

Jarno Valkonen

Aineettoman palvelutuotannon materiaalisuus

Tutkimus kaupallisen luontomatkailun palvelutyöstä

Abstrakti

Palkkatyön yhteiskunta on muuttunut teollisesta jälkiteolliseen, palvelukeskeiseen tuotantoon ja kulttuuriin. Nykyään yhä useampi saa jokapäiväisen leipänsä uuden palvelutalouden erilaisista töistä. Työnsosiologiassa uutta palvelutaloutta on luonnehdittu muun muassa immateriaaliseksi, vuorovaikutteiseksi ja affektiiviseksi tuotannoksi. Näitä käsitteellistyksiä yhdistää oletus palvelujen aineettomasta luonteesta ja tuotannon vuorovaikutteisuudesta. Työ tällaisessa taloudessa on katsottu edellyttävän kykyä kommunikoida, luoda ja manipuloida mielikuvia ja tunnetiloja. Artikkelissa kysytään aineettoman palvelutuotannon materiaalisuuden perään ja tarkastellaan, millainen merkitys toimintaa raamittavilla, usein ympäristöllisiksi tekijöiksi ajatelluilla asioilla – luonnolla, työympäristöllä, teknisillä ja eloperäisillä välineillä – on palvelutyön ja sen vaatimusten muotoutumisessa. Empiirisenä tutkimuskohteena on kaupallisen luontomatkailun piirissä tehtävä, ammattimaisten safarioppaiden harjoittamaa palvelutyö Suomen Lapissa. Aineisto koostuu safarioppaiden teemahaastatteluista. Keskeinen lopputulos on, että palvelujen materiaalisuuden tarkastelu on välttämätöntä, jos tavoitteena on ymmärtää, millaista uusi palvelutalous on työnä ja ammattina.

Johdanto

Palkkatyön yhteiskunta on muuttunut teollisesta jälkiteolliseen, palvelukeskeiseen tuotantoon ja kulttuuriin. Kansainvälisesti suuntaus on ollut jo pitkään, että teollisten ja suorittavien töiden määrä vähenee ja palvelusektori laajenee ja monipuolistuu. Perinteisten palvelujen rinnalle onkin syntynyt kasvava joukko palveluvetoisia töitä ja toimialoja. Näille on ominaista työntekijän henkilökohtaisten ominaisuuksien ja sosiaalisten vuorovaikutustaitojen nouseminen sekä työnvaatimukseksi että osaksi tuotetta, jolla palveluorganisaatiot kilpailevat markkinoilla. (Macdonald & Sirianni 1996; Julkunen 2008.)

Sosiologisissa tarkasteluissa uutta palvelutaloutta on luonnehdittu muun muassa immateriaaliseksi, vuorovaikutteiseksi ja affektiiviseksi taloudeksi (Lazzarato 1996; Hardt 1999; Adkins 2005a). Yhteistä näille käsitteellistyksille on oletus palvelutalouden aineettomasta luonteesta ja palvelutuotannon vuorovaikutteisuudesta. Palvelutalouden aineettomuudella tarkoitetaan palvelujen abstraktia olemusta – kokemuksellisuutta, katoavuutta ja varastoimattomuutta. Palvelutalous perustuu markkinoille suunnattuihin, konkreettisten palvelujen rinnalle ja niitä täydentämään luotujen kaupallistettujen kokemus-

ten, tunteiden, mielikuvien tai kommunikaation myymiseen. Tuotannon vuorovaikutteisuus puolestaan viittaa siihen, että aineettomat palvelut tuotetaan vuorovaikutteisessa prosessissa, kun palvelun tuottaja ja kuluttaja kohtaavat välittömästi.

Adkinsin (2005a) mukaan aineettomat hyödykkeet ovat palvelutalouden kannalta keskeisempiä kuin konkreettiset palvelut kahdesta syystä. Ensinnäkin alalla toimivien yritysten välisessä kilpailussa vuorovaikutteinen palvelu on tärkeä kilpailuvaltti, ja toiseksi aineettomat hyödykkeet mahdollistavat tuotannon kasvattamisen miltei rajattomasti. Monet palvelualat tarjoavatkin nykyisin konkreettisten tuotteiden rinnalla erilaisia aineettomia hyödykkeitä: ravintola myy asiakkaille ruoan ohella mahdollisuutta rentoutumiseen ja nautintoon (Leidner 1993), hyvinvointipalvelut tavoittelevat ihmisten valtaistumista ja voimautumista kuluttajina (Mokka & Neuvonen 2006) ja lentoyhtiöt kaupittelevat asiakkaille lentopaikan lisäksi matkustusmukavuuden, viihtyvyyden ja turvallisuuden mielikuvia, jotka lennon aikana tuotetaan asiakkaan ja työntekijän välisessä vuorovaikutteisessa palveluprosessissa (Taylor & Tyler 2000). Palvelussa konkreettiset tuotteet siis limittyvät ja sekoittuvat vuorovaikutteisessa palveluprosessissa tuotettuihin aineettomiin hyödykkeisiin (Clough & Halley 2007).

Työn tällaisessa taloudessa on sanottu edellyttävän kykyä kommunikoida: luoda ja manipuloida mielikuvia ja tunnetiloja. Työntekijän on luotava palvelulle otollinen ”emotionaalinen ilmasto” (Bolton 2004, 33) kommunikaatiossa. Kommunikaatio voi olla yhtäläillä niin sanoja ja puhetta kuin ilmeitä, eleitä, katseita ja ruumiin asentojakin (Hochschild 1983; Veijola 2009; Warhurst & Nickson 2009). Työn tavoite on aikaansaadat tuotteen mukaista käytöstä tai mielialaa, sanalla sanoen, affekti palvelun kuluttajassa (Adkins 2005b, 202). Affekti voi olla esimerkiksi tunnetta vaivattomuudesta, hyvinvoinnista, nautinnosta, jännityksestä tai elämyksellisyydestä (Hardt 1999, 96). Se voi

olla myös jokin erityinen käyttäytyminen tai mielikuva, jonka palvelu synnyttää sitä kuluttavassa asiakkaassa (Ditmore 2007, 171). Palvelutyössä on siten kyse tavoitteellisesta ihmisten käsittelemisestä: ”suostuttelusta ja houkuttelusta, jonkin idean myymisestä, asiakkaan tai ostajan vakuuttelusta” (Julkunen 2008, 145). Vähämäen (2003, 55) mukaan palvelutyö edellyttääkin ensisijaisesti monipuolisia kommunikaatio- ja vuorovaikutustaitoja, joiden avulla työntekijä kykenee ohjaamaan suhteita toisiin ihmisiin ja muuttuvaan ympäristöön. Kyse on kyvyistä organisoida ja yhdistellä eri sosiaalisen elämän alueilta tulevia kulttuurisia ja sosiaalisia sisältöjä palvelutuotteen edellyttämällä tavalla niin, että palvelutuotannon vaatima vuorovaikutus ja merkitystuotanto mahdollistuvat.

Vuorovaikutteisen ja aineettoman luonteensa vuoksi erilaisten palvelualojen ja niiden töiden välillä on nähty enemmän yhtymäkohtia kuin eroja (ks. Bolton 2004). Hillman (2003, 115) esimerkiksi väittää, että ”itse asiassa [ekomatkailun] oppaan ammatti ei eroa juurikaan tarjoilijan, pankkivirkailijan, lentoemännän tai baarimikon työstä. Kaikissa näissä ammateissa palvellaan asiakasta”. Väitteisiin eri alojen palvelutöiden samankaltaisuuteen on kuitenkin syytä suhtautua varauksella. Aineeton palvelutuotanto ei ole ajallisesti ja paikallisesti riippumatonta eikä irrallaan palvelutapahtumassa läsnä olevista aineellisista tekijöistä. Oli kyse sitten puhe-lymyydestä, lastenhoidosta tai hotellin siivouksesta, palveluprosessia raamittaa, ehdollistaa ja mahdollistaa hyvin moninaiset materiaaliset asiat tekijät, kuten tilalliset järjestelyt, käytetyt välineet sekä erilaiset olosuhdetekijät. Materiaaliset elementit kietoutuvat vuorovaikutteisessa prosessissa osaksi sosiaalista toimintaa vaikuttaen siihen, millainen palvelu tuotteena ja palvelutuotanto työnä lopulta on. McDowellin (2009, 212–228) mukaan tilan tai paikan sosiaalis-kulttuuriset merkitykset sekä keholliset ja materiaaliset käytännöt tekevätkin eroa töiden välille ehdollistamalla niiden edellyttämää vuorovai-

kutusta, sosiaalisia suhteita ja työtekniisiä taitoja. Onkin perusteltua väittää, että vuorovaikutteista palvelutyötä tulisi tarkastella aina niissä materiaalisissa, sosiaalisissa ja kulttuurisissa yhteyksissä, joissa toiminta konkretisoituu. Vasta sitten on mahdollista esimerkiksi nähdä, millaista emotionaalista tai kehollista työtä työntekijät harjoittavat.

