
TUNNE VALKOINEN

Kokemuksia projektityöstä



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, kevät 2016

Sonja Huttunen



VISAMÄKI
Muotoilun koulutusohjelma
Jalkinemuotoilu

Tekijä	Sonja Huttunen	Vuosi 2016
Työn nimi	Tunne valkoinen – Kokemuksia projektityöstä	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli projektityöhön perehtyminen. Aiheen taustalla oli kirjoittajan osallistuminen Tunne valkoinen -taidenäyttelyn suunnittelu- ja toteutusprojektiin kuraattorin markkinointiassistenttina osana kolmihenkistä työryhmää. Projektiin osallistuminen tarjosi tilaisuuden seurata sen vaiheita sekä ryhmän työskentelyä. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millainen Tunne valkoinen oli projektina sekä arvioida näyttelyn ja yhteistyön onnistumista.

Opinnäytetyössä käsitellään projekteihin sekä projektityöskentelyyn liittyvää teoriaa. Teoriatiedon avulla analysoidaan osallistuvalla havainnoinnilla sekä strukturoiduilla haastatteluilla laadittua aineistoa. Havainnoinnin pohjalta muodostettiin käsitys Tunne valkoinen -projektista ja haastatteluilla selvitettiin projektiryhmän jäsenten kokemuksia projektista sekä ryhmätyöskentelystä.

Kerätyn aineiston perusteella Tunne valkoinen -projektin kulku noudatteli projekteille tyypillistä rakennetta. Huolellisen suunnittelun ja riskien huomioinnin ansiosta projekti eteni aikataulussaan, ja tavoiteltu lopputulos, taidenäyttely, toteutui. Myös näyttelylle asetetut tavoitteet täyttyivät: sekä näyttely että näyttelypaikka saivat näkyvyyttä. Projektin toteuttamisessa ryhmätyöskentely oli keskeisessä osassa, ja projektiryhmän yhteistyö oli toimivaa sähköisten viesti- ja tiedonjakopalveluiden ansiosta välimatkoina huolimatta. Kerätty aineisto toimii myös dokumentaationa Tunne valkoinen -projektista.

Avainsanat projekti, projektityö, ryhmätyö, tapahtuman suunnittelu, taidenäyttely

Sivut 38 s. + liitteet 4 s.

Visamäki
Degree Programme in Design

Author	Sonja Huttunen	Year 2016
Subject of Bachelor's thesis	Tunne valkoinen – Project Work Experiences	

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to explore project work. The author participated in planning and organizing of the Tunne valkoinen art exhibition as the curator's marketing assistant and it offered a chance to study the project process and the teamwork within. The aim was to find out what the Tunne valkoinen project was like and to evaluate the cooperation as well as the exhibition's success.

Data about the Tunne valkoinen project and the project team's experiences were collected by participatory observation and structured interviews. The theoretical background consists of project-related literature and it was utilised for analysing the collected data.

The data reveals that the Tunne valkoinen project followed the typical structure of projects. Thorough planning and analysing the risks ensured that the project proceeded in schedule and the targeted outcome, an art exhibition, came true. The set goals for the exhibition's visibility were reached as well. Teamwork was essential for the project and digital applications for messaging and sharing data made cooperation successful. The collected data will also remain as a documentation of the Tunne valkoinen project.

