuden yhteen nivovasta tarinasta ja tunnelmasta tulee primaarista attraktiota – kuten konserttia – tärkeämpi elämyksen määrittäjä.

Kaupunkiin erikseen tuotujen kulttuuritapahtumakonseptien kohdalla olisi siten syytä huomioida tapahtuman mielekäs nivoutuminen sitä ympäröivään kaupunkikontekstiin. Tutkimuksessa kehitettyä mallia voidaan soveltaa tapahtumakokemusten kokonaisvaltaiseen arviointiin etenkin, jos tavoitteena on tuottaa kaupunki-imagoa edistäviä ja kaupunkitilan holistisesti huomioivia tapahtumakonteksteja kuluttajille. Elämyksellisten kulttuuritapahtumien suunnittelussa toimenpiteet tulisi suunnata paikan olemassa olevan potentiaalin hyödyntämiseen ja persoonallista ja vetovoimaista kokemuksekontekstia rakentaviin tekijöihin.

Tutkimuksen johtopäätöksissä on kuitenkin syytä huomioida, että tutkimuksen aineisto kuvaa vain yhden festivaalin kokemuksellista kontekstia, minkä perusteella ei voida yleistää, että kaikkien tuotteistettujen tapahtumien tulisi pyrkiä tiiviiseen vuorovaikutukseen ympäröivän kaupungin kanssa. Meiltä ja maailmalta löytyy toki myös monia menestyviä konseptifestivaaleja. Tutkimustulokset rakentavat kuitenkin uudenlaista ymmärrystä siitä, kuinka vuorovaikutuksen lisääminen primaarisen ja sekundaarisen tapahtumakontekstin välillä voidaan nähdä varteenotettavana keinona vastata festivaalikuluttajien elämynälkään ja kaupunkien väliseen kilpailuun elämysyhteiskunnassa. Mielenkiintoista olisi myös vertailla tutkimuksessa kehitetyn käsitteellisen mallin valossa erityyppisiä kulttuuritapahtumia, niiden tuottamia festivaalikokemuksia ja kokemusten suhdetta kaupunkitilaan.

LÄHTEET

- Aho, Seppo (2001) 'Matkailuelämys prosessina: Elämysten synnyn ja kehityksen vaiheet', Teoksessa Aho, Seppo, Honkanen, Antti & Saarinen, Jarkko (toim.) Matkailuelämykset tutkimuskohteina. Lapin yliopiston matkailun julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä 6. Rovaniemi: Lapin yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunta, 32–50.
- Andersson Cederholm, Erika (2012) 'Photo-elicitation and the construction of tourist experiences: photographs as mediators in interviews', Teoksessa: Rakic, Tijana & Chambers, Donna (toim.) An Introduction to Visual Research Methods in Tourism. Lontoo: Routledge, 92–107
- Andersson, Harri (1997) 'Kulttuuri ja paikan politiikka kaupunki uudistuksessa', Teoksessa: Haarni, Tuukka, Karvinen, Marko, Koskela, Hille, Tani Sirpa (toim.) Tila paikka ja maisema. Tutkimusretkiä uuteen maantieteeseen. Tampere: Vastapaino, 107–128.
- Andersson, Tommy, Larson, Mia & Mossberg, Lena (2009) Evenemang: från organisation till utvärdering. Studentlitteratur AB.
- Arnould, Eric J. & Price, Linda L. (1993) 'River Magic: Extraordinary Experience and the Extended Service Encounter', Journal of Consumer Research 20 (1): 24–45.