Empiirisenä tutkimuskohteenani on kaupallisen luontomatkailun piirissä tehtävä, ammattimaisten safarioppaiden harjoittamaa palvelutyötä Suomen Lapissa (ks. Valkonen 2011). Elämysteollisuudeksikin kutsutussa kaupallisessa luontomatkailussa kiteytyy monella tapaa aineettomalle palvelutaloudelle ja vuorovaikutteiselle palvelutyölle ominaiset piirteet. Kaupalliselle luontomatkailulle ominainen aspekti on luoda ja manipuloida mielikuvia ja -aloja, sillä se tuottaa ja myy luontoperusteisia elämyskokemuksia (Arnould & Price 1993; Järviluoma 2006, 53–61). Elämyskokemusten tuotanto on puolestaan ammattimaisten safarioppaiden, jotka luontoretkillä yhdessä asiakkaiden kanssa toimien huolehtivat palvelutuotteen toteutuksesta, viihtyvyydestä ja turvallisuudesta, työtä (Ruuska & Valkonen 2008; Rantala 2010; Valkonen 2011). Opastuksen, joka on tätä nykyä yksi yleisimmistä matkailualan ammateista Suomessa (Ryymän 2008), on nähty vaativan työntekijältä huomattavia ”etulinjan” asiakaspalvelussa tarvittavia taitoja, kuten palveluhalukkuutta, sosiaalisuutta, innostuneisuutta ja kykyä ilmaista koko olemuksellaan palvelun mukaista mielialaa tai tunnetta (Sharpe 2005). Kiinnostavaa onkin tarkastella, millaisia ehtoja ja mahdollisuuksia elämystuotannon aineelliset tekijät asettavat vuorovaikutteiselle palvelutyölle.

Safarioppaiden haastatteluista koostuvan aineiston avulla pyrin tekemään näkyväksi kaupallisen luontomatkailun palvelun tuottajien, safarioppaiden, työn tiedolliset ja taidolliset vaatimukset sekä työtekniikat. Analysoin safarioppaan työtä talviaikaan toteutettavalla moottorikelkkasafarilla kiinnittäen huomiota siihen sosiaalisen ja ei-sosia-

lisen kudokseen, joka raamittaa ja ehdollistaa työtä. Tarkastelen safariopastusta niissä kulttuurisissa, sosiaalisissa ja materiaalisissa yhteyksissä, joissa työ tulee ymmärrettäväksi, ja pohdin, millainen merkitys usein ympäristöllisiksi tekijöiksi ajatelluilla asioilla – luonnolla, sääoloilla, reiteillä, teknisillä ja elope-raisilla välineillä – on safarioppaan toimenkuvan, työn ja sen vaatimusten muotoutumisessa. Tavoitteeni on kääntää ympäristölliset tekijät palvelutuotteen ja -työn kielelle ja näin avata näkökulmaa aineettoman palvelutuotannon materiaalisuuden tutkimukselle, mikä on työn tutkimuksen piirissä jäänyt vähälle huomiolle (Pettinger 2006; McDowell 2009; Valtonen 2009). Metodologisesti seuraan Latourin (2005, 68) kollektiivien tutkimisen ohjenuoraa – ”seuraa toimijoita” – eli tarkastelen safariopastusta käytännöllisenä tekemisenä niin kuin työntekijät itse sen näkevät, selittävät ja kertovat.

Palvelutuotannon materiaalisuus

Vuorovaikutteisia palvelutöitä tutkinut McDowell (2009) väittää, että työtä tulisi aina tarkastella suhteessa siihen tilaan tai paikkaan, missä se käytännössä tehdään. Työn paikantumisella on hänen mukaansa merkitystä työn ymmärtämisen kannalta yksinkertaisesti siksi, että sama työ eri paikassa tehtynä on erilaista työtä (mt., 83). On esimerkiksi eri asia palvella asiakasta ”bussissa, lumilinnassa, metsässä, tuntuilla, kodassa, museossa, ravintolasalissa, autiotuvassa, kaupungilla, hotellissa, autossa, moottorikelkan kyydissä, lentokentällä ja reessä” (Veijola, Valtonen, Valkonen, Tuulentie, Rantala, Hakkarainen & Haanpää 2008, 37). Kukin näistä edustaa omanlaista, toisistaan luonteeltaan, vaativuudeltaan ja arvostukseltaan poikkeavaa työn teon paikkaa. McDowellin (2009, 1–2) mukaan tilaan tai paikkaan kytkeytyvät sosiaaliset merkitykset sekä keholliset ja materiaaliset käytännöt tekevätkin eroa töiden välille ehdollistamalla niiden edellyttämää vuoro-

vaikutusta, sosiaalisia suhteita ja työteknisiä taitoja. Tästä syystä kysymällä, mikä on työn paikka, voidaan hänen mukaansa nähdä, mikä työssä on ominaista ja erilaista kuin muissa palvelutöissä.

Kaupallisen luontomatkailun tutkijat ovat esittäneet, että luonto palvelun toimintaympäristönä erottaa luontomatkailun opastuksen muusta matkaopastyöstä (esim. Cohen 1982; Ballantyne & Hughes 2001). Esimerkiksi Weilerin ja Davisin (1993) mukaan luontoon suuntautuvat, luonnon veto-voimaisuuteen perustuvat ja luonnossa toteutuvat kaupalliset aktiviteetit vaativat työntekijältä monipuolisten tehtävien hallintaa, koska luontoretkillä opas ei vain opasta, vaan myös tekee ympäristön saavutettavaksi, ymmärrettäväksi ja merkitykselliseksi asiakkaille. Lisäksi oppaan tehtävänä on tuotteistaa ympäristö matkailutoiminnan edellyttämällä tavalla nautinnolliseksi, viihdyttäväksi ja elämykselliseksi objektiksi sekä motivoida, kouluttaa ja turvata asiakkaita luontoretkillä (Black, Ham & Weiler 2001).

Tämän tulkinnan mukaan luontomatkailun opastyön ominaislaatu perustuu siihen, että työ suuntautuu luontoon ja sitä myös tehdään luonnonympäristössä. Palveluperusteisena työnä sen ei kuitenkaan ole katsottu sanottavasti eroavan muusta palvelutyöstä, koska opastus on asiakkaiden palveluun tähtäävää toimintaa (Haig & McIntyre 2002, 24; Hillman 2003, 115). Näin tarkasteluna luonnonympäristö on lähinnä luontopalvelujen kulutuspaikka, joka voi esimerkiksi taustoittaa oppaan emotionaalista työtä (Holyfield & Fine 1997, 8), sekä kohde, joka merkityksellistää asiakaspalvelua (Brandth & Haugen 2005).

McDowellin (2009) mukaan työn paikantumisella ei olekaan merkitystä vain siksi, että työn tilat erottavat esimerkiksi matkailualan oppaan työt toisistaan tai muista palvelutöistä. Eri töillä voi olla hyvinkin paljon samankaltaisuutta riippumatta siitä, missä niitä tehdään; esimerkiksi sairaanhoito- ja hotellitöillä on yhtymäkohtansa (mt., 159–211). Työn paikkaa ei tulisikaan ymmärtää vain sijain-

nin mielessä, vaan ennen muuta työn sisäisenä tekijänä. Työpaikka fyysisenä ja sosiaalisena ympäristönä on sosiaalisten ja kulttuuristen merkitysten kyllästävä, ja toimijoiden asemat siellä ovat taloudellisten ja organisaattoristen valtasuhteiden määrittämiä. Etenkin kun kyseessä on vuorovaikutteiset palvelut, jotka ovat tilallisesti intiimejä ja perustuvat ihmisten väliseen kanssakäymiseen, työpaikan fyysinen ja sosiaalinen rakenne on merkityksellinen: se kietoutuu osaksi palvelutuotantoa ollen irrottamaton osa myytävää palvelua ja palvelutyötä. Esimerkiksi se, millainen palvelun tuottajan ja kuluttajan välinen suhde on, riippuu palvelutyön tilallisista käytännöistä (Fine 1997, 80–111). Työn tilallinen järjestely on merkityksellinen myös siinä, millaiseksi käytännölliseksi tekemiseksi työ lopulta muodostuu. Kysymys siitä, millaisissa paikoissa työtä tehdään, onkin tärkeä, koska se suuntaa katseen työn keholliseen ja henkiseen kuormittavuuteen, tiedollisiin ja taidollisiin vaatimuksiin ja sitoumuksiin (McDowell 2009, 79–98).