Keywords project, project work, team work, event planning, art exhibition

Pages 38 p. + appendices 4 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Kysymyksenasettelu, aiheen rajaaminen sekä tavoitteet.....	1
1.2	Tiedonhankintamenetelmät.....	2
1.3	Viitekehys.....	2
2	PROJEKTI ON TAPA TYÖSKENNELLÄ.....	3
2.1	Projektin tunnusmerkit.....	3
2.1.1	Projektin ja hankkeen erot.....	4
2.1.2	Projektilla on oltava asiakas.....	5
2.2	Erilaiset projektit.....	5
2.2.1	Kehitysprojektit.....	5
2.2.2	Tuotantoprojektit.....	6
2.2.3	Tutkimusprojektit.....	7
2.3	Projektin kulku.....	7
2.3.1	Määrittelyvaihe.....	7
2.3.2	Projektin suunnittelu ja toteutussuunnitelman laatiminen.....	8
2.3.3	Toteutusvaihe.....	9
2.3.4	Projektin päättäminen.....	10
3	TUNNE VALKOINEN -PROJEKTI.....	10
3.1	Projektin taustaa.....	11
3.2	Määrittelyvaihe käynnistyi suoraan ideasta.....	11
3.3	Suunnittelu.....	13
3.3.1	Projektin työryhmä ja tehtäväjako.....	13
3.3.2	Alustava sisältö.....	13
3.3.3	Projektin nimeäminen.....	14
3.3.4	Budjettisuunnitelma ja rahoituksen hakeminen.....	14
3.3.5	Projektin tarkoitus ja tavoitteet.....	15
3.3.6	Toteutussuunnitelma.....	16
3.4	Markkinointi.....	16
3.4.1	Visuaalinen ilme.....	17
3.4.2	Juliste, kutsut ja näyttelyesitteet.....	18
3.4.3	Blogi.....	19
3.4.4	Facebook.....	20
3.5	Näyttelyn rakentaminen.....	21
3.6	Avajaiset - eli projektin päättäminen.....	23
3.6.1	Jälkimarkkinointi.....	24
3.7	Aikataulun ja budjetin toteutuminen.....	25
3.7.1	Budjetti.....	25
3.8	Tavoitteiden toteutuminen.....	26
3.8.1	Some-näkyvyys.....	26
4	TUNNE VALKOINEN -PROJEKTIRYHMÄN KOKEMUKSIA.....	27
4.1	Haastattelu tiedonkeräysmenetelmänä.....	27
4.2	Mirva Juntunen.....	28
4.2.1	Aiemman osaamisen hyödyntäminen projektissa.....	28

4.2.2	Rooli Tunne valkoinen -projektissa.....	28
4.2.3	Projektin ja yhteistyön sujuvuus.....	29
4.2.4	Aikaisempi kokemus projektityöstä	29
4.2.5	Henkilökohtaisten tavoitteiden toteutuminen ja uuden oppiminen	30
4.3	Kaisa Pikkarainen.....	30
4.3.1	Rooli Tunne valkoinen -projektissa.....	30
4.3.2	Projektin ja yhteistyön sujuvuus.....	31
4.3.3	Henkilökohtaisten tavoitteiden toteutuminen ja uuden oppiminen	31
5	AINEISTON TULKINTA JA POHDINTAA.....	31
5.1	Tunne valkoinen projektina.....	32
5.2	Ryhmätyöskentely Tunne valkoinen -projektissa	33
5.3	Uusia oppeja ja kokemusta tulevia projekteja varten.....	34
	LÄHTEET	36

Liite 1	Lehdistötiedote Akaan Seudussa
Liite 2	Näkyvyys sosiaalisen median kanavissa
Liite 3	Haastattelukysymykset

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni idea syntyi Työelämäprojekti 2 -opintojakson pohjalta. Työelämäprojektinani suunnittelin visuaalisen ilmeen sekä markkinointimateriaalin Tunne valkoinen -taidenäyttelylle. Lisäksi vastasin näyttelyn markkinoinnin keskiössä olleiden sosiaalisen median kanavien ylläpidosta ja sisällöntuotannosta. Lisäksi toimin kuraattorin assistenttina ja osallistuin kaikkiin tapahtumanjärjestämiseen liittyviin vaiheisiin tarpeen mukaan.

Tunne valkoinen -projekti toteutettiin kolmihenkisellä työryhmällä, ja se tarjosi mahdollisuuden oppia yhdessä lisää projektityöskentelystä ja tapahtumansuunnitteluprosessista. Projektin aikana tietoa kertyi projektityöskentelyn lisäksi esimerkiksi apurahojen hakemisesta. Käytin näyttelyprojektia myös vertailukohteena tutustuessani projektien teoriaan.