- Augé, Marc (1995) *Non-places: An introduction to an anthropology of supermodernity*. London: Verso.
- Bourdeau, L., De Coster, L. & Paradis, S. (2001) 'Measuring satisfaction among festivalgoers: Differences between tourists and residents as visitors to a music festival in an urban environment', *International Journal of Arts Management* 3(1): 40–50.
- Bowdin, Glenn A. J., Allen, Johnny, O'Toole, William, Harris, Robert & McDonnell, Ian (2011) *Events Management*. (3. painos) Lontoo: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Cantell, Timo (1999) *Helsinki and a Vision of Place*. Helsinki: City of Helsinki Urban Facts.
- Che, D. (2008) 'Sports, music, entertainment and the destination branding of post-Fordist Detroit', *Tourism Recreation Research* 33(2): 195–206.
- Crang, Mike (1997) 'Picturing practices: research through the tourist gaze', *Progress in Human Geography* 21(3): 359–373.
- Derrett, Ros (2003) 'Making sense of how festivals demonstrate a community's sense of place', *Event Management* 8(1): 49–58.
- Gabriel, Y. & Lang, T. (2006) *The Unmanageable Consumer*. SAGE: London.
- Garrod, Brian (2008) 'Exploring Place Perception: A Photo-based Analysis', *Annals of Tourism Research* 35(2): 381–401.
- Getz, Donald (2007) *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Elsevier.
- Harris, Hanna (2007) 'Post-Festival: Muuttuvat kulttuuritapahtumat urbaanissa tilassa', *Teoksessa: Silvanto, Satu (toim.) Festivaalien Helsinki*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 194–199.
- Harvey, David (1989) *The condition of postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell.
- Hughes, Horward (2000) *Arts, Entertainment and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Junkala, Pekka (1999) 'Tila tutkimuskohteena', *Teoksessa: Junkala, Pekka & Sääskilahti, Nina (toim.) Kadun risteyksessä – etnologinen analyysi kaupunkitilasta*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy, 20–23.
- Johansson, Marjana & Kociatkiewicz, Jerzy (2011) 'City festivals: creativity and control in staged urban experiences', *European Urban and Regional Studies* 18(4): 392–405.
- Kainulainen, Kimmo (2005) *Kunta ja kulttuurin talous*. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy.
- Karjalainen, Pauli Tapani (1997) 'Aika, paikka ja muistin maantiede' *Teoksessa Haarni, Tuukka, Karvinen, Marko, Koskela, Hille & Tani Sirpa (toim.) Tila, paikka ja maisema. Johdatus uuteen maantieteeseen*. Tampere: Vastapaino, 227–241.
- Kianicka, S., Buchecker M., Hunziker M. & Muller-Boker U. (2006) 'Locals' and tourists' sense of place: A case study of a swiss alpine village', *Mountain Research and Development* 26(1): 55–63.
- Kozinets, Robert V. (2002) 'Can Consumers Escape the Market? Emancipatory Illuminations from Burning Man', *Journal of Consumer Research* 29(1): 20–39.
- Laaksonen, Pirjo, Laaksonen, Martti & Huuhka, Ari (2008). 'City Center as a Context of Consumption', *Nordic Retail and Wholesale Conference, Norrtälje*.

- Lee, Youngkhill, Dattilo, John & Howard, Dennis (1994) 'The Complex and Dynamic Nature of Leisure Experience', *Journal of Leisure Research* 26(3): 195–211.
- Lefebvre, Henri (1991) *The Production of Space*. (1. painos) Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Lehtovuori, Panu (2000) *Tapahtuma – toinen paikka?* Teoksessa: Stadipiiri (toim.) *URBS: kirja Helsingin kaupunkikulttuurista*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus Edita.
- Lorentzen, Anne (2009) 'Cities in Experience Economy', *European Planning Studies* 17(6): 829–845.
- McClinchey, Kelley A. & Carmichael, Barbara A. (2010) 'The Role and Meaning of Place in Cultural Festival Visitor Experience', Teoksessa: Morgan, Michael, Lugosi, Peter & Bent Ritchie J.R. (toim.) *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*. Bristol: Channel View Publications, 59–77.
- MacCannell, Dean (1976) *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. (1. painos) New York: Schocken Books.
- MacLeod, Nicola E (2006) 'The Placeless Festival: Identity and Place in the Post-Modern Festival', Teoksessa: Picard, David & Robinson, Mike (toim.) *Festivals, Tourism and Social Change: Remarking Worlds*. Clevedon: Channel View Publications, 222–237.
- Morgan, Michael (2006) 'Making space for experiences', *Journal of Retail and Leisure Property* 5(4): 305–313.
- Morgan, Michael (2008) 'What makes a good festival? Understanding the event experience', *Event Management* 12(2): 81–93.
- Mäenpää, Pasi (2007) 'Festivaalit ja kaupunkipolitiikan uusi kulttuuripuhe', Teoksessa: Silvanto, Satu (toim.) *Festivaalien Helsinki*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 182–192.
- Parr, J.P. (2007) 'Spatial definitions of the city: Four Perspectives', *Urban Studies* 44(2): 381–392.
- Pine, II, B. Joseph & Gilmore, James H. (1998) 'Welcome to the Experience Economy', *Harvard Business Review* 76(4): 97–105.
- Puustinen, Arja & Rouhiainen, Ulla-Maija (2007) *Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Quinalan Cutler, Sarah & Carmichael, Barbara A. (2010) 'The Dimensions of the Tourist Experience', Teoksessa: Morgan, Michael, Lugosi, Peter & Bent Ritchie J.R. (toim.) *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*. Bristol: Channel View Publications, 3–26.
- Quinn, Bernadette (2003) 'Shaping Tourism Places: Agency and Interconnections in Festival Settings', Teoksessa: Cronin, M. O'connor, B. (toim.) *Tourism and Cultural Change 1: Irish Tourism: Image, Culture and Identity*. Clevedon: Channel View Publications.
- Quinn, Bernadette (2005) 'Arts Festivals and the City', *Urban Studies* 42(5/6): 927–943.
- Reid, G.(2006) 'The politics of city imaging: A case study of the MTV Europe Music Awards Edinburgh 03', *Event Management* 10(1): 35–46.
- Relph, Edward (1976) *Place and placelessness*. London: Pion.
- Richards, Greg & Wilson, Julie (2006) 'Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?' *Tourism Management* 27(2006): 1209–1223.