Palvelutyön paikkana luonto on varsin poikkeuksellinen verrattuna esimerkiksi kauppaan tai luokkahuoneeseen. Luonnossa ei esimerkiksi ole sellaista normatiivista tai institutionaalista tilallista järjestystä, joka säätelisi sellaisenaan palvelun kuluttajien ja tuottajien välistä vuorovaikutusta ja asemia (vrt. Kinnunen & Seppänen 2009). Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö luonnonympäristö työnteon paikkana ehdollistaisi mitenkään työtä ja toimintaa. Latourin (2005) mukaan sosiaalisessa toiminnassa on aina läsnä ja siihen vaikuttamassa erilaisia materiaalisia, teknisiä ja luonnollisiksi ymmärrettyjä asioita. Hänen mukaansa ulkoisen todellisuuden objektit, materiat, tavarat tai teknologiat eivät ole neutraaleja ja sosiaalisen ulkopuolisia asioita, vaan osana sosiaalista toimintaa elimellinen osa sosiaalista todellisuutta (ks. myös Lehtonen 2008). Esimerkiksi luonnossa liikuttaessa erilaiset sosiaaliset, luonnolliset ja tekniset asiat kietoutuvat yhteen luoden olosuhteet toistensa olemassa-

ololle (Markwell 2001; Jóhannesson 2005; Valkonen 2009). Kuten sään merkitystä turismityössä tutkinut Valtonen (2009) sanoo, ulkosalla, luonnossa tehtävän matkailutyön palvelumaisema on moniaineksinen ja siksi myös monitaitoisuutta edellyttävä. Hänen mukaansa ulkotyössä työntekijä joutuu päivittäin tekemisiin esimerkiksi sen kanssa, miltä tuntuu kun on kuuma tai kylmä, sateen kastelema tai myrskyn pieksämä. Myös palvelun kuluttajat tai asiakkaat ehdollistuvat olosuhdetekijöille, millä puolestaan on vaikutusta heidän kykyynsä tai haluunsa asettaa palvelun myötätuottajaksi (ks. Valkonen 2011).

Työn tilana luonnonympäristö on avoin, mikä tekee palveluprosessista tilallisesti inttiimin. Esimerkiksi luonnonympäristöissä harjoitettavassa seikkailumatkailussa ei Sharpen (2005) mukaan työntekijällä ole mitään sellaista takahuonetta tai taukotilaa, missä hän voi levätä tai rentoutua, vaan työntekijän on työskenneltävä asiakaspalvelijan roolissa koko palvelutapahtuman ajan. Monet kaupalliset luontomatkailevat aktiviteetit perustuvat myös erilaisten teknisten (esimerkiksi moottorikelkka) ja elollisten (esimerkiksi porot tai koirat) välineiden käyttämiseen, jotka puolestaan vaikuttavat monin tavoin asiakkaiden tai kuluttajien ja työntekijöiden toimintaan (ks. Michael 2000; Shove & Pantzar 2005). Paitsi että ne helpottavat esimerkiksi liikkumista luonnossa, yleensä ne myös muuttavat työn proseduuria ja asettavat uusia tehtäviä käyttäjilleen (Kalanti 2009). Syytä onkin kysyä, millaisen työnteon paikan luonnonympäristö ja tekniikka safariopastukselle muodostavat. Millaisia ruumiillisia ja emotionaalisia ehtoja ja osaamisvaateita luonnonympäristö työlle asettaa?

Aineisto ja metodit

Artikkelin aineistona on 19 safaritoimijoiden teemahaastattelua, jotka kirjoittaja ja tutkimusavustaja Antti Pakkanen teki-

vät syksyllä 2006 ja 2009 Suomen Lapissa¹. Tutkimusaineiston hankinnassa lähtökohtana oli saada haastateltavaksi mahdollisimman monipuolinen joukko oppaita. Ajatuksena oli päästä kattavalla tavalla kiinni oppaan työhön ja sen eri puoliin. Haastateltaviksi valikoituihin varsinkin erilaisia työhistorioita ja ammatillisia taustoja omaavia henkilöitä eri puolilta Suomen Lappia. Haastateltavat ovat työskennelleet Rovaniemen seudulla sekä Tunturi- ja Ylä-Lapin matkailukeskuksissa ja taajamissa: Inarissa, Kittilässä, Levillä, Luostolla, Muoniossa, Saariselällä, Sallassa ja Ylläksellä. He edustavat kaikkia kaupallisen luontomatkailevan ohjelmapalvelualan avaintoimijaryhmiä: safari- ja ohjelmapalveluyrittäjiä, organisatorista johtoa, safariopastajia sekä safarioppaita.

Haastateltavista kahdeksan oli naisia, 11 miehiä. Suurin osa (12) heistä oli iältään noin kolmekymmentä vuotta, yhden tai useamman kauden alalla, erilaisissa tehtävissä toimineita oppaita. Seitsemän haastateltavaa oli iältään yli 40-vuotiaita, he kaikki olivat miehiä. Pisimpään oppaana työskennellyt oli ollut alalla jo 1980-luvun alusta lähtien. Suuri osa nuoremman polven oppaista työskenteli freelancerina ja monet heistä olivatkin päätoimisia opiskelijoita tai tekivät safariopastusta toisen työn ohella. Kaikki varttuneemmat haastateltavat olivat puolestaan vakituisissa työsuhteissa. Kuusi haastateltavaa oli ohjelmapalvelualan yrittäjiä, joista kolme teki samalla alihankintana safarikeikkoja myös muille yrityksille. Neljä haastateltavaa koulutti safarioppaita joko oppilaitoksissa tai safariyrityksissä, kuusi taas toimi opastehtävien lisäksi safariyrityksissä erilaisissa esimies-, operointi- tai johtotehtävissä. Kahdella haastateltavalla oli kokemusta myös ulkomailla työskentelystä. Ainoastaan kolme haastateltavaa työskenteli tai oli työskennellyt pelkästään safarioppaana. (Ks. myös Pakkanen 2009; Valkonen 2011.)

¹ Aineisto on kerätty Safariopastus työnä ja ammattina -projektiin (121820), joka on osa laajempaa Suomen Akatemian rahoittamaa Turismi työnä -hanketta (8111276).

Haastattelujen temaattiset aiheet koskivat opastyön taitoja ja vaatimuksia, koulutusta ja työhön valmentautumista, ohjelmapalvelualaa sekä työn haasteita ja mahdollisuuksia. Puhe luonnonympäristöissä tehtävän elämystuotannon haasteellisuudesta oli eräs asia, jonka haastateltavat itse nostivat esille. Tässä artikkelissa keskityn analysoimaan nimienomaisesti tätä ilmiötä.

Safariopastus on matkailuteollisuuden kansainvälisesti alati kasvavan osa-alueen, luontomatkailun, eräs keskeisimmistä töistä. Suuri osa nykymatkailun kaupallisista luontoaktiviteeteista, kuten moottorikelkka-, poro- ja koirasafarit, on ammattimaisten oppaiden organisoimia ja vetämiä opastettuja ohjelmapalveluita. Opastetuilla ohjelmapalveluretkillä oppaan rooli on keskeinen. Matkailun ”etulinjan työntekijänä” opas vastaa koko matkailutapahtumasta, sen toimivuudesta ja tavoitteista, turvallisuudesta ja asiakasviihtyvyydestä koko matkan ajan.

Työnä safariopastus on hybridi: se kietoo yhteen sosiaalisen elämän eri puolia, käytäntöjä ja merkityksiä. Matkailutalous määrittää työlle tavoitteet, safariturismi toiminnan luonteen, vuorovaikutteisen palvelutalouden sosiaaliset säännöt raamittavat asiakaskohtaamista ja toimintaympäristön inhimilliset ja ei-inhimilliset tekijät mahdollistavat toimintaa ja sen konkreettista ilmenemistä. Käytännön työ on näiden erilaisten taloudellisten, kulttuuristen, sosiaalisten ja ei-sosiaalisten tekijöiden yhteistoiminnan hallintaa. Tavoitteenani onkin päästä kiinni siihen sosiaaliseen ja ei-sosiaaliseen kudokseen, joka mahdollistaa ja mahdollistaa safariopastusta työnä ja käytännöllisenä tekemisenä.