1.1 Kysymyksenasettelu, aiheen rajaus sekä tavoitteet

Opinnäytteessä haettiin vastausta pääkysymykseen "Millainen oli Tunne valkoinen -projekti?" sekä alakysymykseen "Millaista ryhmätyöskentelyä oli Tunne valkoinen -projektissa?". Apukysymyksenä lähdekirjallisuuteen perehtyessä käytettiin kysymystä "Miten projekti määritellään?".

Tutkimusprosessi oli aineistolähtöinen ja kvalitatiivinen eli laadullinen. "Laadullisessa tutkimuksessa korostuu kentältä saatavan aineiston merkitys teoreettisen tarkastelun jäsentäjänä." (Aaltola & Valli 2001, 72.) Alkuvaiheessa tapahtunut teoriapohjan hankinta auttoi muodostamaan pohjakäsitteistön tutkittavalle aiheelle sekä jäsentämään tutkimusta. Projekti- ja tiimityöskentelyyn liittyvän kirjallisuuden lukeminen sekä Tunne valkoinen -projektin etenemisen seuraaminen helpottivat lopullisen aiheen rajaamista. (Aaltola & Valli 2001, 74.)

Opinnäytetyössä keskityttiin tarkastelemaan Tunne valkoinen -projektiä. Havainnoinnin ja lähdeaineiston avulla tutkittiin, miten Tunne valkoinen vastasi projektin teoreettista määritelmää. Havainnoinnin apuna käytettiin haastattelua tarkasteltaessa, miten Tunne valkoinen -projektin tavoitteet täyttyivät, ja millaista ryhmätyöskentelyä projektissa oli. Opinnäytetyön ulkopuolelle rajautui tarkempi perehtyminen tiimityöskentelyyn.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella projektityön piirteiden toteutumista harrastelijaryhmällä toteutetun taidenäyttelyn suunnittelu- ja järjestämisprojektissa sekä arvioida projektin onnistumista. Tutkimusaineistona käytetyn Tunne valkoinen -projektin osalta tavoitteena oli saavuttaa projektin tuloksena syntyneelle taidenäyttelylle, näyttelyn taiteilijoille sekä näyttelypaikalle lisää näkyvyyttä.

Henkilökohtaisina tavoitteinani oli saada lisää kokemusta projektityöskentelystä, sekä tarkastella projekti- ja ryhmätyöskentelyä uudesta näkökulmasta. Tunne valkoinen -projektissa pyrin hyödyntämään tehokkaasti aiempaa ammatillista osaamistani sekä aiemmista projekteista kertynyttä tie-

toa. Toivoin projektin avulla oppivani uutta, esimerkiksi markkinoinnista sekä hankkivani uusia kontakteja.

1.2 Tiedonhankintamenetelmät

Taustatietoa projekti- sekä tiimityöskentelystä haettiin aihetta käsittelevästä kirjallisuudesta. Kirjallisen lähdeaineiston avulla määriteltiin käytettyjä käsitteitä, ja sen avulla analysoitiin havainnoinnin sekä haastattelujen pohjalta kerättyä tietoa.

Havainnointi on aineistonkeruumenetelmä, jolla saadaan suoraa ja monipuolista tietoa yksilöiden ja organisaatioiden toiminnasta, esimerkiksi vuorovaikutustilanteissa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 199–201). Osallistuvassa havainnoinnissa havainnoija osallistuu tutkittavan ryhmän toimintaan, joko ryhmän ehdoilla tai ryhmän jäsenenä pyrkimyksenä saada kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta asiasta. Tehdyt havainnot ovat tutkimusaineistoa, jonka pohjalta havainnoija tekee tulkintansa. (Hirsjärvi ym. 2001, 203–204.)