- Ritzer, George & A. Liska (1997) 'McDisneyization' and 'Post-Tourism': Complementary perspectives on contemporary tourism', Teoksessa: Rojek C. & Urry, J. (toim.) *Touring cultures: Transformations in travel and theory*. London: Routledge, 96–109
- Rojek, C. (1995) *Decentring leisure*. London: Sage.
- Schmitt, Bernd (1999) *Experiential Marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate to your company and brands*. New York: The Free Press.
- Seaton A.V. & M.M. Bennett (1996) *Marketing Tourism Products: concepts, issues and cases*. Oxford: International Thomson Business Press.
- Selby, Martin (2004) *Understanding Urban Tourism: Image, Culture and Experience*. Lontoo: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Selstad, L. (2007) 'The social anthropology of the tourist experience. Exploring the "Middle Role"', *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7(1): 19–33.
- Schulze, Gerhard (1992) *Die Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt/Main: Campus Verlag.
- Stedman, Richard, Tom Beckley, Sara Wallace & Marke Ambard (2004) 'A Picture and 1000 Words: Using Resident-Employed Photography to Understand Attachment to High Amenity Places.', *Journal of Leisure Research* 36(4): 580–606.
- Sundbo, Jon & Hagedorn-Rasmussen, Peter (2008) 'The backstaging of experience production', Teoksessa: Sundbo, Jon & Darmer, Per (toim.) *Creating Experiences in the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, 83–110.
- Tarssanen, Sanna & Kylänen, Mika (2006). *A Theoretical Model of Producing Experiences – A Touristic Perspective*. Teoksessa: Kylänen, Mika (toim.) *Articles on Experiences 2*. Rovaniemi: University of Lapland Press, 134–150.
- Tumbat, Gülnur & Belk, Russel W. (2013) 'Co-construction and performancescapes', *Journal of Consumer Behaviour* 12 (1): 49–59.
- Urry, John (2002) *The Tourist Gaze*. (2. Painos) Lontoo: Sage Publications Ltd.
- Yuan, J., Cai, L., Morrison, A. & Linton, S. (2005) 'An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, travel and special events?', *Journal of Vacation Marketing* 11(1): 41–58.
- Zukin, Sharon (1995) *The Cultures of Cities*. Oxford: Blackwell.

KIRJOITTAJATIEDOT

KTM, Minttu Karppinen on valmistunut Vaasan yliopiston markkinoinnin yksiköstä. Sähköposti: minttu.karppinen@gmail.com

KTT, professori Pirjo Laaksonen työskentelee Vaasan yliopiston markkinoinnin yksikössä. Sähköposti: pirjo.laaksonen@uva.fi