Menetelmällisenä ohjenuoranani on Latourin (1999; 2005) ajatus kollektiivista. Käsitteellä ”kollektiivi” Latour (2005, 74–75) tarkoittaa ”liikkuvien suhteiden verkkoa”, jossa erilaiset sosiaaliset ja ei-sosiaaliset toimijat, diskursiiviset ja materiaaliset käytännöt liittyvät yhteen muodostaen erityisen kokonaisuuden, joka materialisoituu esimerkiksi safarituotteena. Latourin hengessä ajattelen

kin moottorikelkkasafaria performatiivisena aktina, joka laaditaan, sepitetään ja tuotetaan jokapäiväisissä konkreettisissa käytännöissä. Safari ei ole ulkoinen kehys, jossa toiminta tapahtuu, vaan tulosta kollektiivisesta toiminnasta, jossa kollektiivin osatekijöitä – luontoa, matkailijoita, kulttuuria ja sosiaalisia käytäntöjä – yhdistetään ja järjestetään niin, että toiminta mahdollistuu tavoitteen mukaisesti. Safarin koostumusta ja sen asettamia työn vaatimuksia ei voidakaan määrittää tai nähdä etukäteen. Se on mahdollista ainoastaan tarkastelemalla, miten oppaat safarin käytännössä toteuttavat ja mitä he siellä tekevät (Valkonen 2009; Valkonen 2011; Rantala 2010).

Latourin (2005, 80–82) mukaan erilaiset ongelma-, hajoamis- tai sattumatilanteet ovat hedelmällisiä paikkoja analysoida kollektiivien rakennetta, objekteja ja toimintaa. Näin teen myös tässä tutkimuksessa. Tarkastelen erityisen huolella kahta safaritoiminnalle tyypillistä ongelmakohtaa: asiakaspalvelua määrittävien ehtojen toteuttamista luonnonympäristöissä sekä safariturvallisuuden ylläpitämistä. Analysoin ensin niitä diskursiivisia ehtoja – puhetapoja ja merkityksenantoja – joiden kautta safariopastusta käsitteellistetään, säädellään ja tehdään ymmärrettäväksi. Sen jälkeen huomioni kiinnittyy tilanteisiin, joissa nämä työtä säätelevät diskursiiviset ehdot pannaan käytäntöön ja joissa ne materialisoituvat.

Moottorikelkkasafarilla

Moottorikelkkasafari on tyypillinen kaupallisen luontomatkailun ohjelmapalvelu, jossa (yksinkertaistaen) ryhmä oppaan johdolla ajaa talvisessa luonnossa moottorikelkalla valmiita reittejä pitkin tuotteen mukaiseen kohteeseen ja takaisin. Tuotteena se on sekoitus ryhmämuotoista asiakaspalvelua, elämystuotantoa, luonnossa liikkumista ja teknisten välineiden käyttöä. Palvelutalouden termein ilmaistuna: moottorikelkkasafari on yrityk-

sen luoma puite aineettomalle hyödykkeelle eli kaupallistetuille luontoelämyksille, joita yritys myy ja joilla se kilpailee markkinoilla. Vastuu moottorikelkkasafarin käytännön toteutuksesta puolestaan on safarioppailla, jotka organisoivat ja huolehtivat, että asiakas saa moottorikelkkailla ja että hän myös viihtyy, nauttii ja saa ”kerran elämässä” -kokemuksia.

Haastateltavat kuvaavat opastyön pääsisällöksi mielihyvän tuntemuksia hakevien asiakkaiden tarpeiden tyydyttämisen. Safarioppaiden sanoin se, että ”asiakkaat tulevat tyytyväisinä maaliin” ja ”saavat ikimuis-tettavan kokemuksen”, on kaiken lähtökohta. Oppaat puhuvat asiakaslupauksen täyttämisen velvoitteesta. Tavoitteeseen päästäkseen safarioppaat pyrkivät toteuttamaan moottorikelkkasafarit niin, että ne ovat mahdollisimman viihdyttäviä, hauskoja ja elämyksellisiä tapahtumia. Tähän ei riitä, että opas tekee asiakkaiden kanssa moottorikelkkaretken talvessa metsässä. Tärkeää on saada asiakkaat innostumaan ja osallistumaan. Oppaat puhuvat, kuinka asiakkaat on vedettävä mukaan ”suuren seikkailun” tunteeseen. Oppaan on siis motivoitava, innostettava ja esimerkkiä osoittamalla saatettava asiakkaat palvelutuotteen mukaiseen ”emotionaaliseen tilaan” (Bolton 2004, 33). Tämä kysyy työntekijältä ystävällisyyttä, rauhallisuutta ja ”erityistä alttiutta asiakaspalvelulle”. Oppaan on laitettava itsensä peliin ja osoitettava tuotteen mukaista ilmettä – iloisuutta, innostusta ja reippautta. Haastatteluissa safarioppaat puhuvatkin paljon, miten työssä ”pitää hymyillä” ja ”jaksaa olla riittävän iloinen ja myönteinen”. Kolmikymppiselle naiskertojalle muunlainen toiminta ei ole edes suotavaa.

Jos et yhtään tykkää siitä, käyt vaan vetämässä sen safarin ja ajattelet, että kunhan käyn nyt vaan tekemässä sen ja että sulla ei ole halua tehdä niille ihmisille ikimuis-tettavaa siitä, niin minusta semmoisen ei tarvitse olla oppaana. Se voi istua jossain toimistossa ja tehdä sitten jotain muita hommia.

Myös safariorganisaatioille työntekijän halu luoda ”ikimuisia” hetkiä asiakkaille on tärkeää. Siksi yritykset odottavat oppailta ennen muuta asiakaslähtöisyyttä, palveluhalukkuutta sekä itsensä likoon laittamista. Näiden piirteiden toteutumista työssä myös valvotaan ja kontrolloidaan. Niitä voikin luonnehtia safariorganisaatioiden asettamiksi ja sanktioimiksi oppaan työn emotionaaliseksi säännöiksi (Leidner 1999). Säännöt koskevat työntekijän kehollista ja suullista olemusta ja ilmaisu sekä emotionaalista läsnäoloa tilanteissa. Nämä säännöt muodostavat safaritoiminnan ”diskursiiviset reunaehdot” (Casey 1995, 20–21), joiden ohjeistamana oppaat suuntautuvat käytäntöön.

Työn sisällön ja työkyvyn kannalta safariopastuksen emotionaaliset säännöt ovat merkityksellisiä, sillä se, kuinka hyvin opas onnistuu palvelutuotannossa, on riippuvainen työntekijän kyvyistä harjoittaa asiakaspalvelua olosuhteista ja tilanteista riippuen. Työssä onnistuminen toisin sanoen edellyttää työtä ehdollistavien diskursiivisten reunaehtojen ”sovittamista”, ”kääntämistä” tai ”muotoilemista” (Latour 1999, 311) materiaaliin yhteyksiinsä tai toisin päin: kääntämään aineelliset tekijät osaksi safaritoimintaa, eli palvelemaan ja tukemaan safariturismin sosiaalisia tavoitteita.

Luonto töissä

Haastateltavien mukaan safarilla asiakasviihtyvyys on helppo toteuttaa, kun ajallispai-kalliset olosuhteet tukevat asiakaspalvelua. Moottorikelkat toimivat, reitit ovat hyvässä kunnossa ja luonto tarjoaa asiakkaille ”sitä ihaninta ihanaa” – lunta, jäätä ja talvista maisemaa. Silloin asiakaslupaus toteutuu kuin itsestään tai kuten nelikymppinen naisopas totesi:

Kun puut ovat kuurassa, pikku pakkonen ja aurinko paistaa niin luonto on jo itsessään

elämys niille ihmisille, että sun ei tarvitse tehdä muuta kuin ajella siellä ympäriinsä.

Safarioppaat kertoivatkin nojaavansa palvelutyössään luontoon aina kun se on mahdollista. Näin tehdessään safariopas käytännössä käyttää luontoa elämystuotannon välineenä. Työn näkökulmasta lumiset puut ja kevätaurinko eivät olekaan työlle ulkoisia olosuhdetekijöitä, vaan eräänlaisia asiakaspalvelua helpottavia työkaluja. Luonto voi myös vaikuttaa tai lisätä oppaan työkykyä asiakasviihtyvyyden tuottajana, jos olosuhdetekijät tukevat oppaan työtä.

Asiakkaiden mielihyvään tähtäävän ja luonnon vetovoimaisuuteen perustuvan safariturismin kannalta olisi tärkeää, että luonto myös materialisoisi matkailukulttuurin siihen liittämiä viihteellisuuden, nautinnollisuuden ja elämyksellisyyden merkityksiä. Näin ei kuitenkaan aina tapahdu, sillä luonnonympäristöissä toteutuva safariturismi ei onnistu poistamaan tai korvaamaan kuin vain osittain tai väliaikaisesti luontoon sisältyviä esimerkiksi vaaran, kylmyyden tai kärsimyksen mahdollisuuksia. Kun luonto ei tee ”työtään” sille varatun roolin mukaisesti, se häiritsee palveluprosessia, laittaa toimijoita liikkeeseen synnyttäen aiemmasta poikkeavia yhteenliittymiä ja välityksiä. Esimerkiksi näin on silloin, kun safariolosuhteet koettelevat asiakkaiden ja oppaiden fyysistä ja henkistä kestävyyttä.

