

Paula Siira

KULTTUURIKOHDEOPAS – HISTORIAN LEHTIEN HAVINAA ORIMATTILASSA

Opinnäytetyö

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Matkailun koulutusohjelma

Kevät 2005



**Kajaanin
ammattikorkeakoulu**

OPINNÄYTETYÖ TIIVISTELMÄ

Ala Matkailu- ja ravitsemisala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Paula Siira	
Työn nimi Kulttuurikohdeopas - Historian lehtien havinaa Orimattilassa	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot Luonto- ja liikuntamatkailu	Ohjaaja(t) Mika Pietarinen ja Harri Virolainen
Aika Kevät 2005	Sivumäärä 43 + kohdeopas 56 + power point 33
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän työn tavoitteena oli tehdä kulttuurikohdeopas Orimattilan Jokivarren koulun 5. - 6. luokkalaisten lasten opettajille tueksi paikalliskulttuurin opetukseen. Kohdeoppaan tarkoituksena on auttaa opettajia löytämään tarvittava tieto nopeasti Orimattilan keskustan kulttuurillisesti ja historiallisesti merkittävistä kohteista. Opinnäytetyöni toimeksiantajana oli Orimattilan Jokivarren koulun rehtori Matti Sirkka.</p> <p>Tämän työn teoria osuus koostuu kulttuurimatkailusta, johon on liitetty kotiseutu-, perinne- ja maaseutumatkailu. Kulttuurimatkailua on käsitelty niin Suomessa kuin maailmalla kehittyvänä ilmiönä sekä matkailun voimavarana. Lisäksi teoria osuudessa on otettu huomioon matkailu sekä opintoretki. Empiirisessä osuudessa on huomioitu kohderyhmän vaikutus oppaan tekemiseen, ja miten oppaan teksti muodostuu. Osa empiirisestä osuudesta muodostuu Orimattilasta maalaiskulttuurikaupunkina.</p> <p>Opas tuli nykyisen opetuksen tarpeeksi, mutta sitä on hyvä päivittää ja lisätä sekä poistaa vanhentunutta tietoa. Vastaavan laajuista työtä ei ole aikaisemmin tehty Orimattilaan. Tällä hetkellä opas menee Jokivarren koulun käyttöön, mutta toivon, että opas otettaisiin laajemmin käyttöön ja mahdollisesti kaupallistettaisiin.</p>	
Luottamuksellisuus	Julkinen
Hakusanat	Kulttuuri-, kotiseutu-, perinne- ja maaseutumatkailu, opintoretki, kohdeopas
Säilytyspaikka	Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto



**Kajaani
Polytechnic**

ABSTRACT OF THESIS

School School of Tourism	Degree programme Tourism Management
Author(s) Paula Siira	
Title Cultural Guidebook for the Town of Orimattila	
Alternative professional studies	Instructor(s) Pietarinen Mika and Virolainen Harri
Date Spring 2005	Total number of pages 38 + cultural guidebook 56 + power point 33
<p>Abstract</p> <p>The objective of this thesis was to write out a cultural guide, which would help the teachers of Orimattila Comprehensive School in teaching the 5th and 6th grade children local culture. The destinations in the cultural guide were near the town centre or in the downtown of Orimattila. This final year thesis was made for the Comprehensive School of Jokivarsi, Orimattila.</p> <p>The theoretical part of this final year paper consisted of culture tourism including local, rural and cultural heritage tourism related with study trips. The contents and the language of this guide were paid attention to bearing in mind that the target groups were young pupils. The cultural guidebook was made by studying the history of Orimattila.</p> <p>The result of this final year project was a cultural guide book, which includes some notes about the history of the town and presents 18 destinations in the town of Orimattila. In the end of the guidebook there are some exercises for the pupils. A power point slide show is included in the guidebook.</p>	
Confidentiality status	Public
Keywords	Cultural heritage, local, rural tourism, guidebook, study trips
Deposited at	Kajaani Polytechnic Library

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO.....	1
2 KULTTUURI MATKAILUSSA	3
2.1 Kulttuurista kulttuurimatkailu	3
2.2.1 Kotiseutumatkailu	5
2.2.2 Perinnematkailu	6
2.2.3 Maaseutumatkailu.....	7
2.2 Kulttuurimatkailu voimavarana	9
2.3 Kulttuurimatkailun kehittyminen maailmalla	12
2.4 Kulttuurimatkailun kehittyminen Suomessa.....	14
3 OPINTOTUOTTEESTA MATKAILUTUOTE	16
3.1 Matkailu.....	17
3.2 Opintoretki.....	18
4 MAALAIK- JA TEHDASKAUPUNKI ORIMATTILA	22
4.1 Orimattilan historiaa – maalaishylästä tehdaskaupungiksi	22
4.2 Orimattila – elämyksiä täynnä oleva maalaishylä.....	23
5 KULTTUURIKOHDDEOPAS 5.–6.-LUOKKALAISTEN OPETTAJILLE.....	24
5.1 Kohderyhmän huomioiminen	27
5.2 Tekstin työstäminen oppaaseen	28
5.3 Ulkoasun muotoutuminen	30
5.4 Johtopäätökset oppaasta	30
6 POHDINTA.....	32
LÄHDELUETTELO	34

1 JOHDANTO

Kotiseudulla sijaitsevia kulttuurikohteita pidetään yleensä itsestäänselvyksinä tietämättä niiden historiasta kuitenkaan mitään. Jonkin paikan tullessa liian tutuksi eivät paikalliset enää huomaa esimerkiksi kohteen kauneutta tai sen arvoa. Näin ollen kohde menettää todellisen merkityksensä, eikä se enää kiinnosta samalla tavalla kuin ehkä ihmisiä, jotka näkevät sen ensi kertaa. (Isotalo 1999, 16, 91 - 92.)

Suomen kulttuurikohteet kiinnostavat enemmän ulkomaalaisia kuin suomalaisia matkailijoita. Esimerkiksi Kotkan Langinkoskella sijaitsee Aleksanteri III:n keisarillinen kalastusmaja. Vuosia kalastusmaja on ollut museona, mutta viime vuosina rakennuksia sekä aluetta on kunnostettu. Vierailijoina ovat niin suomalaiset kuin ulkomalaiset, kuten venäläiset. Yhä useammin paikalle tulee venäläisiä ryhmiä tai perheitä. Suomalaiset ovat kuitenkin kiinnostuneempia luonnosta ja luontoaktiviteeteista sekä muista käyntikohteista, kuten esimerkiksi huvipuistoista. Suomen kulttuurikohteet pitäisi siis tuoda suomalaisille esille kiinnostavammalla tavalla, jotta niiden suosio matkakohteina kasvaisi. Tapoja tulisi olla useita, kullekin kohderyhmälle omansa, jotta mahdollisimman suuri joukko saisi kohteista irti juuri heitä kiinnostavan tiedon. (Isotalo 1999, 91 - 97; Pesonen, Mönkkönen & Honkanen 2000, 11.)

Matkakohteiden kiinnostuksen kasvamisen valossa ryhdyin rakentamaan koululaisille suunnattua paikalliskulttuurikohteopasta, jotta he tuntisivat kotiseutunsa historiaa paremmin ja osaisivat arvostaa kulttuuriperintönsä. Kulttuurikohteet eivät kiinnosta lapsia samalla tavalla kuin aikuisia, joten on vaikeampaa löytää oikeaa tapaa ilmaista asioita, joka tekee kulttuurikohteesta kiinnostavamman. Osa alueen historiasta on kirjoista, mutta osa on paikallisten ihmisten kertomaa.

Orimattila ei ole esihistoriallisesti läheskään niin kuuluisa kuin esimerkiksi Orimattilan lähikunta Hollola, jossa on keskiaikainen kivikirkko. Orimattilassa on kuitenkin tapahtunut paljon paikkakunnan kokoon nähden 1800- ja 1900 -luvulla. Tärkeämpää opinnäytetyössäni oli tuoda enemmän esille tietoa Orimattilan historiallisesti ja kulttuurillisesti tärkeistä kohteista. Monetkaan paikkakunnalle muualta muuttaneet eivät tiedä kaikista kohteista, ja ne jotka asuvat paikkakunnalla, saattavat olla tietämättömiä kohteiden historiasta. Paikallista historiaa oli siis

saatava jotenkin myös paikkakunnan lasten tietoisuuteen, koska lasten vanhemmat eivät välttämättä osaa kertoa paikallisesta historiasta.

Kohdeoppaaseen on koottu tietoa Orimattilan historiasta ja nykyhetkestä. Orimattilan keskustaan kohteista sijoittuu neljätoista. Lisäksi oppaaseen on lisätty Orimattilan keskustan ulkopuolella sijaitsevia kulttuurihistoriallisesti merkittäviä kohteita. Tönnön myllyn ja –sillan valintaan oppaaseen vaikutti toimeksiantaja Jokivarren koulun rehtori Matti Sirkka ja toiseen eli Virenojan myllyn valintaan vaikutti historia, joka kohteesta löytyi sekä se että olen itse vierraillut kohteessa ala-asteen opettajan Soile Matikkalan kanssa. Tönnön ja Virenojan kohteisiin on keskustasta matkaa noin viisi kilometriä, (Tönnö on Helsinkiin päin ja Virenoja on Lahteen päin). Matkan oppilaat voivat kulkea esimerkiksi pyörällä.

Ensisijaisesti tavoitteeni on ollut kerätä monipuolinen kulttuurikohdeopas Orimattilasta, joka helpottaisi peruskoulun opettajan oppaana toimimista opintoretkellä. Kulttuurikohdeopas sopii mielestäni apuvälineeksi normaaliin kouluopetukseen. Kulttuurikohdeoppaan tarkoituksena on, että opettaja löytää helposti haluamistaan kohteista tiedon ennen vierailua. Tarkoituksena on, että opettaja valitsee kohteista muutaman tai vain yhden, jossa vierailee oppilaiden kanssa. Oppaasta opettaja voi valita osan tai koko tekstin, jonka hän kertoo oppilaille kohteesta.

2 KULTTUURI MATKAILUSSA

Jo 1970-luvun lopussa matkailun markkinoijat huomasivat kulttuurin olevan yksi matkailun vetovoimatekijöistä. Silloin se oli lähinnä hieman korkeammin koulutetuille ajanvietettä rantalomailun sijaan. Vasta 1990-luvulla kulttuurimatkailusta tuli suuremman joukon markkinoinnin alue, koska suurimpaan osaan matkailupaketeista kuului jokin kulttuuriin liittyvä kohde. Nykyään kulttuurimatkailu on ekoturismia trendimaailmassa. Pelätäänkin, että kulttuurimatkailu tuhoaisi historiallisten alueiden oikean kulttuurin tuotekehittelijöiden turismikulttuurilla. (McKercher & du Cros 2002, 1 - 5.)

Käsitteenä kulttuuri on vaikeasti rajattavissa. Jos ajatellaan sitä laajasti, se sisältää suuren osan siitä, mitä on olemassa. Suppeasti ajateltaessa se sisältää vain korkeakulttuurin, kuten esimerkiksi oopperan ja näyttelyt. Kulttuurimatkailusta on olemassa monta määritelmää, mutta yksikään niistä ei ole laajassa käytössä. Lähinnä kysymys on kuitenkin ihmisistä, jotka haluavat jotain uutta tavalliseen arkielämäänsä rantalomailun sijaan. Kulttuurikohde voi olla museo tai jokin nähtävyys matkan varrella. Kulttuurimatkailu voi olla sattumanvaraista kulttuuri-kohteisiin tutustumista tai itse matkan pääasia. Kulttuurimatkailua määriteltäessä voi lähteä siitä, mitkä piirteet kulttuurissa houkuttelevat matkailijoita kohteeseen. Näitä voivat olla esimerkiksi perinteet, alueen historia, uskonto ja kirkot. Kulttuurimatkailusta onkin erotettavissa kolme omaa matkailun osaa, kotiseutu- ja perinneturismi sekä maaseutumatkailu. (Santala & Kuuskoski 1999, 6 - 7, WTO 1998; McKercher & du Cros 2002, 3, 39.)

2.1 Kulttuurista kulttuurimatkailu

Kulttuuri-sanan käyttö on yleistynyt ja laajentunut, mutta sen sisältöä harvemmin kehittämistyössä määritellään (Kulttuurituotannon osaamiskeskus 2005). Sanan monimerkisyys aiheuttaa jatkuvasti väärinkäsityksiä ja vaikeuttaa siten käytännön toimenpiteiden suunnittelua ja toteuttamista (Richards 2001, 1 - 2).

Kulttuurin erityinen piirre on se, että sitä voidaan sekä oppia että opettaa, toisin sanoen siihen voidaan kasvaa ja kasvattaa. On myös huomattava, että arvot ja siten kulttuuriimme vaikuttavat entistä enemmän aina vain kauempana sekä maantieteellisesti että henkisesti vaikuttavat kulttuurit ja niissä vallitsevat arvot.