Tunne valkoinen -näyttelyprojektin vaiheista ja onnistumisesta sekä projektiryhmän jäsenten yhteistyön toteutumisesta tietoa ja päätelmiä kerättiin osallistuvan havainnoinnin kautta sekä oppimispäiväkirjaa apuna käyttäen. Projektiprosessia tarkasteltiin alkusuunnitelmista näyttelyn purkuun sekä jälkimarkkinointiin saakka. Havainnoinnissa pyrittiin objektiivisuuteen ja prosessi pyrittiin kuvaamaan mahdollisimman todenmukaisesti.

Haastattelun avulla kerättiin tietoa projekti- sekä ryhmätyöskentelyyn liittyvistä kokemuksista Tunne valkoinen -projektin jäseniltä. Haastattelu tiedonhankintamenetelmänä tuotti omakohtaista tietoa, mikä sopi kysymyksiin henkilökohtaisista kokemuksista. Haastatteluaineisto toimi vertauskohteena projektista tehdylle havainnoinnille, ja aiemmin kerätylle hiljaiselle tiedolle. Haastattelut toteutettiin lomakehaastatteluina sähköpostin ja puhelimen välityksellä.

Eri tavoin kerätty tieto analysoitiin ja prosessoitiin opinnäytetyöraportiksi, joka pyrkii kattavasti ja perustellusti vastaamaan opinnäytteen pää- sekä alakysymyksiin.

1.3 Viitekehys

Opinnäytetyön visuaalisessa viitekehyksessä (Kuva 1) lukusuunta on vasemmalta oikealle. Tummanharmaat ympyrät kuvastavat opinnäytetyössä käytettyä tutkimusaineistoa, Tunne valkoinen -projektia sekä projektien teoriaan painottunutta lähdekirjallisuutta. Ympyröiden kokoerot kertovat tutkimusaineiston painoarvosta opinnäytetyötä tehdessä.

Viitekehysten keskiosassa esitellään Tunne valkoinen -projektin tutkimisessa käytetyt tiedonhankintamenetelmät, haastattelu ja havainnointi, sekä opinnäytetyön pääkysymyksen vastaukseen hakemiseen lähdeaineistosta käytetty apukysymys: Miten projekti määritellään?

Viitekehysten oikeassa reunassa suuri vaaleapohjainen ympyrä kuvastaa opinnäytteen pääkysymystä, johon opinnäyte pyrkii myös vastaamaan. Pääkysymykseen nivoutuu myös opinnäytteen alakysymys. Pienin ympyröin muodostetut polut ilmentävät käytettyjen menetelmien keskinäistä suhdetta sekä yhteyttä tavoiteltuun lopputulokseen.



Kuva 1. Opinnäytetyön viitekehys

2 PROJEKTI ON TAPA TYÖSKENNELLÄ

Projekti on sana, joka esiintyy toistuvasti arkikielessä - erityisesti työstä tai opinnoista puhuttaessa. Työpaikkailmoituksissa haetaan projektipäällikköä tai ainakin projektinhallintataitoista henkilöä joko tuotekehitykseen tai erilaisten hankkeiden läpivientiin. Myös määräaikaaisuuden perusteeksi mainitaan usein työn projektiluonteisuus. Kahvikutsustakin saatetaan kieltäytyä vedoten siihen, että siivousprojekti on kesken. Ilmeisin näitä erilaisia projekteja yhdistävä tekijä on siis rajallinen kesto. Arkikielen projektille ja tässä luvussa tarkasteltavalle työskentelytavalle se voi olla lähes aina yhdistävä tekijä.

2.1 Projektin tunnusmerkit

Scott Berkun (2006, 6–9) havainnollistaa projektinhallintaa eri aloille tyypillisten prosessien kautta. Yhtenä esimerkkinä hän kuvailee ravintolan asiakaspalvelutilannetta tilauksen vastaanottamisesta aina valmiin annoksen toimittamiseen. Esimerkissä kiteytyy myös projektin perusluonne:

prosessilla on selkeät aloitus- ja lopetuskohdat, joiden väliin varsinainen toteutus erilaisine välivaiheineen jää.