Safarioppaat kertoivat vetäneensä safareita jopa -40 asteen pakkasessa, lumituiskussa ja reiteillä, joka on ”niin röykkynen, että selän välilevyt hakkaavat itsensä ulos tai paikat lähtee hampaista liikkeelle ja asiakkaita vituttaa”. Heidän mukaan eräsafarit toteutetaan miltei aina riippumatta ajallisista ja paikallisista olosuhteista. Vain harvoin safareita on peruttu esimerkiksi huonojen sääolojen, pakkasten tai maasto-olosuhteiden vuoksi. Oppaat myös kertoivat, että tuskin yksikään opas on kieltäytynyt tekemästä työtään, vaikka olosuhteet eivät olisi toiminnalle suotuisat. Vaikeissa olosuhteissa on heidän mukaansa vain työskentelevät enemmän saadakseen

safarista asiakkaiden kannalta miellyttävä tapahtuma.

Kolmikymppiselle naiskertojalle asiakasviihtyvyyden edellyttää, että safarilla ”tiukkapiisuus” on kaukana. Hänen mukaansa

kyllä se pääasiassa on sitä, että asiakkaat pitää saada tuntemaan että tämä on hauska homma ja vähän niin kuin semmoista huvittelua ja hupailua ja että ne nauravat.

Puhe huvittelusta ja hupailusta viittaa safariturismin yhteen tavoitteeseen eli tuottaa asiakkaille autenttisia mutta miellyttäviä luontoelämyksiä. Safaripalveluja ostavat asiakkaat eivät välttämättä hae oikeita elämyksiä kaikilla mausteilla, koska retket voivat joskus olla jopa kohtalokkaita. Monelle riittää, kuten Holyfield (1999) toteaa, vain mielikuva retkien autenttisuudesta (ks. lisäksi esim. Wang 1999). Haastateltavien mukaan asiakasviihtyvyyden saavuttamiseksi safarit eivät koskaan saisi asettaa asiakkaalle kohtuuttomia vaatimuksia, rasitteita tai olla muuten sellaisia, että niiden läpikäyminen olisi yhtä kärsimystä. Odotus on päinvastainen: safarilla asiakas nauttii, rentoutuu ja pitää hauskaa.

Oppaan tehtävänä on huolehtia ”hauska homma” -ilmapiirin luomisesta ja ylläpitämisestä. Haastateltavien mukaan tämä edellyttää muun muassa sitä, että opas kykenee tunnistamaan asiakkaiden erilaiset tarpeet, odotukset ja kyvyt. Monen oppaan mielestä tämä on yksi haasteellisin puoli työssä, mutta ei suinkaan ainoa. Safarilla asiakas voi olla kylmissään, paleltua, loukkaantua tai tuntea muuten olonsa epäviihtyisäksi. Huono ilma, ajokeli tai maasto voi myös vaikuttaa asiakkaiden jaksamiseen, mikä taas heijastuu heidän motivaatioon osallistua palveluprosessiin. Lisäksi pohjoinen luonto voi olla pelottava ympäristö, ja siksi asiakkaat tuntevat olonsa turvattomaksi safarilla. Mutta se, mikä ei muutu oli tilanne mikä tahansa, on odotus, että opas luo ja ylläpitää ”hauska homma” -ilmapiiriä koko matkan ajan. Tämä tulee erityisen selvästi ilmi viisikymppisen mieskertojan haastattelussa.

No luontohan antaa ne puitteet ja rajoitukset. Jos ei ole lunta, niin sitten pitää kuvitella, että on lunta, ja jos on kylmä, niin on kylmä, siihen pitää sopeutua. Kaikki, siis tämä homman toimii luonnon ehdoilla, ja pitää sopeutua. Sitähän nämä asiakasrievut tulee hakemaan, sitä luontoa, jos niille ei sitä tarjota niin meillä ei ole asiakkaita, eikä ole töitä.(...) Se on todella haasteellista, että ohjelmia pitää muuttaa sen mukaan, suurin osa asiakkaista tai ei suurin osa mutta kuitenkin, niin varataan jopa vuotta aikaisemmin, joten pikkaisen on vaikea mennä sanomaan, että sataako vai paistaako. Mutta sama fiilis pitää saada aikaan, satoi tai paistoi. Se luonto antaa ne rajoitukset, mutta se antaa myös ne puitteet, ne pitää osata käyttää. Onhan se paska jos kesken reitin sulaa lumet pois, mutta näinkin on käynyt. Sitten aletaan poimia karpaloita. Ei se ole sen kummempaa, jotakin tehdään aina. Ei siinä voi heti nostaa käsiä pystyyn, että voi, voi lähtekää kotia, se vaan käännetään eduksi jollakin systeemillä jotenkin.

Haastattelusitaatissa kristallisoituu, millainen toimija luonto on safaripalvelutuotannossa. Safaripalvelu on samanaikaisesti sekä sosiaalista että luonnossa tapahtuvaa toimintaa. Luonto on kuitenkin liian ”sosiaalinen” ollakseen vain sosiaalisen toiminnan konteksti. Safaritoiminnassa luonto on tekijä, joka vaihtelevan luonteensa vuoksi panee ihmistoimijat liikkeeseen. Se, miten sosiaalinen toiminta suuntautuu luonnon todellisuuteen, vaikuttaa omalla tavallaan, millaisen toimijuuden luonto ja sen elementit saavat osana sosiaalista.

Safariyritykset ovat sitoutuneet tuottamaan asiakaslupauksia miltei olosuhteista riippumatta. Silloin kun olosuhteet ovat safarituotannon kannalta myönteiset, luonnon merkitys on kuin kulisella teatterissa. Luonto puitteistaa toiminnan, maisemoi sen ja tarjoaa katsottavaa. Heti kun olosuhteet muuttuvat, tilanne on toinen. Aiemmin näkyvämmäin tai hiljaisina pysyneet ”välikädet”

tulevat näkyviin ja muuttuvat täysmittaisiksi ”välittäjiksi”. Kun asiakaslupaus, olosuhde ja toiminta kohtaavat, syntyy aina erityinen tilanne, jossa nämä kolme tekijää koettelevat toinen toisiaan. Tilanne pakottaa toimijoita myös tarkastelemaan, millaisia sidoksia tai solmuja näiden kolmen tekijän välillä on (Latour 1999, 122–125).

Syntynyt tilanne kysyy kuitenkin ennen muuta asiakaspalvelun diskursiivisten ehtojen mielekkyyttä vallitsevissa ajallis-paikkallisissa olosuhteissa. Safarituotteen asianmukaisen tuottamisen kannalta luonnon mukanaan tuomat potentiaaliset muutostekijät ovat ongelmallisia. Jotta safarituotanto onnistuu, luonnon potentiaaliset muutostekijät on keinolla millä hyvänsä kyettävä kääntämään palvelutuotannon mukaiseksi, muutoin palveluprosessin läpivieminen vaikeutuu. Toiminnan jatkaminen edellyttää kollektiivin osien uudelleen järjestelyä tai muotoilua, mikä tarkoittaa yksinkertaisimmillaan joko sitä, että safaritoiminnan tavoitteet on määriteltävä uudelleen, tai sitä, että luonnon rooli safaritoiminnassa on muotoiltava tai mobilisoitavat toisin. Yksi ratkaisu olisi, että opas muuttaisi toimintaa radikaalisti, esimerkiksi päättäisi safarin. Safaritoiminnan säännöt kuitenkin tekevät tämän mahdottomaksi.

Haastateltavien mukaan safaritoiminnan säännöt velvoittavat opasta pitämään safarin rakenteen ja tuotantoehdot piilossa asiakailta, minkä vuoksi he eivät voi sanottavasti muuttaa safaritoiminnan tavoitteita. Tästä syystä safareiden on, kuten edellä siteerattu opas kuvailee, ”sopeuduttava”, ohjelmia on ”muutettava” ja tilanteet ”käännettävä eduksi jollakin systeemillä jotenkin”. Tämä vaatii oppaalta mielikuvitusta, tilannetajua ja kekseliäisyyttä, mutta myös itsensä hallintaa. Odotus on, että opas on asiakkaiden edessä se, johon esimerkiksi yllättävä tilanne ei vaikuta ja jolla tilanne näyttäisi olevan hallussa. Käytännössä on niin, että asiakkaiden ja luonnon välillä toimivan välittäjän eli oppaan on kyettävä muuntelemaan tai kääntämään olosuhteet viihtyvyyden, nautinnollisuuden tai

elämyksellisyyden kielelle, jotta asiakaslupauksen täyttäminen toteutuisi tavoitteiden mukaisesti.