Kulttuuri pitää sisällään ne asiat, jotka auttavat meitä selviytymään jokapäiväisestä elämästämme. Tulkitsemme ja valitsemme kaiken havainnoimamme kulttuurisen taustamme kautta. (Kulttuurituotannon osaamiskeskus 2005; Ritzer 1999, 2.)

Kulttuurimatkailun useissa eri määritelmissä pidetään merkittävänä matkakohteita kuten arkeologisia ja historiallisia kohteita sekä taideattraktioita. Yksinomaan matkakohde ei kuitenkaan ratkaise matkan luonnetta eikä kulttuurimatkailua tule rajata ainoastaan korkeakulttuuriin tapahtumiin. Kulttuurimatkailua määriteltäessä onkin syytä korostaa erityisesti matkailijoiden motiiveja sekä heidän matkalle antamia merkityksiä ja tulkintoja: kulttuurimatkailija on ensisijaisesti kiinnostunut oppimisesta ja tiedon hankkimisesta. Oppiminen tulee ymmärtää laajasti tässä yhteydessä ja siihen voi sisältyä esimerkiksi hyvinkin voimakas elämyksellisyys. Postmoderni matkailija ei asetu yhteen kategoriaan pysyvästi, vaan voi yhden ja saman matkan aikana vaihtaa matkustustapaansa ja -kohteitaan. Kulttuurimatkailua ei tule siten ymmärtää liian suppeasti ja staattisesti, eikä jyrkkä vastakkainasettelu loma- tai luontomatkailemisen kanssa edistä ilmion tieteellistä käsittelyä. Esimerkiksi rantalomailuna yleensä luonnehdittua etelänmatkailua voidaan aivan hyvin tutkia kulttuurimatkailun näkökulmasta, jolloin matkailun monimuotoisuus tulee paremmin esiin. (McKercher & du Cros 2002, 3 - 10; Richards 2001, 4 - 6.)

Kulttuurimatkailun näkökulmasta suurimpia haasteita ovat muun muassa toimijoiden hajanaisuus sekä puutteellinen tieto alan liiketoiminnallisesta kannattavuudesta, markkinoista ja asiakkaiden toivomuksista. Tiedon, kokemusten ja osaamisen vaihto kulttuuri- ja matkailualan välillä on ollut vähäistä: paikan hengen matkailullisesta hyödyntämisessä eli tuotteistamisessa tarvitaan yhteistyötä. Myös kestävän kehityksen vaatimukset on otettava huomioon. Alueellisisilla hankkeilla on mahdollista tiivistää yhteistyötä alan tutkimus- ja koulutuslaitosten sekä yksityisen ja julkisen kulttuuri- ja matkailusektorin välillä muun muassa luomalla tietokantoja palvelujentarjoajista sekä rakentamalla yhdessä erilaisia teematuotteita. Luontoon, kulttuuriin, harrastuksiin ja elämyksiin perustuvat oheis- ja ohjelmapalvelut on kytkettävä muuhun matkailumarkkinointiin. Koska ohjelmapalveluyritykset ovat vielä suhteellisen pieniä, kapea-alaisia ja sesonkisivonaisia, niiden verkostoitumista tulisi edistää tuotannollisen varmuuden ja osaamisen takaamiseksi. (Richards 1996, 6 - 11.)

Kun matkustamisen motivaationa on halu havainnoida matkakohteen kulttuurisia voimavaroja, oppia niistä tai osallistua niihin, puhutaan kulttuurimatkailusta. Kulttuurivoimavaralla voidaan tarkoittaa paikkaa, ihmiskäden aikaansaannosta tai tapahtumaa. Tällainen kulttuurivoimavara lisää kävijän arvostusta kohdealueen alkuperään, tapoihin ja tottumuksiin. (WTO 1998.)

2.2.1 Kotiseutumatkailu

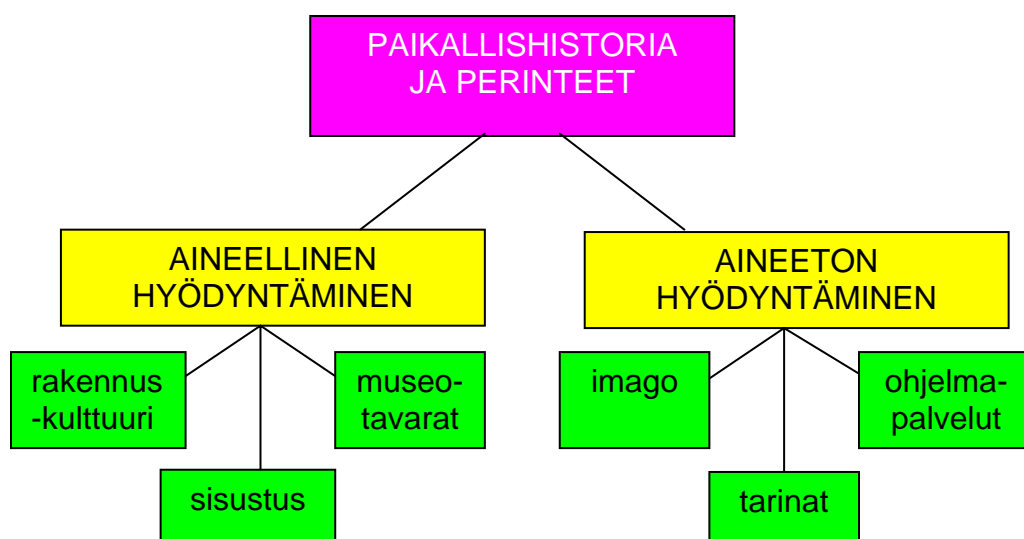
Usein kotiseutumatkailuna käsitetään matkustusta esimerkiksi ennen Suomen omistuksessa olleelle Karjalan alueelle. Kuitenkin riittää, että astuu kodistaan ulos ja avaa silmänsä. Kotiseutumatkailua on myöskin tutustuminen omaan senhetkiseen kotipaikkakuntaan ja lähiseutuihin. Usein vain nähdään, että matka esimerkiksi Naantalin kylpylään tuo uusia elämyksiä. Rahasta ei kannata tehdä estettä kotiseutumatkailulle, koska matkailua voi tehdä joko ilmaiseksi tai linja-autolipun hinnalla lähiseudulle. (Kangas, 2001.)

Usein ei tule huomatuksi kuinka kaunis vesistö sijaitsee kotipaikkakunnalla tai miten mukavaa voisi olla nauttia kuppi kuumaa kahvia torilla. Monet kävelevät laput silmillä eivätkä osaa hyödyntää kotipaikkakuntansa rikkauksia. Arjen ympyröissä tulee helposti kuljettua samoja kulmia, työ, koti, koulu –kehää. Kotiseutumatkailu on kuitenkin helppoa, halpaa ja ennen kaikkea yleissivistävää. Oman paikkakunnan matkailutuotteet ja –nähtävyydet ovat liian usein täysin hyödyntämättömiä vapaa-ajan viettomahdollisuuksia paljasjalkalaisille paikkakuntalaisille. Ihminen turtuu arkiympäristölle eikä osaa katsoa kotiseutuaan vierain silmin. Kotiseutumatkailu jää usein kulttuuri- ja maaseutumatkailun varjoon. (Kangas 2001; WTO 1998.)

Kuntien tavoitteena on nimenomaan paikallisen ja yrittäjien oman kulttuurin hyödyntäminen, johon apuvälineeksi on luotu yritysten kulttuurikartoitus. Yllättäen useissa hankkeissa on törmätty oman kulttuurin tunnistamisen vaikeuteen, samoin kuin oman kotiseudun ja maakunnan kulttuurin vähäiseen tietämykseen. Kotiseutuseuroilla ja opistojen perinnepiireillä on edelleen tehtävää, museoita ja kirjastoja tarvitaan, kesäteattereita ja konserttisaleja kaivataan. (WTO 1998.)

2.2.2 Perinnematkailu

Perinne on matkailutuotteen ydin perinnematkailussa, jota markkinoidaan matkan keskeisimpänä sisältönä. Perinteen täytyy olla kiinnostavaa sekä sen pitää olla matkailijoiden saavutettavissa. Historian ja perinteiden hyödyntäminen voidaan jakaa kahteen eri pääteemaan: aineeton ja aineellinen, joita selvennetään kuviossa 1. (Moilanen 2001, 153; Isotalo 1999, 47.)



Kuvio 1. Paikallishistorian ja perinteiden hyödyntämisen jaottelu (mukaillen tekstistä). (Moilanen 2001, 153; Isotalo 1999, 47.)

Paikallishistoria ja perinteet jaotellaan sen mukaan miten niitä käytetään hyväksi. Fyysistä ympäristöä hyödynnetään rakennusten ja tavaroiden historian sekä perinteen pohjalta. Perinteiden aineeton hyödyntäminen on paljon kirjavampaa esimerkiksi ohjelmapalveluissa. Useimpien yritysten aineellisen ja aineettoman hyödyntämisen taso vaihtelee yrityksen tason mukaan. Perinteitä kunnioitetaan ja niitä pyritään säilyttämään. (Moilanen 2001, 153; Isotalo 1999, 47.)

Perinnematkailu on kasvanut kilpailukykyisenä muun muassa rantalomailun kustannuksella viime vuosikymmeninä, ja siitä on tullut myös osa alue- ja talouspolitiikkaa. Maaseutu pystytään säilyttämään elinkelpoisena, kun matkailu lisääntyy ja elinkeinorakenne monipuolistuu. Silloin historiallisia alueita kehitetään matkailualueiksi, jossa paikalliset perinteet ja ruokakulttuuri hyödynnetään

matkailullisesti. Korkeaelintasoisissa maissa sijaitsee suurin osa kehitetyistä perinnematkailukohteista, joissa perinnematkailussa on myöskin kasvua. (Kahila 2001, 19 - 157.)

Viimeisten vuosikymmenien aikana uusia kulttuuriperinteisiin liittyviä kohteita on tullut runsaasti kansainvälisille markkinoille. Uutta tekniikkaa sekä tiedettä, taidetta ja ohjelmapalvelullisia keinoja on käytetty hyväksi kasvaneissa ja monipuolistuneissa kulttuuriperinneohteissa. Perinnematkailukohteita on myös yhdistetty toisiinsa auto- ja kävelyteillä. Lisäksi matkailuelinkeino on kehittänyt perinteeseen liittyviä teemamatkoja siten, että perinneohteet olisivat helpommin yleisön saavutettavissa. (Moilanen 2001, 153.)

2.2.3 Maaseutumatkailu

”Maaseutumatkailu on osa suomalaista matkailuelinkeinoa” (Martikainen 2002, 5). Nykyiset maaseutumatkailuyritykset ovat usein syntyneet entisen maatalouden harjoittamisen tilalle. 1950- ja 1960 -luvuilla alkanut omatoimisten mökkien vuokraus on edelleenkin maaseutumatkailun perusrunko, johon yhdistyvät ravitsemus- ja ohjelmapalvelut. ”Maaseutumatkailu on maaseudun luontaisiin edellytyksiin ja voimavaroihin – luonto, maisema, kulttuuri, ihminen – sekä perhe – pienyrittäjyyteen perustuvaa matkailun yritystoimintaa”. (Martikainen 2002, 5.) Luonnon- ja kulttuurimaisema, luonnonrauha, luonnonantimet, maaseutukulttuuri sekä maaseutu ympäristön aktiviteetit ovat maaseutumatkailun vetovoimatekijöitä. Yritykset ovat usein pienimuotoisia ja perheyriityksiä. (Martikainen 2002, 5 - 6.)

Kaikki maaseudulla tapahtuva matkailu ei ole maaseutumatkailua. Profiilia luotaessa ja palveluita markkinoitaessa maaseutumatkailun kehittämissuunnitelman mukaan kannattaa käyttää entistä enemmän arvolähtökohtiin pohjautuvia perusteluja, kuten ympäristövastuullisuus, terveys ja maaseudun kulttuuriperintö. Suomalaisen maaseutumatkailun suurin vahvuus on puhdas luonto, ja sen vuoksi ympäristövastuullisuus ja koko vastuullisen matkailun periaate on otettava kehittämisen perustaksi. (Sievennoinen, Tahvainen & Tyrväinen 1997, 29 - 30.)

Niin maaseutu- kuin kulttuurimatkailu -termiäkin käytetään varsin huolettomasti erilaisissa ohjelmissa ja matkailun markkinoinnissa. Toisaalta matkailijan kannalta

harvoin ratkaisevaa on se, mihin kategoriaan hänen matkansa sijoitetaan. Maaseudulla matkaileva on useimmiten sekä luonto- että kulttuurimatkailija. Termien säännöllinen käyttäminen kuitenkin vakiinnuttaa ne kielenkäyttöön ja myös ihmisten mieleen. Sen vuoksi kannattaa pyrkiä niiden käyttämisessä tarkkuuteen varsinkin ammattilaisten keskuudessa. (Sievennoinen ym.1997, 29 - 30.)