Projekteissa, kuten ravintolan asiakkaan annoksen valmistamisessakin, on tietty tavoite, johon pyritään. Toteutustavat, lopputulos ja projektin laajuus vaihtelevat tapauskohtaisesti. Järjestelmällisen projektityön erottaa muusta määrätynkestoisesta työskentelystä, kun se täyttää tietyt tunnusmerkit. Nämä tunnusmerkit Pirkko Anttila (2001, 12) tiivistää seuraavasti: "Projekti on kertaluontoinen, tavoitteellinen, varta vasten muodostetun organisaation tehtäväksi annettu työkokonaisuus, jonka kesto ja resurssit ovat ennalta määritelty".

Tavoitteiden saavuttamisen ja aikataulussa pysymisen vuoksi projektityötä leimaa myös suunnitelmallisuus. Ennen projektin käynnistämistä kartoitetaan resurssit ja rajataan sisältö. Tavoitteen saavuttamiseksi kootaan työryhmä, jonka kesken tehtävät jaetaan. Jotta projekti pysyy aikataulussa, valitaan myös projektipäällikkö, joka vastaa projektin etenemisestä ja tuloksista. (Kettunen 2009, 15–16.)

Projektit ovat yleensä yhteistoiminnallisia, jolloin useiden henkilöiden ideat ja kyvyt valjastetaan tiedonhankintaan ja prosessointiin tai ongelman ratkaisemiseen. Yhdessä toimimiseen liittyy vahvasti myös projektin jäsenten yhteinen arvoperusta. Jaettu pyrkimys tukee projektin onnistumista ja kriisitilanteiden ratkaiseminenkin on helpompaa, kun tavoitellaan samaa lopputulosta. (Kettunen 2009, 15; Anttila 2001, 14.)

Vaikka projektin toteuttamista varten usein kootaankin tietty työryhmä, koen, että projektityöskentelyn kriteerit täyttävää toimintamuotoa voidaan soveltaa myös yksilövetoisissa toteutuksissa, jolloin suunnittelusta ja toteutuksesta vastaava henkilö huolehtii myös projektin etenemisestä sekä raportoinnista. Tällaisia henkilökohtaisia projekteja voidaan käyttää esimerkiksi opiskelun välineenä, kun omalle oppimiselle halutaan asettaa selkeä tavoite. Projektioppiminen on keskiössä esimerkiksi ammattikorkeakoulun Muotoiluprojekti-opintojaksoilla, joilla opiskelija toteuttaa projektisuunnitelmaan pohjautuvan muotoilualan liittyvän projektin ja laatii projektiraportin. Muotoiluprojekti voi olla itsenäinen tai ulkoiselle toimeksiantajalle tehty. (Ohjeita muotoiluprojektiin 2015.)

2.1.1 Projektin ja hankkeen erot

Nykysuomen sivistyssanakirjassa projekti määritellään hankkeeksi, suunnitelmaksi sekä tutkimukseksi (Nykysuomen laitos 1994, 335). Hanketta käytetäänkin usein synonyyminä projektille. Käsitteenä hanke kuitenkin poikkeaa projektista kestoltaan, laajuudeltaan sekä määriteltävyytensä osalta. Anttilan (2001, 14–17) ja Kettusen (2009, 16) mukaan hanke koostuu useista rajatummissa projekteista.

2.1.2 Projektilla on oltava asiakas

Projektin tavoitteiden asettamiseen vaikuttaa asiakas, eli taho, joka vastaanottaa lopputuloksen. Lopputuloksen vastaanottaja vaikuttaa myös työmotivaation säilymiseen ja luo projektille merkityksen. Projektin toteutus voi olla päämäärätöntä tai hallitsematonta, jos ei ole tiedossa kenelle projektia tehdään. (Kettunen 2009, 36–37, 49.)