Oppailla on käytössä erilaisia keinoja selviytyä tällaisista tilanteista. Keskeisin keino on, että opas pyrkii kiinnittämään asiakkaiden huomion safarin epämiellyttävistä olosuhteista itseensä. Haastateltavat kertovat esimerkiksi hauskuuttavansa asiakkaita tekemällä kelkkatemppuja, kertomalla hauskoja tarinoita tai tekemällä jotakin muuta, joka kiinnittää asiakkaiden huomion pois epämiellyttävistä tilanteista. Toinen käytetty menettelytapa on se, että opas yrittää kääntää olosuhteiden mukanaan tuomat tilanteet asiakaspalvelulle suotuisiksi esimerkiksi hyppyyttämällä asiakkaat lämpiksi leikin varjolla tai kannustamalla ja rohkaisevat heitä kertomalla esimerkiksi, miten he ovat parhaat asiakkaat ikinä tai kuinka kukaan muu asiakasryhmä ei ole selviytynyt tilanteista niin kuin he.

Safarilla vallitsevat olosuhteet määrittävätkin huomattavalla tavalla oppaiden harjoittaman emotionaalisen työn laatuun ja määrään. Koska oletus on, että ”sama fiilis pitää saada aikaan, satoi tai paistoi”, oli lunta tai ei, kylmä tai lämmin, oppaat joutuvat panostamaan työhönsä enemmän tai vähemmän riippuen safarilla vallitsevista olosuhteista. Jos safarilla vallitsee huonot olosuhteet, oppaan on työstettävä asiakkaiden ja itsensä emootioita paljon enemmän kuin safarituotteen läpiviemisen kannalta suotuisissa olosuhteissa. Aina kun näin toimitaan, olosuhteet materialisoituvat oppaiden työn käytännöissä.

Moottorikelkka kanssakulkijana

Moottorikelkkasafari on monellakin tavalla erityinen luontomatkailun muoto. Safarilla asiakkaat kokevat ympäristön moottorikelkan välityksellä. Moottorikelkka myös mahdollistaa asiakkaiden pääsyn erämaiseen luontoon. Lisäksi moottorikelkka liittyy safariin sekä vauhdin, jännityksen ja seikkailun merkityksiä että erityisiä luonnossa liikkumisen ja ko-

kemisen käytäntöjä. Safarien markkinoinnissa korostetaan monesti kaikkia näitä puolia. Tyypillinen moottorikelkkasafarin englanninkielinen mainosteksti esimerkiksi lupaa, että ”In snowmobiling in the snowy lanscape – tour you can drive along the trail through snow-covered landscapes, get memorable experiences, feel great fun and get a feel for technique”. Moottorikelkka on siten sekä väline, jonka avulla asiakas pääsee luontoon ja kokee luonnon, että objekti, joka materialisoi elämystuotantoon liittyvät merkitykset.

Safarioppaiden arjessa moottorikelkka näyttäytyy kuitenkin varsin toisenlaisissa yhteyksissä. Oppaiden mukaan miltei jokaisella safarilla tapahtuu eriasteisia onnettomuuksia, niin sanottuja läheltä piti -tapauksia, kaluston rikkoutumisia tai henkilövahinkoja. Asiakkaiden kuolemaankaan johtaneet onnettomuudet eivät ole alalle vieraita, tosin ne ovat suhteellisen harvinaisia. Tyypillisessä moottorikelkkaonnettomuudessa asiakas suistuu pois reitiltä ja/tai törmää puuhun tai kiveen. (Rantala & Valkonen 2011.) Myös jokaisella tämän tutkimuksen oppaista on kokemuksia safarionnettomuuksista alkaen kelkkavahingoista ja asiakkaiden lievistä loukkaantumista aina asiakkaan tai oppaan jalan tai käden murtumiseen asti.

Oppaiden mukaan onnettomuudet ovat ikäviä, mutta ne ovat ”enemmän sääntö kuin poikkeus”, kuten alalla pitkään toiminut mieskertoja asiaa luonnehtii. Yrityksessä, jossa hän työskentelee, tapahtuu onnettomuuksia hänen sanoin ”melkein viikoittain, joku asiakas ajaa puuhun”. Oppaiden mukaan safareiden täydellistä turvallisuutta onkin käytännössä mahdotonta taata, koska onnettomuuksiin on lukemattomia erilaisia syitä. Nämä syyt voidaan yksilöidä asiakaslähtöisiin, olosuhteista johtuviin tai oppaan virheisiin, mutta käytännössä safariturvallisuus edellyttää erilaisen tekijöiden samanaikaista huomioimista. Toisen pitkään alalla toimineen mieskertojan mukaan onnettomuustilanteet johtuvat lähes aina asiakkaista, mutta lopulta kyse on eri tekijöiden yhteisvaikutuksesta:

Kyllä se on aika lailla 100 % [asiakkaista johtuvia]. Totta kai on semmoistakin käynyt, että ollaan liian vaikeisiin paikkoihin viety, että saattaa tapahtua. Just semmosia, että ajetaan liian lujaa, lujaa on aina mukava ajaa. Asiakkaat usein vaahtoa että ajetaan lujempaa, lujempaa. Ja jos hyvin ajaa niin pikkuhiljaa sitä vauhtia sitten nostaa, joskus sitten tapahtuu, kun ne eivät ole niin hyviä ajamaan. ...Monta vakavaa tilannetta sen takia justiinsa, että ajetaan liian lujaa. Tai on liian kylmä tai ne on liian jässä että ne ei jaksa kääntää tai kaikkea sitä. Aina siihen joku tekijä vaikuttaa.

Safarilla on mielihyvää etsiviä asiakkaita, erilaisten tarpeiden ja tavoitteiden ristipaineessa toimivia oppaita sekä ympäristöllisiä tekijöitä, jotka kaikki asettavat omanlaisiaan ehtoja safarille. Jotta opas kykenisi toteuttamaan safarin täysin turvallisesti, hänen olisi huomioita kaikki safarin toteutukseen vaikuttavat tekijät sekä niiden yhteistoiminnan. Tätä ei kuitenkaan pidetä koskaan täysin mahdollisena, sillä ”aina siihen joku tekijä vaikuttaa”. Keskeinen yksittäinen safariturvallisuuteen vaikuttava tekijä on kuitenkin moottorikelkka.

Safarilla asiakkaat kokevat ympäristön moottorikelkan välityksellä. Moottorikelkka myös muokkaa ja säätelee asiakkaiden suhdetta ympäristöön. Itse asiassa moottorikelkka on osa ympäristöä itsessään niin kauan kuin se toimii välittäjänä asiakkaan ja ympäristön välillä. Ympäristö, sen ehdot ja vaatimukset konkretisoituvat ja saavat materiaalsen muotonsa moottorikelkassa samoin kuin moottorikelkan ajajalleen asettamat ehdot ja vaatimukset konkretisoituvat vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa (Valkonen 2009).

Safarilla asiakas joutuu moottorikelkan johdosta heterogeeniseen dialogiin ympäristön kanssa, koska moottorikelkka on samanaikaisesti sekä ympäristön vaatimusten välittäjä että näiden vaatimusten uudelleen muotoilija (Kalanti 2009, 90–98). Niinpä esimerkiksi halu ”ajaa lujempaa” asettuu moottorikelkassa konkreettiseen yhteyteen sen kans-

sa ”jaksaako kääntää” tai ”osaako ajaa”. Tähän taas vaikuttaa käytettyjen reittien kunto, safariolosuhteet, asiakkaiden osaaminen sekä oppaan toiminta. Moottorikelkkailussa kietoutuikin yhteen hyvin monenlaiset sosiaaliset ja ei-sosiaaliset tekijät, jotka kaikki asettavat omanlaisiaan ehtoja kollektiivin toiminnalle ja sitä kautta oppaan työlle.

Oppaiden mukaan asiakkailla on monenlaisia odotuksia moottorikelkan suhteen. Toiset haluavat koetella rajojaan ja nauttia vauhdin hurmasta, toisille taas riittää, että pääsee kokeilemaan, miltä moottorikelkkailu tuntuu. Asiakkailla ei kuitenkaan ole välttämättä paljon tietoa siitä, kuinka vaativaa, haasteellista tai vaarallista moottorikelkkailu voi olla. Asiakaslupauksen velvoittamana oppaan on huolehdittava, että safarilla asiakkaiden mielihyvä toteutuu, mutta kuitenkin niissä puitteissa, että asiakas on hengissä palvelun jälkeen ja varusteet säilyvät ehjinä. Tästä syystä he joutuvat alati tarkkailemaan, millainen ”ympäristö” moottorikelkka asiakkaille on, kuinka hyvin tai huonosti he asettuivat suhteeseen ympäristönsä kanssa.