Maaseudun kulttuuri on mukana päivittäisessä keskustelussa aivan toisella tavalla kuin 1990-luvun alkupuolella. Talonpoikauskulttuuri koetaan selkeästi menneeksi maailmaksi, josta on tässä päivässä jäljellä erilaisia perinteitä. Nyt puhutaan mieluummin maaseutukulttuurista tai maaseudun kulttuurista. (Isotalo 1999, 7 - 8, 85 - 105.)

Maaseudun kulttuuri elämäntavan merkityksessä tulee vastaan usein niissä yhteyksissä, joissa mietitään perusteita maaseudun kehittämiseksi. Maaseudulla vuosisatojen aikana muotoutunut elämäntapa tuntuu monista luontevalta ja hyvin suomalaiselta. Kaupunkilaisuus liitetään silloin kiihkeään, rasittavaan ja turvattomaan elämäntapaan, jonka vastakohtaksi asetetaan talonpoikaaisuuteen perustuva elämäntapa maaseudun rauhassa. (Isotalo 1999, 7 - 8, 85 - 105.)

Maaseudun kulttuuri kehittämistyössä on jäänyt liian vähälle tutkimukselle ja pohdinnalle. Monen hankkeen onnistuminen olisi ollut varmempaa ja helpompaa, jos jo suunnitteluvaiheessa olisi otettu huomioon maaseudun kulttuuri yleensä ja paikallinen kulttuuri erityisesti. Vain nimenomaisesti kulttuurin kehittämiseen liittyvissä hankkeissa tilanne on ollut hiukan parempi. Kulttuurierot tulevat esille monella tavalla ihmisten kohtaamisessa myös hankkeissa ja projekteissa. Joskus vastavalmistuneen kaupunkilaiskonsultin ja sukutilan pidosta pitkään vastanneen isännän on vaikea löytää yhteistä kieltä ja toimintatapaa. Erilaiset kulttuurit tulevat vastaan muuallakin. Tutkimuksen, opetuksen ja kehittämisen näkökulmasta maaseudun kulttuuri saattaa olla hyvinkin toisenlainen kuin hallinnon. (Jutila 1998, 69.)

Maaseutumatkailualan kehittämistyö on vasta aluillaan myös sen vuoksi, että maaseutumatkailu on alana varsin nuori. Vaikka vanhimpien maaseutumatkailuyritysten toiminnan aloituspäivä löytyy jo vuosisadan vaihteen ajoilta, suurin osa alan yrityksistä on toiminut vasta noin vuosikymmenen ajan. Varsinainen alan

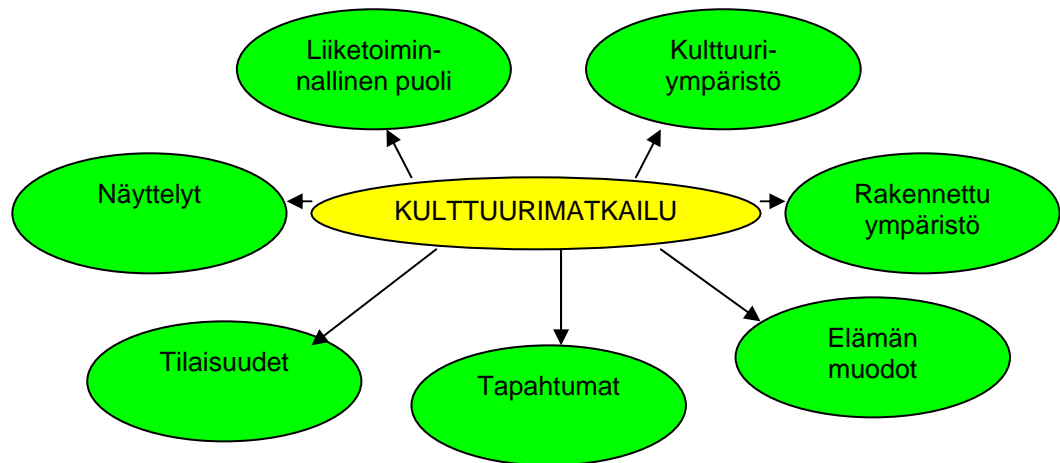
pitkä kokemus siis puuttuu suurimmalta osalta yrittäjistä. Toisaalta se voi olla haittana, mutta toisaalta se on vahvuus. (Virtanen 2000, 66.)

Maaseutumatkailua on perinteisesti pidetty alana, joka tuottaa vain lisätuloja maatalouteen. Nyt on kuitenkin yhä enenevässä määrin lähdetty lisäämään alan tuottavuutta, sillä kysyntä on lisääntynyt, ja monelle on käynyt jopa niin, että matkailu on päätulo ja sen ohessa lisätuloina esimerkiksi viljellään maata. Maaseutumatkailun kehittämistyöhön, edistämiseen, erilaisiin projekteihin ja hallintotyöhön käytetään paljon rahaa, mutta jostain syystä varat eivät ole herättäneet kiinnostusta sen paremmin majoitusyrityksissä, joita rasittaa alhainen käyttöaste, kuin uutta tuotantosuuntaa miettivillä maatiloillakaan. (Rouhiainen 1996, 106 - 107.)

2.2 Kulttuurimatkailu voimavarana

Kulttuuri on maaseudun voimavara kahdella tavalla: ensinnäkin sinänsä laajassa merkityksessään arvoina, elämäntapana ja identiteettinä, toisaalta erilaisten monella tavalla hyödynnettävien ominaispiirteiden, ilmiöiden ja esineiden kokonaisuutena. Matkailun hyödynnettävyys on selkeämpää: se tuo uusia elinkeinomahdollisuuksia, työtilaisuuksia ja rahaa. (WTO 2000.)

Kulttuurimatkailu on nousemassa onnistuneesti kaupallistettavaksi paketointi- ja tuotteistamiskokonaisuudeksi, joka antaa tilaa pienyrittäjyydelle, osa-aikayrittäjyydelle sekä kolmannen (voittoa tavoittelemattoman) sektorin toiminnalle. Kulttuurimatkailu voidaan määritellä matkailuksi, jonka motiivina on alueellinen kulttuuritarjonta kuviossa 2. (Douglas, Douglas & Derrett 2001, 114 - 133.)



Kuvio 2. Alueellinen kulttuuritarjonta (mukaillen). (Douglas ym. 2001, 114 - 133.)

Kulttuurimatkailun määrittelyssä voidaan matkakohteita pitää merkittävänä kuten arkeologisia ja historiallisia nähtävyyksiä sekä taidekohteita. Matkakohde ei ratkaise yksinomaan matkan luonnetta, eikä kulttuurimatkailua voida rajata ainoastaan korkekulttuurisiin tapahtumiin. Määriteltäessä onkin korostettava matkailijoiden motiiveja sekä heidän matkalle antamia merkityksiä ja tulkintoja. Kulttuurimatkailijaa kiinnostaa ensisijaisesti oppiminen ja tiedon kerääminen. Oppiminen on ymmärrettävä laaja-alaisesti ja siihen voi sisältyä hyvinkin voimakas elämyksellisyys. Nykyisin kulttuuri nähdään dynaamisena prosessina, jossa kaikilla alueilla on monenlaisia erilaisia piirteitä, jotka ovat jatkuvassa muutoksessa ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Matkailu tulisi nähdä yhtenä kulttuurisessa vuorovaikutuksessa elävänä ja vaikuttavana elementtinä, jolloin on mahdollista arvioida kulttuurisesti kestävän matkailun edellytyksiä. Kulttuuri nähdään usein yksipuolisesti vain matkailua edistävänä tuotteiden ja alueellisten imagojen rakennusaineena. Tapahtumatuotannolla tarkoitetaan useimmiten erilaisten kulttuuritapahtumien ideointia, sisällöllistä kehittämistä, tuotteistamista, paketointia ja markkinointia. (Douglas ym. 2001, 114 - 133.)

Kulttuuri on matkailutuotteena ollut tärkeä siitä asti, kun matkailua on ollut vapaa-ajan aktiviteettina. Viime vuosina kulttuurimatkailu monissa muodoissaan on tunnustettu tärkeäksi matkailun kasvualaksi erityisesti alueilla, joilla ei ole maantieteellistä tai ilmastollisia vetovoimatekijöitä. Kulttuuripalvelut ja -tuotteet sopivat yhdistettäväksi hyvin sekä lomamatkojen että työ-, kongressi-, kokous- ja

opiskelumatkojen yhteyteen. Kasvupotentiaalia voidaan tarkastella erikseen sekä kysyntä- että tarjontapuolella. Kysyntäpuolella parempi tulotaso, muuttuva ikärakenne, lisääntynyt vapaa-aika, korkeampi koulutustaso, helpompi liikkuvuus ja siirtyminen aurinko- ja rantalomista monipuolisempaan lomailutarjontaan ovat kaikki mahdollisia syitä kulttuurimatkailun suosion nousuun. Tarjontapuolella kulttuuri on epäilemättä hyötynyt parantuneista esittelyvälineistä ja -tekniikoista (esimerkiksi uusmedia). Kun matkailukohteet ovat tulleet entistä samankaltaisemmiksi, ne ovat alkaneet käyttää toiminnassaan paikallisia, alueellisia ja kansallisia kulttuuripiirteitä houkutellakseen kansainvälisiä matkailijoita. (Holt 2002, 39 - 43; Ritzer 1999, 181 - 182.)

Lyhyiden kaupunkilomien suosion nopea kasvu johtuu varmasti myös siitä, että halutaan saada uusia kulttuurikokemuksia. Poliittiset päättäjät ovat myös huomanneet kulttuurimatkailun hyödyt ja he ovat myös tehneet myönteisiä toimenpiteitä – hyvä esimerkki on Euroopan Unionin aloittama Euroopan kulttuuripääkaupungin nimeäminen vuosittain. (WTO 1998.)

Kulttuurimatkailun puolestapuhujat kiinnittävät huomiota kahteen erityispiirteeseen, joista ensimmäinen liittyy itse tuotteeseen ja toinen niiden matkailijoiden profiiliin, joita kulttuurimatkailutuotteet kiinnostavat (Ritzer, 1999, 2):

1. Matkailijoille tarjotaan kulttuurituotteita usein alueilla, jotka eivät erityisen hyvin sovellu muihin matkailun muotoihin. Esimerkiksi kaupungeissa ja ei-perinteisillä maaseutumatkailualueilla, missä kulttuurimatkailua voidaan pitää taloudellisen kehityksen välineenä sekä sellaisen kulttuurin tukemisena, joka muuten ehkä ei olisi elinvoimainen. (Ritzer 1999, 8.)

2. Kulttuurimatkailijat näyttävät tulevan enimmäkseen ylemmistä sosioekonomisista luokista ja näin ollen voidaan vetää johtopäätös, että he kuluttavat enemmän kuin muut matkailijat. Kulttuurimatkailijat näyttävät myös olevan vähemmän keskittyneitä sesonkeihin kuin matkailijat, jotka matkustavat ilmaston tai maisemien takia. (Ritzer 1999, 38.)

Vaikka kestävä kehityksen periaate matkailussa useimmiten yhdistetään maaseutuun ja luontoon, on asia tiedostettu myös suurissa kaupungeissa, jotka

useimmiten ovat kulttuurimatkojen kohteita ja tapahtumapaikkoja sekä myös massiivisten tapahtumien järjestäjiä. (Ritzer 1999, 107.)

Euroopan kestävän kehityksen kaupungit ovat laatineet suunnitelmia ja raportin. Raportin suositukset ovat panos prosessiin, jota hiotaan ja lujitetaan kestävän kehityksen kaupunkien hankkeen edityessä. Suomesta Euroopan kestävän kehityksen kaupunkien yhteenliittymään kuuluu Espoo. Raportin mukaan on odotettavissa, että kestävän kehityksen periaate ja paitsi luonnon, myös urbaanin kulttuuriperinteen säilyttäminen ja vaaliminen korostuu tulevaisuuden kaupunkien järjestäessä puitteita, edellytyksiä ja myös rajoitteita kulttuurimatkailulle. (WTO 1998.)

2.3 Kulttuurimatkailun kehittyminen maailmalla

Kulttuurimatkailu lisääntynee kaikilla alueilla, kylläkin pienistä volyymeista lähtien. Eri alueilla on omia vahvoja kulttuurisia resursseja, joita ei ole vielä hyödynnetty matkailussa. Matkailijoilla on kiinnostusta paikallisyhteiskuntaan ja kulttuuriin tutustumiseen. Kulttuuri liitetään usein osaksi muuta matkaa, sillä harvemmin ihmiset kuitenkaan matkustavat ainoastaan kulttuurin vuoksi, ainakaan kauemmaksi. Kulttuurimatkailua voivat olla erilaisiin tapahtumiin osallistuminen, tutustuminen alueen historiallisiin nähtävyyksiin, museoihin, näyttelyihin sekä paikalliskulttuuriin liittyviin käsitöihin ja esityksiin. Yhtenä kulttuurimatkailun muotona voidaan pitää maaseutumatkailua, joka on myös yksi alan kasvavista tuoteryhmistä. (WTO 2000.)