Asiakas voi olla sisäinen tai ulkopuolinen, riippuen projektin luonteesta. Kun projektia tehdään ulkopuoliselle tilaajalle, on tilaajan taustoihin tutustuttava huolella ja selvitettävä, mitä projekti merkitsee tälle. Asiakkaan ollessa ennestään tuttu, esimerkiksi yrityksen sisäistä kehitysprojektia tehdessä taustakartoitukseen ei ole välttämätöntä varata aikaa suunnitelma-vaiheessa. (Kettunen 2009, 37–38.) Henkilökohtaisen oppimisprojektin asiakasta voi mielestäni verrata sisäiseen asiakkaaseen, sillä projektilla saavutetut tulokset hyödyttävät pääasiassa projektin toteuttajaa, joka on asettanut tavoitteet omia tarpeitaan ja resurssejaan vastaaviksi.

Asiakassuhdetta on ylläpidettävä myös ennen valmiin tuotoksen luovuttamista. Projektin vaiheiden dokumentointi on tärkeää sekä asiakkaan että toteuttavan tahon kannalta. Dokumentit helpottavat etenemisen raportointia asiakkaalle. Asiakkaan toiveita ja mielipiteitä on kuunneltava ja ne tulee mahdollisuuksien mukaan ottaa huomioon toteutuksessa. Säännöllinen raportointi helpottaa myös mahdollisten ongelma- tai riitatilanteiden ratkaisemisessa, yhteydenpito ja tehdyt sopimukset on kirjattu ylös. (Kettunen 2009, 36–39.)

2.2 Erilaiset projektit

Projektityyppi määrittää projektin toteutustavan sekä tavoiteltavan lopputuloksen mukaan. Vaikka kaikkia projekteilla on yhteneväisiä piirteitä, on eri projektityypeistä havaittavissa tiettyjä erityisominaisuuksia, jotka vaikuttavat myös niissä käytettäviin toimintatapoihin. Projektityötä voidaan hyödyntää niin tutkimuksellisessa kuin kehittävässäkin toiminnassa. Projekti sopii työskentelymuodoksi myös erityisen aikataulusidonnaisissa toteutuksissa ja esimerkiksi talon rakentamisessa. (Kettunen 2009, 17.)

Projektit voivat olla itsenäisiä kokonaisuuksia tai ne voidaan toteuttaa muun työn ohella, esimerkiksi yrityksen sisäisenä kehitysprojektina. Projektien keskeisiin eroavaisuuksiin kuuluu siis myös aika- ja henkilöresurssien määrä. (Kettunen 2009, 17–19.)

2.2.1 Kehitysprojektit

Kehitysprojektit tähtäävät nimensä mukaisesti parantamaan olemassa olevaa tai tuottamaan uutta. Kehitysprojektina voidaan toteuttaa myös yritysten ja organisaatioiden sisäisiä muutosprosesseja, esimerkiksi uusien järjestelmien käyttöönottamista tai rakenteellisia muutoksia. Kehittäminen voi tähdätä myös uuden tuotteen lanseeraukseen tai muokkaamiseen val-

mistukseen soveltuvaksi. Keskeisiä menetelmiä kehitysprojekteissa ovat tutkimukset ja selvitykset. (Anttila 2001, 17–18; Kettunen 2009, 18.)

Tuotekehitysprojekteissa tutkimuksellisuus ja suunnittelutyö tapahtuvat projektin alkuvaiheessa, mutta kokonaisuus voi sisältää myös tuotantoprojektiin liittyviä piirteitä (Anttila 2001, 18). Tuotetta kehittäessä on tiedossa selkeä tavoite markkinoille lanseeraamisessa. Ideointiin ja teknisten mahdollisuuksien tutkimiseen kuluu usein paljon aikaa. Ideoita kehitetään edelleen prototyypeiksi, joiden avulla tuotteen ominaisuuksien tarkastelu helpottuu. Myös riskejä pystytään vähentämään, kun mahdolliset virheet ja puutteet havaitaan ennen tuotantoprosessia. Tuotekehitysprojektille ominaista onkin juuri pitkälle viety suunnitteluprosessi, ja mahdollisimman virheetön lopputulos. (Kettunen 2009, 27–28)