Tämä kysyy oppaalta hyvin monipuolista ihmisiin ja ympäristöön liittyvää osaamista sekä tilannetajua. Nelikymppinen, pitkään alalla toiminut naisopas havainnollisti, mitä tämä käytännössä tarkoittaa:

Viime kaudella asiakas ajoi mun päälle kelkalla. Selvisin käden murtumalla siitä. Se oli tilanne, jossa asiakas ei yksinkertaisesti kuunnellut mitä mä sanoin... Olin kelkan päällä ja asiakas tuli takaa päin, kun olin vetäisemässä kelkkaa käyntiin. Se painoi kaasun pohjaan ja kelkka ampaisi ihan miljoonaa eteenpäin ja mie jäin alle sitten. Heheh... No ei siinä mitään mä ajoin hammasta purren asiakkaat kaupunkiin ja lähin sitten lääkəriin. Se on just näitä, että et saa oikeastaan paniikkia lietsoa niihin asiakkaisiin ja se että oltiin aika napapiirin tuntumassa, että olisin voinut ajaa siitä suoraan esimerkiksi meidän toimiston taakse. Mutta totesin, että ei tässä sen pahempaa, kun murtumalla selvisi.

Tiesin kyllä heti että näin on käynyt, mutta ajattelin että ok, mä pystyn sinne ajamaan.

Safaritoiminnassa moottorikelkan on tarkoitus olla nautinnollisen palvelun osatekijä, väline, joka mahdollistaa asiakkaan sujuvan liikumisen erämaassa ja tarjoaa itsessään elähdyttäviä safarikokemuksia. Onnettomuustilanteessa moottorikelkka kuitenkin häiritsee sitä, minkä pitäisi olla sujuvaa ja mutkatonta luonnossa olemista. Se synnyttää ”melua” tai ”kitkaa”, joka uhkaa peittää allensa safareihin liitetyt nautinnollisuuden, elämyksellisyyden ja hauskuuden merkitykset. Onnettomuus tekee moottorikelkan näkyväksi ja pakottaa toimijat huomioimaan siihen liittyvät potentiaaliset riskitekijät. Koska safaritoiminnan säännöt velvoittavat opasta pitämään safarin tuotantoehdot piilossa asiakkailta, onnettomuustilanteissa oppaan on saatava moottorikelkka pysymään – paradoksaalisesti – näkymättömänä tai aineettomana. Taatakseen asiakasviihtyvyyden oppaan on kyettävä muuntaamaan moottorikelkan potentiaaliset riskitekijät takaisin nautinnollisuuden, viihtymisen ja hauskan pidon merkitysyhteyksiin. Tämä vaatii oppaalta paljon huomattavampia emotionaalaisia taitoja kuin tavanomainen asiakaspalvelu (vrt. Hillman 2003; Sharpe 2005). Hänen on hymyiltävä, oltava ystävällinen ja hyvällä tuulella oli tilanne mikä tahansa. Onnettomuustilanteet eivät tuokaan esille vain, millaisia vaaratekijöitä toimintaa tai moottorikelkaan liittyy. Ne tekevät näkyväksi, millaisia vuorovaikutuksen ja kommunikaation muotoja safaritoimintaan liittyy. Onnettomuustilanteissa oppaiden työtä säätelevät emotionaaliset säännöt, teknologian ja ympäristön väliset yhteydet konkretisoituvat.

Lopuksi

Palvelutyön tutkijat tapaavat rinnastaa vuorovaikutteisen palvelutyön teatteriin: työntekijä on kuin tiettyjä rooleja omaava näyttelijä, jonka työn paikka on kuin näyttämö (esim. Adkins

2005b; Weaver 2005, 5). Ehkä palvelutyö onkin kuin teatteriperformanssi, jossa työntekijä suorittaa palvelutuotteen mukaisia esityksiä. On kuitenkin eri asia, onko työn paikka pelkästään performanssia puitteistava kulissi.

Artikkelissa tarkastelin safariturismin aineetonta palvelutuotantoa – tiettyjen mielialojen tai mielikuvien tuotantoa – niissä materiaalisissa yhteyksissä, joissa sitä harjoitetaan. Kuten on tullut esille, kaupallisessa luontomatkailussa luonto ei ole sosiaalisten käytäntöjen näyttämö tai toimintaa puitteistava ulkoinen kehys, johon safaritoiminta nojaa. Se on sisäinen osa toimintaa, joka mahdollistaa ja ehdollistaa safareita. Luonto on kanssakulkija safarilla, jonka suhteen opas joutuu alati tarkistamaan, suhteuttamaan ja muuttamaan toimintojaan. Työstämällä safaripalveluja vaihtelevissa olosuhteissa, opas myös kietoo käytännöissään luonnon, teknologian ja muut olosuhdetekijät osaksi safaripalvelutuotetta. Palvelutuotteen lopullinen ilmeneminen on siten kiinni siitä, kuinka hyvin tai huonosti opas onnistuu työstämään palvelutuotetta suhteessa ympäristöllisiin tekijöihin. Myös työn kuormittavuus on riippuvainen siitä, millaisten ympäristöllisten tekijöiden vallitessa palvelutuotantoa harjoitetaan. Olosuhteiden ollessa palvelutuotteen läpiviemisen kannalta otolliset on myös työn määrä vähäisempi kuin jos olosuhteet eivät tue asiakaspalvelua. Lisäksi oppaiden harjoittama emotionaalinen työ esimerkiksi asiakasviihtyvyyden tuottamiseksi vaihtelee safariin vaikuttavien ympäristöllisten tekijöiden mukaan.

Luonnon merkitys opastyössä on siis merkittävämpi kuin vain olla matkailupalvelun tuote tai vetovoimatekijä. Luonto ei ole mukana sosiaalisessa toiminnassa ulkoisessa tai ympäristöllisessä mielessä, vaan aktiivisena, sosiaalisen toiminnan osapuolena. Analyysi antaakin perusteen väittää, että kaupallisen luontomatkailun palvelutuotannon tutkimiseksi on välttämätöntä tarkastella työtä niissä materiaalisissa yhteyksissä, joissa sitä harjoitetaan. Näin voidaan analysoida sekä toimintaan liittyviä sosiaalisia ehtoja että asiakaspal-

velutavoitteiden toteuttamisen kysymän työn määrää ja sisältöä.

Alussa esitin, että vuorovaikutteista palvelutyötä tulisi tarkastella aina niissä materiaalisissa, sosiaalisissa ja kulttuurisissa yhteyksissä, joissa toiminta konkretisoituu. Muutoin esimerkiksi palvelutyön kuormittavuuden ja työkyvyn tarkasteltu on vaillaista. Kaupallinen luontomatkailu alana ja safariopastus palvelutyönä ovat varsin erityisiä, enkä väitä, että safariopastyötä koskevat tulkinnat olisi yleistettävissä koskemaan vuorovaikutteisia palvelutöitä yleensä. Sen sijaan tarkoitus on ollut havainnollistaa, että aineettoman palvelutuotannon piirissä tehtävää työtä olisi syytä tutkia käytäntönä, jossa inhimillinen toimija on yhdessä, ei vain ihmisten kesken, vaan myös kanssakäymistä kehystävien tavaroiden, eliöiden ja teknologioiden kanssa (Valkonen 2011).

Tutkimusnäkökulma, jossa työtä tarkastellaan ajallis-paikallisissa, materiaalisissa yhteisissä, tarjoaa syvempää ymmärrystä niihin aineettomiin ja aineellisiin toimintoihin ja sosiaalisiin suhteisiin, jotka määrittävät palvelutuotantoa ja työntekijän työkykyä. Näyttää siltä, että vaikka vuorovaikutteisen työprosessin tasolla erilaiset palvelutyöt omaavat enemmän yhtymäkohtia kuin eroja, tarkasteltaessa töitä käytännöllisen tekemisen tasolla asia on päinvastainen. Esitänkin, että palvelutyön sisällöllisten vaatimusten ymmärtämiseksi on töitä syytä tarkastella niissä sosiaalisissa, kulttuurisissa ja materiaalisissa puitteissa, missä työtä käytännössä harjoitetaan. Vasta sitten on mahdollista nähdä, millaisia esimerkiksi emotionaalisia ja kehollisia sitoumuksia työhön sisältyy, ja mitä nämä merkitsevät työn kuormittavuutta silmällä pitäen.