Maailman matkailujärjestö WTO:n mukaan kansainvälinen matkailu kasvoi vuonna 2004 voimakkaasti. Kaikkien aikojen ennätyslukemat nousivat kymmenellä prosentilla eli kasvua tilastoitiin 760 miljoonaa dollaria. Maailman johtava markkina-alue Eurooppa menestyi hyvin, mutta tulokset olivat hyviä kaikilla muillakin mantereilla. Pohjoismaissa kehitys oli heikkoa verrattuna WTO:n arvioimaan Euroopan matkailun yleiseen neljän prosentin kasvuun ja maailmanlaajuiseen kymmenen prosentin kasvuun. Vuonna 2004 ulkomaiset yöpymiset vähenivät 0,2 prosentilla Pohjoismaissa. Kokonaisuutena Pohjoismaat ovat menettäneet markkinaosuutta kansainvälisestä matkailusta. Pohjoismaista Suomen osuus on yöpymisissä kasvanut 11,4 prosentista 14,5 prosenttiin. Amerikkalaisten ja japani-

laisten matkailijoiden paluu on ollut vuonna 2004 luonteenomaisena piirteenä Pohjoismaissa, kuten koko Euroopassakin. (MEK 2004, 9.)

”Vuoden 2005 aikana tavoitteena on kehittää ja mallintaa markkinalähtöisiä liiketoimintamalleja sekä edistää kulttuurimatkailun tuotteistamista sekä osaamisen siirtoa”. (Loikkanen 2005, 176). Kaikilla alueilla on omia vahvoja kulttuurisia resurssejaan, joita ei ole vielä hyödynnetty matkailussa – Euroopassa etabloituneiden kulttuurikohteiden uudelleen paketoinnit ja segmenttimarkkinointi sekä Itä – Euroopan ”uudet” kulttuurikohteet. Yksi kasvavista tuoteryhmistä on myös maaseutumatkailu esimerkiksi Pohjoismaissa. (WTO 2000.)

World Tourism Organizationin mukaan Euroopan turismin odotetaan kasvavan tasaisesti ennen näkemättömästi tulevaisuudessa. Kansainvälisten saapumisten odotetaan kasvavan vuoteen 2010 mennessä yhteen miljardiin, ja vuoteen 2020 saapumisten odotetaan nousevan yli 1,5 miljardiin. Kulttuurimatkailu kasvaa vuosittain 10–15 prosenttia ja sen odotetaan kasvavan huimasti, koska yhteiskunta tukee sitä. Euroopan komission mukaan 60 prosenttia Euroopan turisteista on kiinnostunut kulttuurikohteistaan matkallaan. Euroopan turisteista 20 prosentin matkailumotivaationa on kulttuuri. (Cabrini 2003.)

Matkailijat tulevat entistä tietoisemmiksi paikalliskulttuureille ja ympäristölle aiheutuvista haitoista. Tämä johtaa siihen, että valitaan tarkemmin matkatyypit, ja tämä taas johtaa suoraan todelliseen kiinnostukseen alueen/maan kulttuurisista piirteistä. Tästä syystä kulttuurimatkailu kasvaa ja kulttuurimatkojen tuottajia tulee lisää ympäri maailmaa. Ne, jotka ovat kehittyneiden länsimaiden kuluttajien etujoukoissa, tulevat haluamaan enemmän matkoja, joilla tutustutaan paikalliseen yhteisöön ja kulttuurin ilmentymiin sekä aktiviteetteihin. Tämä johtuu muun muassa matkailijan tietomäärän kasvusta ja kiinnostuksesta sitä maata kohtaan, missä hän vierailee. (WTO 2000; Cabrini 2003.)

Lyhyet lomat lisääntyvät entisestään, ja nämä ovat usein kaupunki-, tapahtuma- tai kulttuurilomia (taidenäyttely, musiikkiesitys). Lyhyillä lomilla usein myös tutustutaan uusiin kohteisiin, muun muassa Itä-Euroopan kohteisiin, joilla on erinomainen kulttuurinen perintö; esimerkiksi Prahasta ja Budapestistä on tullut markkinajohtajia lyhyissä lomissa. (WTO 2000.)

2.4 Kulttuurimatkailun kehittyminen Suomessa

Suomi on muuttunut tuhansien järvien maasta tuhansien projektien maaksi. Yhä useammin hankkeiden otsikoissa on sana kulttuuri ja yhä useammin tavoitteena on matkailun kehittäminen. Kaiken takana on maaseutu, jota ei haluta autioittaa, varsinkaan jos asutaan kaupungissa, työn, palveluiden ja toisten ihmisten lähellä. (Jutila 1998, 69; Euroopan parlamentti 1999.)

Tässä projektien maassa ovat tällä hetkellä jatkuvassa haussa voimavarat, vahvuudet, menestystekijät, resurssit, vetovoimatekijät, edellytykset, mahdollisuudet ja niin edelleen. Kehittäjien joukko, yrittäjät, viranomaiset ja konsultit, pohtivat palaverissaan, valitsevat kokouksissaan ja toteuttavat työssään tavoitteita, jotka asetetaan enemmistön tekijöiden varaan. Miten tähän kokonaisuuteen istuu kulttuuri? Mitä sillä tarkoitetaan? Ja mitä sillä tosiasiallisesti ymmärretään? (Jutila 1998, 69; Euroopan parlamentti 1999.)

Kulttuuri vaikuttaa ratkaisevasti matkustamiseen. Se vaikuttaa sekä palvelujen tarjoajan että niiden käyttäjän valintoihin. Palvelujen tarjoaja haluaa yleensä tarjota sitä, minkä katsoo omassa toimintaympäristössään ja kulttuurissaan olevan parasta ja kiinnostavinta. Palvelujen käyttäjä etsii oman kulttuurinsa näkökulmasta kiinnostavia kohteita ja tuotteita. Oman ja toisten kulttuurien tunteminen helpottaa niin tuotekehitystä kuin markkinointiakin. (Euroopan parlamentti 1999.)

Matkailu tuo paikalliseen kulttuuriin uusia piirteitä, muokkaa sitä ja voi myös tuhota sitä. Ongelma ei ole niin suuri suomalaisella maaseudulla kuin joillakin hyvin pienillä esimerkiksi Tyynenmeren saarilla, joilla perinteinen kansankulttuuri on muuttunut pelkäksi ohjelmapalveluksi. Maaseutumatkailussa on luontaista ajatella kulttuuria sen laajassa merkityksessä, kun taas kulttuurimatkailussa ohjelmat painottuvat kulttuuriin sen kapeammassa merkityksessä. (McCercher & du Cros 2002, 33 - 38.)

Matkailun kehittäminen vaatiikin laajaa ja moninaista yhteistyötä, monenlaisten rajojen ylittämistä. Kulttuurista löytyvät sisällöt paikkakunnan ja seudun matkailulle, teemallisille reiteille ja ohjelmapaketeille, liikeideoille, tuoteperheille, tuotteille ja palveluille, messuosastoille, esitteille ja nettisivuille. Yhteistyötä ja verkostoa

tarvitaan korkean laadun aikaan saamiseen, brandien luomiseen ja tehokkaaseen markkinointiin. Omaan kulttuuriin perustuessaan toiminta on usein luontevasti kestävän kehityksen periaatteiden mukaista, kulttuurisen lisäksi myös sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti. (McCercher & du Cros 2002, 33 - 38; Euroopan parlamentti 1999.)

Jako kulttuuriin ja kulttuuriteollisuuteen oli vielä 1980-luvulla selkeä. Kulttuuriin kuului julkinen, virallisesti hyväksytty kulttuuri sellaisena kuin se kulttuuritoimintalaissa määriteltiin. Siinä kulttuurilla tarkoitettiin taiteen harjoittamista ja harrastamista, taidepalveluiden tarjontaa ja käyttöä, kotiseututyötä sekä paikallisen kulttuuriperinteen vaalimista ja edistämistä. Muut kulttuuriin kuuluvat tehtävät löytyvät muun muassa museo- ja kirjastotoimintaa sekä orkesteri- ja teatteritoimintaa koskevista laeista. Myös taiteen perusopetuksella on oma lakinsa. Nämä ja muut kulttuuritoimintaa ohjaavat lait ja asetukset ohjaavat myös mielikuvaamme kulttuurin sisällöstä. (McCercher & du Cros 2002, 33 - 35.)

Suomessa kulttuuriteollisuus on keskittynyt pääkaupunkiseudulle, jossa on eniten asiakkaita, kaupallista, teknistä ja kulttuurista osaamista ainakin numeroin laskettuna. Osaamiskeskittymiä voidaan rakentaa muuallekin, myös maaseudulle. Niiden tarkoituksena on koota yhteen eri taidealojen, kaupallisen alan ja teknisen alan osaajia sekä hyödyntää heidän yhteistyötään ja kansainvälisiä verkostojaan. Suuri osa työstä hoidetaan jo nyt monessa tapauksessa sähköisten verkkojen avulla, ja jos maaseutualueilla on riittävät yhteydet, ei kulttuuriteollisuuden sijoittuminen sinne ole mikään ongelma. (Isotalo 1999, 25 - 28, 77 - 84.)

Kulttuurialan yrittäjiä on toistaiseksi vain vähän maaseudulla, mutta kiinnostusta isompiin ja edullisempiin tiloihin pääsystä on monella. Kaupunkien läheinen maaseutu on suosituinta aluetta, mutta löytyy myös sellaisia taiteilijoita ja käsityöläisiä, jotka viihtyvät parhaiten syrjäisellä maaseudulla, kuten esimerkiksi Sirpa Laaksosen taidetila Klamilassa, jossa on hänen taideteoksiaan useiden vuosien ajalta sekä joitain vanhoja esineitäkin näyttelystä löytyy. (McCercher & du Cros 2002, 33 - 35.)

3 OPINTOTUOTTEESTA MATKAILUTUOTE

Matkailulla on kunnille sekä työpaikkoja luovaa että tunnettavuuteen ja imagoon liittyvää vaikutusta. Työpaikkoja luovat erilaiset matkailualan yritykset. Lisäksi matkailusta hyötyvät välillisesti myös muut paikkakunnalla olevat yritykset, kuten esimerkiksi vähittäiskauppa. (Taskula 1997, 14.)

Petrisalon (2001, 9 - 24) mukaan nykyajan matkailuteollisuus on elämysteollisuutta, joka edellyttää kohteen erilaisuutta matkailijan normaaliin elämään verrattuna. Matkailuelämyksen raaka-aineena voi olla maisema, tarina, myytti tai perinteet. Kohteisiin liittyy paljon juuri tällaisia historiallisia tarinoita ja myyttejä, jotka tekevät niistä elämyksellisiä matkailukohteita.

Matkailuelinkeinon ja -tuotteen määrittely ja luokittelu on ongelmallista, koska matkailu koostuu monesta eri elinkeinosta. Teoreettisesti lähes kaikkia tuotteita voidaan myydä matkailijoille, ja siksi useimmat elinkeinon alat ovat tekemisissä joko suoraan tai epäsuorasti matkailun kanssa. (Kärkkäinen 2002, 10 - 21; Suutari 1998.)

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD, 2004) määritelmä matkailusta sisältää matkailun tarjontapuolella kolme päämatkailutoimintoa: majoitus- ja ravitsemispalvelut, liikennepalvelut sekä virkistys-, urheilu- ja kulttuuripalvelut (näyttämö-, musiikki- ja muu taide sekä kirjastot, museot ja muut kulttuuripalvelut). Matkailijoiden menoihin (tuote- tai palveluryhmittäin) on tyyppillisten matkailutuotteiden lisäksi laskettu mukaan myös muun muassa ostokset. OECD:n määritelmien mukaan matkailukysynnäksi lasketaan kaikki se kulutus, joka on suoraan tekemisissä matkan kanssa eli vain ne tuotteet tai palvelut, jotka tyydyttävät matkailijan tarpeita tietyllä matkalla.