Toimintaa kehittämään tähtääviä projekteja tehdään tyypillisesti yrityksissä ja yhteisöissä muun työn ohella. Projektin taustalla on usein toimeksianto tai tarpeeseen pohjaava kehitysidea. Kun projektin toteutus on henkilöstön vastuulla, on yhteydenpito ja aikataulujen yhteensovittaminen helpompaa. Haasteena työskentelyssä voidaan pitää työmäärän lisääntymistä. Projektin toteutusaikataulu saattaa venyä, kun sen rinnalla suoritetaan myös varsinaiset työtehtävät. Ulkopuolisissa, maksetuissa toimeksiantannoissa tätä ongelmaa ei yleensä ole. Resursseja kuitenkin vie toimeksiantajaan tutustuminen sekä perehdytys. (Kettunen 2009, 17–19.)

2.2.2 Tuotantoprojektit

Tuotantoprojekteiksi voidaan luokitella rakennus- ja korjausprojektit sekä erilaisten tapahtumien suunnittelu ja järjestäminen. Tuotantoprojekteissa lopputulos ja siihen vaadittavat prosessit ovat ennalta tiedossa. Myös toteutusaikataulu on usein ennalta määritelty. Jos projektille asetettua aikarajaa ei huomioida suunnitteluvaiheessa, voi kiire muodostua haasteeksi. Myös erilaiset vastoinkäymiset voivat vaikeuttaa aikataulussa pysymistä. (Anttila 2001, 18; Kettunen 2009, 24.)

Vastoinkäymisiä aiheuttavat usein ulkoiset tekijät, joiden ennakointi on vaikeaa. Mahdolliset riskit on osattava ottaa huomioon projektia suunniteltaessa. Työryhmän joustavuus ja varasuunnitelmat ovat siis tärkeitä seikkoja projektin sujuvuuden kannalta. Projektien onnistuminen ei ole perusteellisesta suunnittelusta huolimattakaan aina taattua ja tuloksia voidaan arvioida monesti vasta projektin loppuun viemisen jälkeen. Esimerkiksi huolellisesti suunniteltu ulkoilmatapahtuma voi jäädä taloudellisesti tappiolliseksi pelkästään huonon sään vuoksi. (Kettunen 2009, 24–25.)

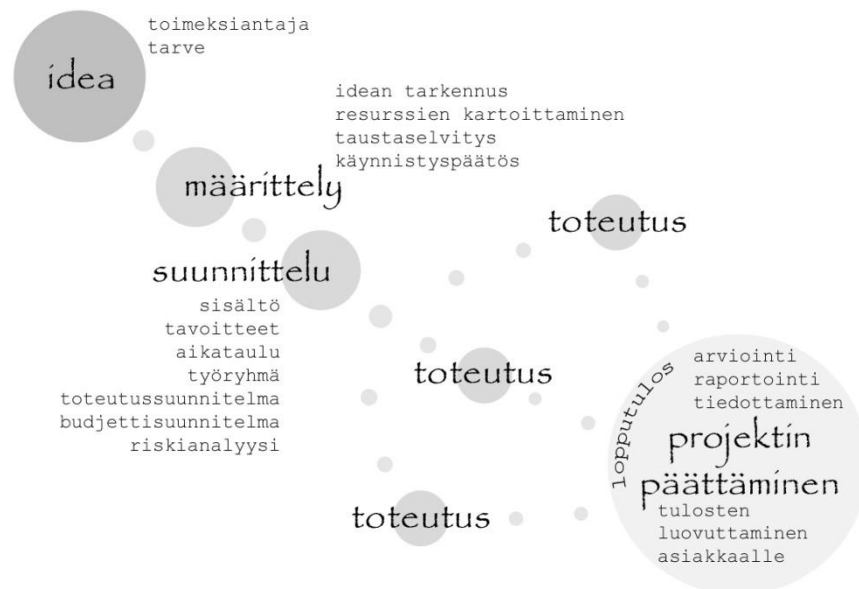
Rakentamisprojektit eroavat vapaaehtoistoimintaan nojaavista työryhmäkeskeisistä tapahtumaproduktioista siinä, että toteuttaminen edellyttää useiden ihmisten ja yritysten välistä yhteistyötä. Projektin hallittu johtaminen korostuu, kun eri työvaiheisiin osallistuvien tahojen aikatauluja sovitetaan yhteen. Rakennusprojekteilla on selkeä rakenne, joka edellyttää eri työvaiheiden toteuttamista tietyssä järjestyksessä. Yhden työvaiheen viivästyminen tai epäonnistuminen vaikuttaa koko projektin kulkuun ja aikatauluun. (Kettunen 2009, 25–26.)