Kirjallisuus

- Adkins, L. (2005a) *The New Economy, Property and Personhood*. *Theory, Culture and Society* 22 (1), 111–130.
- Adkins, L. (2005b) *Social Capital. The Anatomy of a Troubled Concept*. *Feminist Theory* 6 (2), 195–211.
- Arnould, E. & Price, L. (1993) *River Magic: Extraordinary Experience and Hedonic Aspects of Service Encounters*. *Journal of Consumer Research* 20 (1), 24–46.
- Ballantyne, R. & Hughes, K. (2001) *Interpretation in Ecotourism Settings: Investigating Tour Guides' Perception of Their Role, Responsible and Training Needs*. *The Journal of Tourism Studies* 12 (2), 2–9.
- Black, R., Ham, S. & Weiler, B. (2001) *Ecotour Guide Training in Less Developed Countries: Some Preliminary Research Findings*. *Journal of Sustainable Tourism* 9 (2), 147–156.
- Bolton, S. (2004) *Conceptual Confusions: Emotional Work as Skilled Work*. Teoksessa C. Warhurst, I. Grugulis & E. Keep (toim.) *The Skills That Matter*. New York: Palgrave Macmillan, 19–37.
- Brandth, B. & Haugen, M. (2005) *Doing Rural Masculinity – From Logging to Outfitted Tourism*. *Journal of Gender Studies* 14 (1), 13–22.
- Casey, C. (1995) *Work, Self and Society. After Industrialism*. London & New York: Routledge.
- Clough, P. & Halley, J. (toim.) (2007) *The Affective Turn. Theorizing the Social*. Durham & London: Duke University Press.
- Cohen, E. (1982) *Jungle Guides in Northern Thailand – The Dynamics of a Marginal Occupational Role*. *Sociological Review* 30 (2), 234–266.
- Ditmore, M. (2007) *In Calcutta, Sex Workers Organize*. Teoksessa P. T. Clough & J. Halley (toim.) *The Affective Turn. Theorizing the Social*. Durham & London: Duke University Press, 170–186.
- Fine, G. A. (1997) *Kitchens. The Culture of Restaurant Work*. Berkeley: University of California Press.
- Haig, I. & McIntyre, N. (2002) *Viewing Nature: The Role of the Guide and the Advantages of Participating in Commercial Ecotourism*. *The Journal of Tourism Studies* 13 (1), 39–48.

- Hardt, M. (1999) *Affective Labour*. *Boundary* 26 (2), 89–100.
- Hillman, W. (2003) *Protectors and Interpreters of the Outback. A Study of the Merging Occupation of the Savannah Guide*. James Cook University. [online]. <URL: <http://eprints.jcu.edu.au/79/>>. Luettu 26.8.2011
- Hochschild, A. (1983) *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Holyfield, L. & Fine, G.A. (1997) *Adventure as Character Work: The Collective Taming of Fear*. *Symbolic Interaction* 20 (4), 343–363.
- Holyfield, L. (1999) *Manufacturing Adventure. The Buying and Selling of Emotions*. *Journal of Contemporary Ethnography* 28 (1), 3–32.
- Jóhannesson, G. (2005) *Tourism Translations. Actor-Network Theory and tourism research*. *Tourist Studies* 5 (2), 133–150.
- Julkunen, R. (2008) *Uuden työn paradoksit*. Tampere: Vastapaino.
- Järviluoma, J. (1996) *Turistin luonto. Tutkimus luonnon merkityksestä matkailun vetovoimatekijänä neljässä Lapin matkailukeskuksessa*. Rovaniemi: Acta Universitatis Lapponiensis 96, Lapin yliopisto.
- Kalanti, T. (2009) *Ruumis ja rauta. Esseitä esineiden sosiaalisuudesta*. Helsingin yliopiston sosiologian laitos. Helsinki: Yliopistopaino.
- Kinnunen, T. & Seppänen, J. (2009) *Oikeaoppinen opettajaruumis*. *Naistutkimus* 22 (4), 6–17.
- Latour, B. (1999) *On recalling ANT*. Teoksessa J. Law & J. Hassard (toim.) *Actor Network Theory and After*. Oxford: Blackwell, 15–25.
- Latour, B. (2005) *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford & New York: Oxford University Press.
- Lazzarato, M. (1996) *Immaterial Labour*. Teoksessa P. Virno & M. Hardt (toim.) *Radical Thought in Italy: A Potential Politics*. Minneapolis: University of Minneapolis Press, 133–147.
- Lehtonen, T-K. (2008) *Aineellinen yhteisö*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Leidner, R. (1993) *Fast Food, Fast Talk. Service Work and the Routinization of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Leidner, R. (1999) *Emotional Labour in Service Work*. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 561 (1), 81–95.
- Macdonald, C. L. & Sirianni, C. (toim.) (1996) *Working in the Service Society*. Philadelphia: Temple University Press.
- Markwell, K. (2001) *'An intimate rendezvous with nature'? Mediating the tourist-nature experience at three tourist sites in Borneo*. *Tourist Studies* 1 (1), 39–57.
- McDowell, L. (2009) *Working Bodies. Interactive Service Employment and Workplace Identities*. Malden: Blackwell.
- Michael, M. (2000) *These Boots Are Made for Walking...: Mundane Technology, the Body and Human-Environment Relations*. *Body and Society* 6 (3–4), 107–126.
- Mokka, R. & Neuvonen, A. (2006) *Yksilön ääni. Hyvinvointivaltio yhteisöjen ajalla*. Helsinki: Sitra & Demos.
- Pakkanen, A. (2009) *"Oppaan pitää olla niin mooneen suuntaan"*. Luontomatkailu työnä. Julkaisematon sosiologian pro gradu-tutkielma. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Pettinger, L. (2006) *On the Materiality of Service Work*. *Sociological Review* 54 (1), 48–65.
- Rantala, O. (2010) *Tourist Practices in the Forest*. *Annals of Tourism Research* 37 (1), 249–264.
- Rantala, O. & Valkonen, J. (2011) *Surviving in Commercial Nature Tourism*. *Current Issues in Tourism* 14 (6), 581–593.
- Ruuska, P. & Valkonen, J. (2008) *Pohjoiset safarioppaat kansallisten kategorioiden käyttäjinä*. *Kulttuurintutkimus* 25 (1), 3–16.
- Ryymän, J. (2008) *Matkailun ohjelmapalvelut. Toimialaraportti*. Helsinki: Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Sharpe, E. K. (2005) *Going Above and Beyond: The Emotional Labour of Adventure Guides*. *Journal of Leisure Research* 37 (1), 29–50.
- Shove, E. & Pantzar, M. (2005) *Consumers, Producers and Practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking*. *Journal of Consumer Culture* 5 (1), 43–64.
- Taylor, S. & Tyler, M. (2000) *Emotional Labour and Sexual Difference in the Airline Industry*. *Work, Employment and Society* 4 (1), 77–95.
- Wang, N. (1999) *Rethinking Authenticity in Tourism Experience*. *Annals of Tourism Research* 26 (2), 349–370.
- Warhurst, C. & Nickson, D. (2009) *'Who's Got the Look?' Emotional, Aesthetic and Sexualized La-*

- bour in the Interactive Services. *Gender, Work and Organization* 16 (3), 385–404.
- Weaver, A. (2005) Interactive Service Work and Performative Metaphors. The Case of the Cruise Industry. *Tourist Studies* 5 (1), 5–27.
- Weiler, B. & Davis, D. (1993) An Exploratory Investigation into the Roles of the Nature-Based Tour Leader. *Tourism Management* 14 (2), 91–98.
- Valkonen, J. (2011) *Palvelutyön taito*. Tampere: Vastapaino.
- Valkonen, J. (2009) Acting in Nature: Service Events and Agency in Wilderness Guiding. *Tourist Studies* 9 (2), 164–180.
- Valtonen, A. (2009) Small Tourism Firms as Agents of Critical Knowledge. *Tourist Studies* 9 (2), 127–143.
- Veijola, S., Valtonen, A., Valkonen, J., Tuulentie, S., Rantala, O., Hakkarainen, M. & Haanpää, M. (2008) *Töissä tunturissa: tutkijatulkintoja elämäkertaa-aineistosta*. Teoksessa J. Valkonen & S. Veijola (toim.) *Töissä tunturissa. Ajatuksia ja kirjoituksia matkailutyöstä*. Rovaniemi: Suomen Akatemia / Lapin yliopistokustannus, 21–68.
- Veijola, S. (2009) Gender as Work in the Tourism Industry. *Tourist Studies* 9 (2), 109–126.
- Vähämäki, J. (2003) *Kuhnurien kerho*. Helsinki: Tutkijaliitto.