Matkailijaksi määritellään Maailman matkailujärjestön, World Tourism Organisation (WTO 2000), mukaan henkilö, joka matkustaa paikkaan, joka ei ole hänen tavanomainen elinympäristönsä, vähemmäksi aikaa kuin 12 kuukaudeksi. Matkan tarkoituksen tulee olla muu kuin matkailijan normaalitoiminta matkan lähtöpisteessä. Matkan keston mukaan jaettuna matkailijat voidaan jakaa päiväkä-

vijöihin, joiden minimikesto on 3 tuntia, ja yöpyjiin. Päiväkävijöiden määrän tilastointi on vaikeaa, koska tarkka seurantajärjestelmä puuttuu. Kotimaan kulttuurimatkailu voi olla usein yksipäiväistä, esimerkiksi jos käydään katsomassa näyttelyä toisessa kaupungissa.

3.1 Matkailu

Matkailusta on esitetty runsaasti määritelmiä, jotka ennen kaikkea on tarkoitettu hallinnon, matkailuviranomaisten ja tilastojen laatioiden käyttöön. Maailman matkailujärjestö, World Tourist Organisation (WTO 1993), määritteli matkailun vuonna 1993 seuraavasti: matkailu on korkeintaan vuoden kestävä, vapaa-aikaan, työhön tai muihin tarkoituksiin liittyvää matkustamista ja oleskelua sellaisella paikkakunnalla, joka ei ole henkilön tavanomainen elinympäristö. Maailman matkailujärjestö katsoi tarpeelliseksi painottaa matkailun määrittelyssä kotoa poissaolon aikaa. Määritelmä on laaja, ja se rajaa matkailun ulkopuolelle itse asiassa vain sellaisten henkilöiden matkustamisen, joiden tarkoituksena on muuttaa pysyvästi toiselle paikkakunnalle. Tämän tyyppiset mekanistiset määritelmät eivät erota matkailua matkustamisesta eivätkä ota riittävästi huomioon matkailun laadullista moninaisuutta.

Matkailu on esitetty hyvin monissa alueellisissa kehittämissuunnitelmissa alana, joka tarjoaa uusia mahdollisuuksia myös etäällä keskuksista sijaitsevien alueiden elinkeinotoiminnan kehittämiseen, kuten esimerkiksi Saariselkä ja Pyhä. Matkailua on perusteltua tarkastella erikseen muista elinkeinoista suhteessaan alueelliseen kehitykseen ja kehittämiseen. (Euroopan Parlamentti 1999.)

Antropologi Valene L. Smithin (1981, 475; 1989, 1 - 17 ja 1992, 15) mielestä matkailua tulee tutkia yksilön voimavarojen ja ajankäytön yhteydessä. Matkailija on vapaa-aikaa viettävä henkilö, joka haluaa matkustaa kodin ulkopuolelle päämääränä ensisijaisesti vaihtelun kokeminen. Matkailu edellyttää Smithin mukaan kolmen toimintaedellytyksen samanaikaista esiintymistä. Ne ovat vapaa-aika, käytävissä olevat ylimääräiset tulot ja paikallinen hyväksyntä.

Matkailu on periaatteessa ja instituutionaalisesti tarkasteltuna avointa ja vapaata, epäsäännöllisesti toistuvaa matkustamista, jolle on ominaista suuntautuminen

kaukana oleviin kohteisiin. Matkailuun liittyy vakiintuneesti ja korostuneesti myös uuden ja vaihtelun kokeminen. Cohenin mukaan nämä matkailulle ominaiset laadulliset tekijät liittyvät vierauden ja epäpersoonallisten suhteiden ongelmaan ja johtavat ”kaupallisen huolenpidon” instituutioiden, kuten hotellien, matkanjärjestäjien, matkatoimistojen ja lopulta matkailuteollisuuden, syntymiseen. Matkailututkimuksessa, kuten (vertailevassa) kulttuurintutkimuksessa yleensä, on yhtä tärkeää ottaa huomioon kulttuuripiirteiden erilaisuudet kuin niiden samankaltaisuudet. Tämä mahdollistaa matkailun sisällöllisen moninaisuuden esiintulemisen. (Cohen 1981, 469 - 470.)

3.2 Opintoretki

”Opintoretkellä tarkoitetaan useampaa kuin yhteen kohteeseen tehtävää retkeä, joka voi suuntautua lähiseudulle tai kauemmaksikin, mutta jonka aikana ei yövytä. Ne ovat yleensä puoli- tai kokopäiväretkiä.” Opintoretki kuuluu koulun opetukseen. (Kaitila 1979, 8.) Kouluhallitus (1986, 22) määrittää opintoretken olevan yhden tai useamman oppiaineen opiskeluun liittyvä koulun työsuunnitelmassa vahvistettu tutustumismatka. Retken kesto vaihtelee yhdestä kahteen päivään.

Kaitilan (1979, 9) mukaan opintoretkeä pidetään tärkeänä osana opiskelua. Opintoretkeily tarjoaa seuraavassa joitakin etuja:

- Opiskelijat tekevät havaintoja ilmiöistä, jotka tekevät oppimisesta tehokkaampaa, koska opiskelija käyttää aisteja havaintovälineinä.
- Retken tarkoituksena on täydentää jo opittuja tietoja, koska teoriaa sovelletaan käytäntöön.
- Opintoretkeilystä on hyötyä sekä opiskelijalle että opettajalle.
- Opiskelijoita voidaan hyödyntää aktivoimalla heitä retken suunnitteluun ja toteuttamiseen.

- Opintoretki tarjoaa uusien tietojen lisäksi elämyksiä, jotka vaikuttavat asenteiden muuttumiseen.
- Opintoretkellä ollaan luontevampia kuin koulun pulpetissa. Yhdessä koetut elämykset yhdistävät ja tutustuttavat oppilaita toisiinsa, luoden yhteishenkeä. Opettajat voivat saada entistä paremmin kontaktia oppilaisiinsa.
- Retkellä voidaan tyydyttää opiskelijoiden luontaista uteliaisuutta, koska on mielenkiintoista tutustua uusiin ilmiöihin ja kohteisiin.
- Opintoretkillä on mahdollisuus nähdä sellaisia nähtävyyksiä, joihin ei yksityisen ihmisen tule itsekseen tutustua tai joihin yksityinen ei aina pääsekään käymään. Lisäksi näillä retkillä on yleensä mahdollisuus nähdä vieraita seutuja ja kohteita edullisemmin ja vaivattomammin kuin yksin matkustaessa.

Opintoretken kohteita suunniteltaessa on otettava huomioon oppilaiden ikä. Ensin voidaan tutustua lähiympäristöön, jonka jälkeen opintoretket voivat ulottua maakunnan eri kohteisiin sekä omaan maahan ja muihin Pohjoismaihin. Lukio ikäisille kohteet voivat olla jo muut Euroopan maat. (Kouluhallitus 1986, 23.)

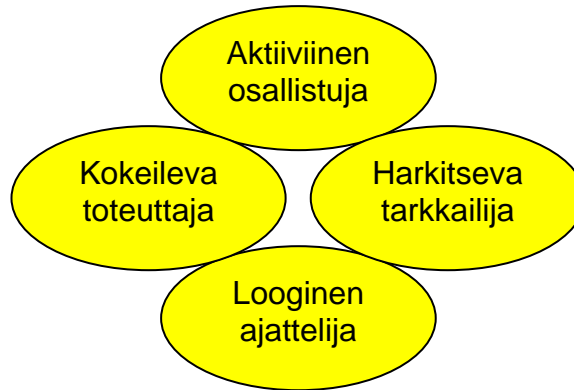
Opintoretket ovat kouluaikana oppilaiden kanssa tehtäviä retkiä, ei huvimatkoja. Kohteet valitaan usein niin, että se sopii opetussuunnitelmaan. Opettajan on hyvä tutustua aiheeseen ensin itse ja tiedustella onko kohteeseen mahdollista mennä juuri ajateltuna ajankohtana. On myös hyvä ottaa selville, onko kohteessa mahdollista liikkua esimerkiksi pyörätuolilla, jos luokalla on vammaisia lapsia. Kohteesta kannattaa myös ottaa selville, onko sinne pääsymaksuja ja miten liput voi hankkia sekä onko ryhmälennuksia. Jos retken on tarkoitus kestää esimerkiksi puoli päivää, voi olla että oppilaat tarvitsevat eväät, jolloin on otettava selvää, missä kohteessa olisi ruokailupaikka ja wc. Oppilaiden tehtäväksi voi jättää kaikki käytännön asiat, mutta se ei tarkoita ettei opettaja olisi vastuussa järjestelyistä. Opettaja huolehtii itse asioiden varmistamisesta ja auttaa oppilaita oppimaan retken organisointiin liittyviä asioita. (Pässilä, Niinikuru, Ojanen & Rokka 1994, 235 - 236.)

Mikäli opintoretki on suunniteltu kokopäiväiseksi retkeksi, on huolehdittava siitä, että oppilaat saavat jossain vaiheessa kunnon aterian. Ryhmä voi yhdessä tehdä päätöksen siitä, milloin omat eväät syödään, jos sellaisia on mukana. Keskittyminen oppimiseen ja koko retken tunnelma ovat erilaiset, jos ryhmä on harjaantunut matkustamaan eikä ota makeisia mukaan tai lähde välillä omille ostoksilleen. Mikäli halutaan antaa tilaisuus ostosten tekemiseen, ajankohta kannattaa päättää etukäteen, ettei kesken ohjelman siitä tarvitse keskustella. (Elo 2000, 16 - 17; Pässilä ym. 1994, 236.)

Opintoretkikohteessa täytyy jokaisen oppilaan nähdä ja kuulla siellä esitettävät asiat. Onkin harvoin perusteltua mennä tutustumiskäynnille johonkin tuotantolaitokseen kovin suuren oppilasmäärän kanssa. Koulusta voidaankin irrottaa yksi opettaja käyttämään vaikka kahden luokan oppilaat kolmessa ryhmässä. Jokainen oppilas on selvillä omasta roolistaan jo etukäteen, mihin retkellä esimerkiksi erityisesti kiinnittää huomiota. Erilaisia rooleja voidaan jakaa esimerkiksi ennen retkeä valmistelutunnilla. Ennen lähtöä on kohteesta hankittu etukäteistietoa, katsottu kuvia, tehty kysymyksiä ja jaettu tarkkailutehtäviä. Yhteiset oppimisen tavoitteet on suunniteltu yhdessä ja sovittu, miten niitä arvioidaan. Jokainen voi laatia myös henkilökohtaiset tavoitteensa. Perillä ei tarvitse neuvotella, kenen vuoro on kantaa videokameraa tai ottaa kuvia, koska jokainen tietää työnsä. Jokainen oppilas saa vuorollaan tehdä kaikkea, eikä haastattelua tai videointia anneta vain aktiivisimpien tehtäväksi. Jos haastattelumenetelmiä ei hallita tai oppilaat ovat epävarmoja esiintyjä, on opintokäyntien ja vierailujen määrää radikaalisti lisättävä. (Pässilä ym. 1994, 236 - 237; Elo 2000, 16 - 17.)

Jokaiseen kouluryhmään mahtuu erilaisia oppijoita, joten on osattava jakaa retkelle tehtävät oikein sekä havainnoida retken kohteet eri tavoin, jotta jokainen oppilas saisi siitä haluamansa tiedon irti ja ettei kukaan tuntisi itseään ulkopuoliseksi. Ajattelua pidetään usein yksityisenä toimintana, mutta siitä saadaan kaikki haluttu tieto, kun ajatukset saadaan julki ja niitä ryhdytään tutkimaan sekä arvioimaan. Tarkkailija on kuin tutkija, jonka tutkimisen pääsisältö koostuu oivalluksista. Tarkkailija yhdistää sanotun ja näkemänsä yhteen. Kokeileva toteuttaja oppii testaamalla erilaisia vaihtoehtoja ja pohtii, kunnes päätyy mieleiseensä vaihtoehtoon. Aktiivinen osallistuja ryhtyy kaikkeen, mitä ehdotetaan, ja kokeilee kaikkea, jotta oppisi enemmän. Huomioimalla jokaisen oppilaan eri tyyliä oppia, voidaan

saada oppilaille kokonaisvaltaisempi oppiminen aikaan. (Vuorinen 1993, 50 - 52; Elo 2000, 16 - 17.) Jokaisella oppilaalla on erilainen oppimistyyli, jota kuvio 3 täsmentää:



Kuvio 3. Erilaiset oppimistyyli. (Vuorinen 1993, 51; Elo 2000, 16 - 17.)

Ennen opintoretelle lähtöä suunnitellaan jo sekin, miten sieltä saatu tieto tallennetaan ja viestitään eteenpäin. Uudet asiat pyritään saamaan myös muiden oppilaiden tietoon. (Pässilä ym.1994, 236 - 237.)

4 MAALAIK- JA TEHDASKAUPUNKI ORIMATTILA

Vuonna 1992 Orimattilasta tuli kaupunki, jonka keskus on muodostunut kirkonkylän ja Tönnön kylän alueelle. Orimattilan halki kulkee Porvoonjoki, jonka laaksoon kuuluu 14 kylää. Orimattilan keskusta sijaitsee Helsingistä noin sata kilometriä koilliseen ja Lahdesta 20 kilometriä kaakkoon. Nykyisinkin edelleen maanviljely on osa Orimattilaa, kuten ovat tehtaakin. Finn Karelia on yksi maailmallakin tunnetuista tehtaista. Lahden ja Helsingin läheisyys ovat vieneet Orimattilasta työntekijöitä. Monet Orimattilan tehtaista ovat laukkauttaneet toimintansa ja pienet maalaistalot ovat lopettaneet karjanhoidon siirtymällä pelkkään viljelyyn. Orimattila on kuitenkin kasvava kunta, koska monet pääkaupunki seudulla työtätekevät muuttavat perheineen hiljaisempaan maalaiskylään, josta on hyvät liikenneyhteydet pääkaupunkiseudulle. (Lahelma 2002, 115 - 116.)

4.1 Orimattilan historiaa – maalaiskylästä tehdaskaupungiksi

Orimattila kuului alun perin kokonaisuudessaan Hollolan suureen kirkko-pitäjään. Seurakunnan kuitenkin olessa aivan liian laaja päättivät reuna-alueilla asuvat rakentaa Orimattilan Kirkonkylään eli Viljamaalle 1500-luvun loppu puolella ensimmäisen kirkon. Vuonna 1636 Orimattila itsenäistyi ja Orimattilasta tuli kappeliseurakunta Ruotsin kuningatar Kristiinan käskystä. (Penttilä & Syrjö 1963, 205 - 208.)

Sivistys alkoi nousta Orimattilassa 1800-luvun loppu puolella, kun perustettiin laulukoroja, nuorisoseuroja sekä kansakouluja. Teollisuuttakin syntyi Orimattilaan, kun tehtailija Attila perusti Orimattilan Villatehtaan. (Rahunen 1953, 10 - 14; Penttilä & Syrjö 1963, 205 - 208.)

Suomen itsenäistyminen 1917 avasi uusia mahdollisuuksia Orimattilan kehitykselle. Teollisuuden kotiutuessa Orimattilaan kehittyi maatalouskin suuresti. Molempien elinkeinojen ansiosta Orimattila vaurastui. Sodat kuitenkin pysäyttivät kehityksen, mutta kehitys jatkui sotien jälkeen. Sotien mukana tulleet tuhannet siirtolaiset Karjalasta rikastuttivat omalla työpanoksellaan Orimattilaa. Vuonna 1956 Orimattilan kylistä Renkomäki liitettiin Lahteen. (Rahunen 1953, 10 - 14; Penttilä & Syrjö 1963, 205 - 208.)

4.2 Orimattila – elämyksiä täynnä oleva maalaiskaupunki

Orimattila on vireä kulttuurikaupunki, joka tarjoaa etenkin kuvataiteen ja teatterin elämyksiä ympäri vuoden. Omaleimaiseen perinteeseen kuuluvat myös käsityö, tekstiiliteollisuus ja hevoset. (Orimattilan Kaupunki, 1997.)

Vanhaan tehdaskiinteistöön kunnostetussa Orimattilan Taidemuseossa on esillä enemmän klassikkoja kuin monessa isossa kaupungissa. Ilmari ja Toini Wall-Hakalan kokoelmista alkunsa saaneessa museossa tulevat vastaan monet suomalaisen taiteen huiput 1800 – luvulta 1960 – luvulle: Laurèus, von Wright, Edefelt, Wiik, Schjerfbeck, Halonen, Gallen-Kallela, Collin, Koistinen sekä lukuisia muita. Museossa ovat esillä myös professori, kuvanveistäjä Pentti Papinahon sekä Holger von Glahnin kokoelmat. (Hämeen maaseudun kehittämissuuskunta, 2003; Orimattilan Taidemuseo, 2004.)

Valtakunnallisesti tunnettuja taidekohteita ovat myös kaksi yksityistä näyttelytilaa: Soile Yli-Mäyryn Taidelinna ja Maisa Kaarnan Villa Roosa. Taidelinna on kulttuurihistoriallisesti arvokas 1800 -luvun tiilirakennus, jossa on esillä Yli-Mäyryn värikkäitä maalauksia 20 vuoden ajalta. Villa Roosa on entinen huopatosuutehdas, jonka tekstiilitaiteen kesänäyttelyt ovat jo käsite. (Orimattilan Kaupunki 1997.)

Orimattilan vanhinta käsityöperinnettä ovat Heinämaan pitsit, joita näkee parhaiten kesäkuisilla Heinämaan pitsipäivillä ja muissa tapahtumissa. Uutta käsityöläisyyttä edustaa Maria Drockilan Kynttiläpaja, joka toimii vanhassa Kehräämössä aivan Orimattilan keskustassa. (Tekstipuu Ky 2004.)

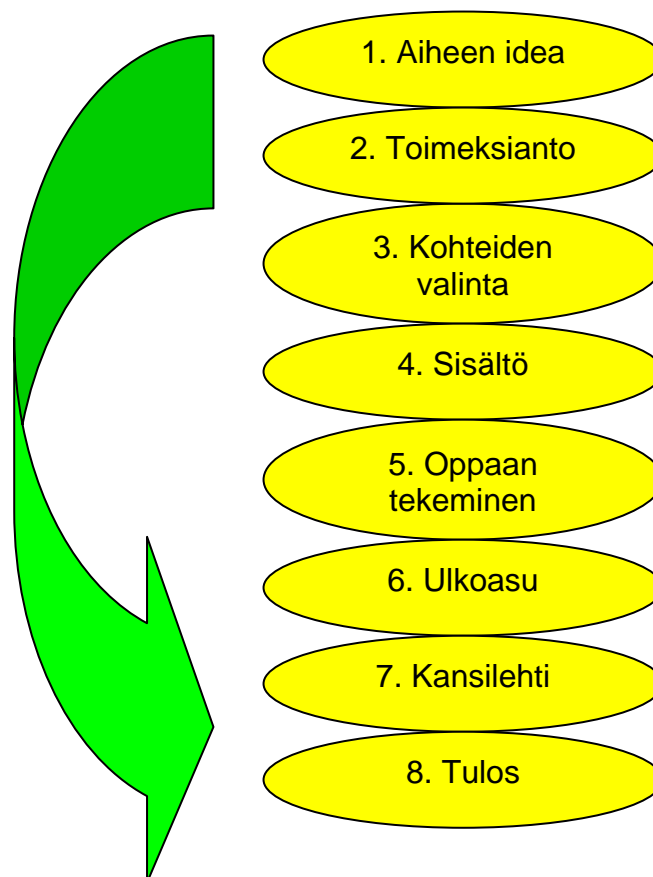
Yli viiden hehtaarin laajuinen Kotieläinpuisto on suosittu lapsiperheiden matkakohde aivan hevospitäjän sydämessä. Heinäkuiset maankuulut Kantrifestrit kokoavat kantrimusiikin ja -tanssin ystävät puistoon nauttimaan aidosta maalais-tunnelmasta. (Hämeen maaseudun kehittämissuuskunta, 2003.)

5 KULTTUURIKOHDOPAS 5.–6.-LUOKKALAISTEN OPETTAJILLE

”Oppilaan on hyvä välillä päästä pois kouluympäristöstä, jotta muu yhteiskunta ja ympäristö tulee tutuksi ja oma katsontakanta laajenee” (Elo 2000, 150).

Kohdeoppaan kaltaista tuotetta ei Orimattilan alueella ole aikaisemmin ollut. Opettajat ovat oppitunneillaan käyneet oppilaiden kanssa vierailuilla esimerkiksi Finn Karelian Kankaanmäen tehtaalla Orimattilassa ja pyöräretkillä muun muassa Virenojalla opettajan mukana. Opettajat ovat kertoneet sen mitä yleisesti kohteista tietävät tai ovat muuten vain tutustuttaneet oppilaat alueeseen tai ovat palkanneet kohteesta oppaan, joka on kertonut kohteesta oppilaille.

Kohdeoppaan suunnitteluprosessi eteni kuvion 4. mukaisesti:



Kuvio 4. Kulttuurikohdeoppaan suunnittelun vaiheet

Idea

Alussa syntyi idea ajoitetusta retkioppaasta jollekin paikkakunnalle, kuten esimerkiksi Kotkaan. Lopulta päädyin ajatukseen, että haluan tehdä opinnäytetyön kotipaikkakunnalleni Orimattilaan. Muistelin kuinka teimme ala-asteella keväällä pyöräretken opettajamme johdolla Virenojalle katsomaan opettajan historiallisesti kaunista kotia ja sen pihaympäristöä. Talo oli Virenojan vanhimpia taloja. Lisäksi kävimme Virenojan myllyllä. Ideointivaiheessa kävin keskustelemassa aiheesta entisen äidinkielen lehtorin Alli Hosiaisluoma-Karppisen kanssa, koska hän on ollut kirjoittamassa Orimattilan historiaa koskevaa kirjallisuutta.

Toimeksianto

Ajatusta oppaasta lähdin ensimmäisenä viemään Jokivarren koululle, joka on Orimattilan suurin ala-aste. Valintaan vaikutti myös se, että olen itse opiskellut Keskuskoulussa joka on nykyiseltä nimeltään Jokivarren koulu. Otin yhteyttä Jokivarren koulun rehtoriin Matti Sirkkaan sähköpostitse. Kysyin Jokivarren mielenkiintoa toimeksiannosta ja rehtori Matti Sirkka vaikutti kiinnostuneelta. Sovimme tapaamisen, jossa keskustelisimme enemmän aiheesta.

Kohteiden valinta

Kohdeoppaan kohteiden valintaan vaikutin itse ottaen huomioon toimeksiantajani Jokivarren koulun rehtorin sekä Alli Hosiaisluoma-Karppisen ehdotukset. Alun perin oppaasta piti tulla ajoitettu retkiopas. Otin kuitenkin huomioon Jokivarren koulun rehtorin mielenkiintoisen ehdotuksen kohdeoppaasta, johon kokoisin useampia kohteita kuin aikaisemmin olin ajatellut, esimerkiksi Tönnön kulttuurihistoriallisesti merkittävän myllyn ja sillan.

Oppaan sisältö

Orimattilan keskustan ja lähiympäristön kohteista kertovan oppaan tuli olla mahdollisimman kattava, jotta se kävisi eri oppituntien ohjelmien osaksi. Kohteina on taiteellisesti, historiallisesti ja uskonnollisesti kiinnostavia kohteita. Eri ainealojen

opettajat voivat poimia oppaasta haluamansa kohteet, jotka liittyvät heidän opetukseensa. Tarkoituksena ei ole käydä retken aikana kaikissa kohteissa, vaan valita nimenomaan muutamia kohteita tai ainoastaan yksi kohde. Kaikkien oppaan kohteiden sisällyttäminen retkeen ei ole edes ajallisesti mahdollista, koska esimerkiksi Tönnön myllyn ja Virenojan myllyn matkallinen väli on yli kymmenen kilometriä. (Ajatellen, että oppilaat kulkevat kohteiden välimatkan pyörällä.)

Oppaan tekeminen

Kohdeoppaan tekemiseen ja sisällön suunnitteluun sain kuitenkin vapaat kädet, mutta varmistin Jokivarren koulun rehtorilta myös mielipiteen suunnitellusta muodosta. Tarkoitukseni oli kertoa kohteen historiasta ja nykyisyydestä sekä kehen tarvittaessa ottaa yhteyttä esimerkiksi, jos tarvitsee varata aikaa kohteen esittelyyn, kuten taidemuseoon. Lisäksi muutamiin kohteisiin lisäsin osion huomioitavaa, koska esimerkiksi joet myllyjen luona ovat usein ainakin keväällä erittäin virtaavia sekä Virenojan myllyn luona on grillikatos, jossa retkeläiset voivat paistaa vaikka makkaraa.

Oppaan ulkoasu

Tarkoituksena oli tehdä kulttuurikohdeoppaan ulkoasusta mielenkiintoinen, jotta se herättäisi huomiota niin, että se otettaisiin käyttöön kouluopetuksessa ja erottuisi muista koulumateriaaleista. Kajaanin ammattikorkeakoulussa puhuimme toisen opinnäytetyötäni ohjaavan opettajan kanssa siitä, mihin muotoon opas kannattaisi tehdä. Jokivarren koulun rehtori oli myös sitä mieltä, että opettajan olisi helpompi retkellä kuljettaa mukanaan A5 kokoista lehtiötä kuin A4 kokoista. Oppaan on tarkoitus olla selkeä ja helposti luettava, mutta myös hieman historiallisen näköinen. Valitettavasti A5 kokoisen lehtiön tekeminen oli minulle liian vaikea prosessi, koska ei ollut sellaisia ohjelmia kuin olisin tekemiseen tarvinnut.

Kansilehti

Oppaan kannesta tuli mielestäni hyvä. Olin tyytyväinen väreihin ja kuvaan. Kuvan otti avopuolisoni Tapani Väisänen Virenojan myllyn metsäpolusta. Kohdeoppaan nimeksi valitsin Historian lehtien havinaa Orimattilassa. Oppaan nimen väriprintiksi valitsin keltaisen värin, koska se erottui kuvasta parhaiten. Kuvan valintaan vaikutti

se, ettei kuvaa ollut käytetty muualla oppaassa. Kansilehti on rauhoittava, mutta polku innoittaa retkeilemään.

Tulos

Tekemäni opas tulee tarpeeseen, siitä on hyötyä orimattilalaisille opettajille ja samalla oppilaille. Oppaan lisäksi tein power point -esityksen, jossa kerron lyhyesti kohteista. Kohteita havainnollistaa myöskin kuvat. Esityksen tarkoituksena on, että opettaja valmistele retkeä oppilaille. Power Point -esityksen taustaksi löysin sopivan kuvan liittyen oppaan otsakkeeseen. Taustapohjana Power Poin -esityksessä on syksyisiä vaahteranlehtiä.

Valmis kulttuurikohdeopas A4 muodossa ja Power Point -esitys vähentävät opettajien esivalmistelua kohteisiin, ja oppilaat oppivat retkellä omasta kotiympäristöstään sellaista, mitä eivät välttämättä ole aikaisemmin havainneet. Tarkoituksena oli, että opas olisi ehtinyt valmiiksi jo aikaisemmin keväällä, mutta opas voidaan ottaa käyttöön heti ensi syksynäkin ja paremmin jakaa kohteet eri vuodenaajoille sopiviksi.

5.1 Kohderyhmän huomioiminen

Suunnitteluvaiheessa kohderyhmäksi täsmentyi 5.–6.-luokkalaisten lapset. Ensimmäisiä vuosia koulussa ovat ja sitä nuoremmat rajasin pois, koska konseptien suunnittelu on helpompaa, kun kohderyhmä voidaan olettaa tietyn keskittymiskyvyn saavuttaneiksi.

Ohjelmapalvelu on hyvä rakentaa huomioon ottaen kohderyhmän vaatimukset. Retken historiallinen aihe on haasteellinen, koska 5.–6.-luokkalaisten oppilaiden mielenkiinto pitää saada säilymään koko retken ajan. Historian tutkiminen ja ymmärtäminen on vasta aluillaan 5.–6.-luokkalaisten, koska aikaisemmille vuositasoille historiaa ei opeteta siinä määrin kuin 5.–6.-luokkalaisten. Kulttuuriympäristön tulkinta ja ymmärtäminen on mielenkiintoinen yhteishaaste historian ja yhteiskuntaopin, maantiedon ja biologian sekä kuvataiteen opetukselle. Historiaa ylipäättään voisi pitää haasteellisena aiheena puhuttaessa nykypäivän lapsista, joiden mielenkiinto suuntautuu usein nykyaikaisiin harrasteisiin, kuten esimerkiksi tietokonepeleihin. Nykylapsien voi olla vaikeaa kuvitella elämää ilman matkapu-

helinta, tietokonetta tai televisiota. Voidaan jopa sanoa, että lapset ovat informaatio-tekniikanmuutoksen etujoukkoissa. Lapset käyttävät paljon mediavälineitä, ovat niiden kuluttajia ja luovat niillä elämälleen olennaista merkitystä. (Suoranta, Lehtimäki & Hakulinen 2001, 23 - 24.)

Huomioon ottaen oppilaiden kognitiivisen kehityksen, tulee opetuksessa kiinnittää huomiota syy-yhteyksien ja ajantajun ymmärtämisen helpottamiseen. Liiallinen kronologinen korostaminen on historian opetuksen heikkouksia, koska pelkkiin vuosilukuihin tukeutuva opetus vaikeuttaa kokonaisuuden hahmottamista. Oppilaiden tulisi tavoittaa historiallisen tapahtuman ydin, tarkastella asiaa lähtökohdista käsin ja seurata kehitystä vaihe vaiheelta. Tärkeintä on, että oppilaat kykenisivät yhdistämään ajanjaksot ihmisyhteisöön ja käsitellä sitä kehitystapahtumana. (Elo 2000, 148.)

Jotta kohderyhmän mielenkiinto säilyisi koko retken ajan, on pyrittävä jättämään vuosiluvut tekstissä mahdollisimman vähäisiksi. Aikakauteen liittyvät faktatiedot kannattaa valita niin, että ne ovat mahdollisimman lähellä lasten jokapäiväistä elämää. Lasten on helpompi omaksua tietoa, kun sen voi suhteuttaa omaan elämäänsä nykyaikana. Retkeä kannattaa rakentaa niin, että se toisi myös uutta intoa historian opiskeluun vastapainona perinteiselle luokkaopetukselle. (Suoranta ym. 2001, 28 - 30.)

Opastettavan kohderyhmän taustatekijät vaikuttavat sanoman vastaanottamiseen. Ellei sanomaa muotoilla oikealla tavalla, saattaa sen vastaanottajan mielenkiinto herpaantua. Sanomassa on käytettävä mahdollisimman konkreettisia ja kohderyhmän mukaista ilmaisutapaa. (Rokka, Vuori & Grönholm 1998, 22.) Retkeä suunnitellessani opin ottamaan huomioon erikoisryhmien, tässä tapauksessa lasten, tarpeet ja kiinnostuksen kohteet.

5.2 Tekstin työstäminen oppaaseen

Tiedon haun aloitin opinnäytetyötäni varten tammikuussa 2005 saamaan aikaan aiheenvalinnan kanssa. Oppaan tekstiosuutta aloitin työtämään Alli Hosiaislouma-Karppisen tapaamisen jälkeen, jolloin kyseessä oli vielä retkioppaan tekeminen. Hosiaislouma-Karppinen kertoi kohteista niiden historiaa ja nykyaikaa. Tarkoi-

tuksena oli myös se, että hän olisi kertonut mahdollisista tarinoista, joita kohteisiin liittyy. Tarinoita ei kuitenkaan ollut, koska Orimattila on varsin nuori kunta moneen muuhun verrattuna. Ohikulkijoita on saattanut olla jo satoja vuosia, koska Orimattilan metsät ovat olleet metsästyksinä sekä Porvoonjokea on käytetty kulkureittinä, ja asutusta Orimattilassa on ollut jo vuosisatoja.

Retkioppaan vaihduttua kohdeoppaaksi lisääntyi kohteiden määrä. Aluksi kohteet sijoittuivat lähinnä Erkontien varrelle ja lisäksi oli vanhoja rakennuksia Jokivarren koulun läheltä. Jokivarren rehtorin ehdotettua opasta, jossa olisi useampia kohteita, syntyi ajatus kohdeoppaasta. Rehtori ehdotti, että retken jolle kohteet ovat sijoitettuna, ei tarvitsisi olla ajoitettu. Hän sanoi, että retkeen voitaisiin varata vaikka kokonainen koulupäivä. Hän esitti esimerkiksi Tönnön sillan ja myllyn lisäämistä oppaaseen, ja siitä syntyi ajatus ottaa mukaan myös Virenojan mylly, jossa itse olin opettajan johdolla käynyt. Lisäksi otin mukaan Kotiseutumuseon, Taidemuseon ja Orimattilan Villatehtaan, jonka rakennusta ei ole enää olemassa, mutta tehdas on osa Orimattilan teollisuus historiaa. Aluksi mukana olleet Orimattilan Käkelän palvelutalo Lettula ja Käkelänraitin vanhat talot, jätin oppaasta pois, koska oppilaat saattavat tutustua niihin muutenkin kuten Finn Karelian -tehtaaseen. Lisäksi itsestäni tuntui, että kohteita oli jo kattavasti, kun tarkoituksena ei ollut alun perin tehdä koko Orimattilaa koskevaa kohdeopasta. Aiheen rajaamisen jälkeen kirjoitin ja muokkasin opasta koko opinnäytetyöprosessin ajan.

Etsin tietoa vanhempieni kotona olevista Orimattilan historiasta kertovista kirjoista sekä Orimattilan kirjastosta olevista kirjoista. Etsin tietoa myös internetistä, jossa tieto osoittautui kuitenkin hyvin vähäiseksi. Internetistä löytyi kuitenkin joidenkin kohteiden yhteystiedot, kuten esimerkiksi Anninkammarin. Kirjoja oli yllättävän paljon, mutta niissä ei ollut aivan haluamaani tietoa, joten monisivuiset kirjat oli luettava kokonaan, jotta sain sen mitä halusinkin. Kävin myös vierailmassa joissakin kohteissa kysymässä muun muassa rakennuksen historiasta, mitä siellä nykyään tehdään, onko rakennusta kunnostettu ja liittyykö rakennukseen urbaaneja legendoja. Yhdessä kohteista kukaan ei tietänyt rakennuksen historiasta, työntekijät tiesivät toimipisteensä sijaitsevan rakennuksessa ja sen, mikä rakennus on. Pitkien etsintöjen jälkeen sain koottua materiaalia riittävästi oppaan tekstiksi.

5.3 Ulkoasun muotoutuminen

Oppaan lehtiö vaiheen valmistuminen alkoi koko opinnäytetyöprosessin loppuvaiheilla. Aikaisemmin sitä ei tuntunut tarpeelliselta tehdä, koska tekstiä oli muokattava ihan loppuvaiheille asti.

Tekstin mukaan lisäsin jokaisesta kohteesta kuvan heti kohteen pääotsakkeen jälkeen. Orimattilan keskustasta, Tönnöstä ja Virenojasta ei kuvia ole otettu, koska kuvat olisi pitänyt ottaa esimerkiksi helikopterista. Kuvia otin yhdessä avopuolisoni Tapani Väisäsen kanssa digikameralla, josta kuvat olivat helppo siirtää tietokoneelle. Kuvat kävimme ottamassa huhtikuun lopulla ja toukokuun alussa 2005, koska odotimme lumen pois sulamista, jotta kohteet näkyisivät paremmin. Myllyjen kuvaaminenkin onnistui lumien sulamisen jälkeen paremmin, koska silloin kohteissa näkyi parhaiten virtaavan veden määrä. Kuvien kokoa pienensin, jotta ne eivät veisi niin paljon tilaa, mutta kuvien koko oli säilytettävä sellaisena, että kuvasta saa kuitenkin hyvin selvää.

Kirjoitin kohdeopasta Microsoft Word -ohjelmalla kuten opinnäytetyötänikin. Teksti fontin vaihdoin Arialista Kristen ITC:ksi, koska se näytti enemmän historialliselta. Otsikot lukevat Arialin Bold koolla 16, koska se on selkeämpi ja pienemmän otsakkeet koolla 12. Muu teksti on kokoa 12. Ajatuksena oli käyttää väriä tekstin tekemisessä, mutta oppaan kopioinnissa mustavalkoiseksi se ei olisi kuitenkaan onnistunut.

5.4 Johtopäätökset oppaasta

Opas on suunniteltu ajatellen, että opettaja toimii oppilasryhmän ohjaajana. Koulujen retkibudjetit ovat usein hyvin rajalliset, joten oman opettajan käyttäminen oppaana antaa kouluille paremmat mahdollisuudet tehdä retki. Lisäksi oma opettaja voi muokata opintoretken sisältöä koulun oman opetussuunnitelman mukaiseksi, jolloin se voitaisiin liittää kiinteämmäksi osaksi oppituntien sisältöä.

Opinnäytetyötä tehdessäni oppaassa käyttämieni kohteiden historian tuntemus parani. Kun vierailin Orimattilan kirkossa, en ollut koskaan aikaisemmin ajatellut sen ulkopuolella olevaa ensimmäisen pyhäkoulun muistomerkkiä saatikka sitä mitä kirkon rakentaminen oli ollut nälkävuosina. Opinnäytetyön tekeminen oli yleis-

sivistävää, koska opin omasta kotipaikkakunnastani enemmän kuin mitä oikeastaan olen oppinut elämäni aikana. Ammatillisesta näkökulmasta opinnäytetyön tekeminen on hyödyllistä, koska uskon pystyväni tulevaisuudessa hyödyntämään opinnäytetyössäni oppimia taitoja, kuten oppaan suunnittelua sekä kulttuuri-matkailun tuntemusta.

Opasta tehdessäni opin ottamaan huomioon monia pikkuseikkoja, joita retken järjestämisessä ja suunnittelemisessa tarvitaan. Tässä minua auttoi se, että vierailin kohteissa useaan otteeseen ja kävin retken kulun konkreettisesti läpi paikan päällä. Retkikohteissa vieraillessani sain niistä kokonaisvaltaisemman kuvan, kuin mitä olisin saanut pelkästään kirjoista lukemalla. Vierailukäyntien jälkeen osasin asettaa eri kohteet loogiseen järjestykseen. Jouduin myöskin huomioimaan yksinkertaisia käytännön asioita, kuten myllyjen virtaavat vedet sekä osittain vaaralliset rakenteet.

6 POHDINTA

Opintoretki tällaisenaan on pilottituote, koska vastaavanlaajuista kohdeopasta ei kyseisiin kohteisiin ole ennen kehitetty. Kohderyhmälleni 5.–6.-luokkalaisille opintoretki on ilmainen. Tällöin tuotteeni ei tässä muodossa tule edistämään Orimattilan matkailua tai työllisyyttä. Jos tuote osoittautuu toimivaksi koululaisryhmille toteutettuna, voisi sitä kehittää myös kaupalliseksi tuotteeksi laajemman kohderyhmän käyttöön. Riskinotto tuotteen markkinoille viemisessä saattaisi olla pienempi, kun sen toimivuus olisi jo testattu käytännössä. Jos tuote menestyisi myös kaupallisena, saattaisi se tällöin edistää Orimattilan tunnettavuutta ja toimia myyntivalttina. Samalla tuote monipuolistaisi Orimattilan jo olemassa olevaa historiallista sekä kulttuurillista matkailutarjontaa.

Työni tavoitteena on lasten tutustuttaminen lähemmin oman kotiseutunsa historiaan ja kulttuurikohteisiin. Suuntasin työni lähinnä orimattilalaisille sekä lähikuntien koululaisille. Työni kautta toivon lasten innostuvan tutustumaan myös muihin kotiseutunsa nähtävyyksiin ja perehtymään niihin tarkemmin. Näin työni voisi toimia laajemmassa merkityksessä johdatuksena kulttuuri- ja kotiseutumatkailuun, jonka jälkeen lapsilla olisi intoa hankkia muista kohteista tietoa itsenäisesti.

Kohdeoppaan tekeminen oli mielestäni hyvin haastavaa, koska kohteista ei ollut suoranaista tekstiä. Tiedot piti etsiä useista kirjoista. Hankalaksi työn tekemisen teki se, etten voinut esimerkiksi lähettää ohjaaville opettajilleni kuvallista kohdeopasta liitteen ollessa liian iso. Opas olisi pitänyt tulostaa ja lähettää postitse opettajille. Oppaan tekemisprosessi olisi saattaanut sujua paremmin, jos olisin viettänyt enemmän aikaa ohjaavien opettajien kanssa Kajaanissa, käyden läpi opasta. Toisaalta tiedon hakeminen olisi silloin vaikeutunut, koska kohteet olivat Orimattilassa. Itse olin tyytyväinen siihen, että olin Orimattilan lähellä, koska silloin pystyin helposti tarvittaessa hakemaan tietoa Orimattilasta.

Oppaan kohteiden ollessa kulttuurillisia ja historiallisia, ei tekstin kirjoittaminen ollut helppoa. Kirjoittamisessa piti muistaa koko ajan kohderyhmän ikä. Tarkoituksena oli, että olisin saanut kirjoitettua opasta tarinoiden kautta. Tarinoiden vähäisyydestä

johtuen oli kuitenkin tyydyttävä lähes tavalliseen historian kerrontaan sekä nykyiseen hetkeen.

Tarkasteltuani jälkeinpäin opinnäytetyöprosessia löysin onnistumisten lisäksi työskentelystäni myös kehittämisen kohteita. Välillä työn tekemisessä oli pitkiäkin taukoja, jolloin työn tekeminen häiriintyi. Jos olisin saattanut työn loppuun tiiviimmässä tahdissa, olisi työn tekeminen ollut tehokkaampaa eikä aikaa olisi tuhlaantunut jatkuvaan kertaamiseen. Hedelmällisintä työskentely olisi ollut opettajaksi tai kulttuurista opiskelevan kanssa, jolloin kumpikin osapuoli olisi voinut tuottaa työhön oman ammatillisen osaamisensa.

Kokonaisuudessa olen kuitenkin tyytyväinen tekemääni työhön. Koen, että onnistuin työn sisällön tuottamisessa kiitettävästi, vaikka kotiseutuhistorian tuntemukseni oli ennen työn aloittamista heikohko. Saavutin työlleni asettamani henkilökohtaiset tavoitteet, joten tunnen olevani kehittyneempi ohjelmapalvelujen suunnittelussa ja uskon, että minulla on paremmat valmiudet toimia tulevaisuudessa samankaltaisissa suunnittelutehtävissä.

Seuraava prosessi opinnäytetyössäni olisi ollut opintoretken toteuttaminen jollekin oppilasryhmälle sekä toteutuneen retken analysointi. Oppaan testaus olisi antanut oppaalle enemmän arvoa, koska oppaaseen olisi voinut muuttaa joitain opettajien huomaamia heikkouksia. Oppaan olisi pitänyt olla valmiina jo vuoden vaihteessa, jolloin kevään 2005 opintosuunnitelma tehtiin, jotta opasta olisi voinut hyödyntää opetuksessa. Oppaan tekemisen aloitin vasta helmikuussa 2005. Oli kuitenkin tarkoitus, että olisin lähettänyt oppaan muutamille opettajille toukokuussa 2005 tarkastettavaksi, mutta ajan olessa rajallista myös Jokivarren koulussa, kuten minullakin, ei testaus valitettavasti onnistunut. Näin ollen en vielä tiedä, kuinka suunnittelemani retki toimii käytännössä. Jotta saisin selville myös opintoretken toimivuuden, aion luovuttaa kohdeoppaan Jokivarren koulun käyttöön. Toivon, että he innostuvat lähtemään retkelle ja antaisivat minulle sen jälkeen palautetta. Näin työstäni olisi hyötyä kaikille osapuolille, niin minulle kuin kohderyhmällekin.

LÄHDELUETTELO

- Cabrini, L. 2003. Global and European Tourism Trends. World Tourism Organization. www.world-tourism.org Luettu 5.4.2005.
- Cohen, E. 1981. Comment on Dennison Nash` s "Tourism as an Anthropological Subject". Current Anthropology, Vol. 22, No. 5, October, 469 – 470.
- Douglas, N., Douglas, N. & Derrett, R. 2001. Special interest tourism. Singapore: Jonh Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Elo, P. 2000. Tutkiva oppiminen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Euroopan parlamentti. 1999. Kulttuuriteollisuus ja työllisyys Euroopan Unionin jäsenvaltioissa. Education and Culture Series 10/1999. Zusammenfassung. EDUC. www.europarl.eu.int/workingpapers/educ/104afisum_fi.htm Luettu 10.4.2005.
- Holt, K. 2002 Market oriented product innovation. A key to survival in the third millenium. London: Kluwer Academic Publishers.
- Hosiaisuoma-Karppinen, A. Vapaamuotoinen haastattelu Orimattilassa. 11.2.2005.
- Hämeen maaseudun kehittämissuuskunta. 2003. Esite – Orimattilan kylät. Riihimäki: Riihimäen Kirjapaino Ky.
- Isotalo, M. 1999. Suomalainen kulttuuri maaseutuyritysten vahvuudeksi. Yleisopas. Vantaa: Tummanvuoren Kirjapaino Oy.
- Jutila, T. 1998. Maa- ja kotitalousnaisten Keskuksen julkaisuja no 165. Kokemäki: Satakunnan Painotuote Oy.
- Kahila, P. 2001. Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet, toim. Riukulehto Sulevi. Saarijärvi: Gummerus Oy.

Kaitila, T. 1979. Opintoretkeilyä suunnittelemaan. Sipoo: Kansalaisjatyöväenopistojen julkaisuja.

Kangas, R. 2001. Turistina omalla maallaan. Artikkelit 2.4.2001. Savonlinna. www.tourismuninet.org Luettu 2.4.2005.

Kouluhallitus 1986. Koulun ulkopuolella annettava opetus. Helsinki: Valtion painatuskeskus.

Kulttuurituotannon osaamiskeskus, käsitteitä: kulttuuri, kulttuurimatkailu. www.kulttuurituotanto.net Luettu 10.4.2005.

Kärkkäinen, H. 2002 Customer need assessment: challenges and tools for product innovation in business-to-business organisations. Acta universitatis Lappeenrantaensis no. 126.

Lahelma, A. 2002. Porvoonjoen yläjuoksun esihistoriallisia ja kulttuurihistoriallisia kohteita Lahden, Hollolan ja Orimattilan alueella. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Loikkanen, T. 2005. Matkailualan vuosikirja. Matkailun verkosto-osaamiskeskus (MOSKE). Helsinki: Edita Prima Oy.

Matkailun edistämiskeskus (MEK) 2004. Vuosikertomus 2004. www.mek.fi Luettu 2.5.2005.

Martikainen, R. 2002. Maaseutumatkailu kasvaa ja uskoo tulevaisuuteen. www.ktm.fi/toimialaraportit Luettu 5.4.2005.

Mc Kercher, B. & du Cros, H. 2002. Cultural Tourism. The Haworth Hospitality Press. Binghamton: an imprint of The Haworth Press Inc.

- Moilanen, R-L. 2001. Perinnematkailu maaseudun matkailun monipuolistajana, case Kuninkaantie. Toim. Aho, S. & Lassila, H. Matka maaseudulle – näkökulmia maaseutumatkailun tutkimukseen. Kuopio: Savon Kopiokeskus Oy.
- Organization for Economic Cooperation and Development, 2004. Workshop Issues Paper, Berlin, 4-5 November 2004. www.oecd.org Luettu 7.4.2005.
- Orimattilan kaupunki. 1997. Esite – Orimattila. Markprint Oy.
- Orimattilan Taidemuseo. 2004. Esite. Sponte Oy, N-Paino Oy.
- Penttilä, A. & Syrjö, V-M. 1963, Suur-Hollolan kirja. Porvoo: Werner Söderström Oy.
- Petrisalo, K. 2001. Menneisyys matkakohteena. Helsinki: Hakapaino.
- Pesonen, I., Mönkkönen, T. & Honkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Pässilä, T., Niinikuru, L., Ojanen, T. & Rokka, P. 1994. Uuden koulun menetelmät. Jyväskylä: Visionääri Oy.
- Rahunen, A. 1953. Orimattilan kirja 2. Lahti: Lahden kirjapaino- ja sanomalehti-Oy.
- Richards, G. 1996. Cultural Tourism in Europe. Wallingford, United Kingdom: CAB International.
- Richards, G. 2001. Cultural Attractions and European Tourism. Wallingford, United Kingdom: CABI Publishing.
- Ritzer, G. 1999. Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption. California: Pine Forge Press, Thousand Oaks.

- Rouhiainen, U-M. 1996. Satumaa: Matkailun perusteet 2. Keski – Suomen KSL:n tuotanto. Helsinki: Painotalo MIKTOR.
- Santala, P. & Kuuskoski, H. Conseils Oy EuroConseils & Etelä-Suomen Matkailun Kehitys Oy (ESMAK), 1999. Helsinki: Kulttuurimatkailu tietoyhteiskunnassa. Kulttuurimatkailun tulevaisuus ja työnkuvat.
- Sievennoinen, H., Tahvainen, L. & Tyrväinen, L. 1997. Matkailu, maaseutu ja ympäristö: matkailun nykytila ja tulevaisuuden näkymät Suomessa ja Pohjois-Karjalassa. Joensuun yliopisto: Metsätieteellinen tiedekunta. Tiedonantoja 57.
- Sirkka, M. Vapaa muotoinen keskustelu Jokivarren koululla. 15.2.2005.
- Smith, V. 1981. Comment on Dennison Nash`s “Tourism as an Anthropological Subject”. Current Anthropology. Vol. 22, No.5, October, 457.
- Smith, V. 1989. Preface and Introduction. Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism. Second edition. Ed. by V. L. Smith. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Smith, V. 1992. Introduction: The Quest in Guest. Annals of Tourism Research. A Social Sciences Journal. Vol. 19, No.1, 1-17.
- Suutari, M. 1998. Yritysmuotojen soveltuvuus maataloille. Helsinki: Maatalouden taloudellinen tutkimuslaitos. Selvityksiä 8/98.
- Taskula, K. 1997. Matkailu kunnan menestystekijänä. 1. painos. Helsinki: Suomen kuntaliitto.
- Tekstipuu Ky. 2004. Kehräämön uutisia 1/ 2004. Lahti: Esan Kirjapaino.
- Virtanen, J. 2000. Maaseutumatkailuyrittäjäksi ryhtyminen. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Turku: Kirjapaino Grafia Oy.

Vuorinen, Ilpo 1993. Tuhat tapaa opettaa. Vammala: Vammalan kirjapaino Oy.

World Tourism Organisation (WTO) 1998. Tourism: 2020 Vision. Second edition, June 1998. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

World Tourism Organisation (WTO) 2000. World Tourism Highlights. Second edition, August 2000. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

World Tourism Organisation (WTO) 1993. Yearbook of Tourism Statistics. Vol.1 and 2. Madrid.