2.2.3 Tutkimusprojektit

Tutkimusprojektit keskittyvät tiedon hankintaan tai sen prosessointiin (Anttila 2001, 18). Tutkimustulokset voivat olla tieteellisiä tai niillä on yhteiskunnallista arvoa. Yritysten käytössä tutkimustuloksia hyödynnetään tuotekehityksessä. Tutkimusprojektien toteutuminen riippuu usein rahoituksen järjestymisestä, jolloin rahoittajalla voi olla päätävävaltaa tutkimuksen rajaamisessa. Rahoituksen hankintaa varten projektin suunnittelu ja taustatyö on tehtävä huolella, jotta voidaan osoittaa, mihin taloudellinen tuki tullaan käyttämään. Tutkimuksessa saavutettavia tuloksia on kuitenkin vaikea määrittellä ennakkoon. (Kettunen 2009, 21–23.)

2.3 Projektin kulku

Projektityöskentely noudattaa yhteneväistä kaavaa (Kuva 2), vaikka projekteja toteutetaan erilaisin keinoin ja asetettavat tavoitteet vaihtelevat merkittävästi. Projekti toteutetaan aina suunnitelman pohjalta. Jotta suunnitelma voidaan laatia, on lähtöideaa tarkennettava ja tehtävä erilaisia valmisteluja. Kun suunnitelma on laadittu, voidaan toteutusvaihe käynnistää, jos vaadittavat resurssit, esimerkiksi rahoitus ovat käytettävissä. Myös projektin päättämällä on selkeä merkitys: tulosten kokoaminen, arviointi ja raportointi. (Anttila 2001, 41; Kettunen 2009, 45.)



Kuva 2. Projektin kulku

2.3.1 Määrittelyvaihe

Projektin lähtökohtana voi olla tarve, toimeksianto tai idea. Toimeksiantona toteutettavalla projektilla on vahva kytkös toimeksiantajaan, mutta yksityishenkilön aloitteestakin syntyneelle projektille voidaan löytää laajalaisempi, esimerkiksi yhteiskunnallinen kytkös. Projektin merkityksen

ymmärtäminen osana laajempaa kontekstia, esimerkiksi toteutusalueella käynnissä olevaa rakennemuutosta tai yhteiskunnallisia linjauksia voi olla projektin toteutumisen kannalta hyvin merkittävä. Projektin laaja-alaisempi merkitys voi olla ratkaiseva tekijä rahoituksen saamisessa, ja projekti voi kasvaa suuremmaksi hankkeeksi (Anttila 2001, 32–39.)

Projektin aiheen täsmentämisen tueksi on tehtävä taustatutkimusta (Anttila 2001, 32). Taustatutkimus helpottaa aiheen rajaamista sekä tarkentaa resurssitarvetta. Myös projektissa käytettävä näkökulma on valittava alussa. Esimerkiksi tuotesuunnitteluun vaikuttaa, toteutetaanko projekti käyttäjän vai tuotannon tarpeet huomioon ottaen. Kohderyhmän erityispiirteisiin tutustumisen ohella on tarkasteltava myös verrokkeja kilpailutilanteen selvittämiseksi. Resurssien osalta esimerkiksi käytettävissä olevien materiaalien ja tekniikoiden kartoitus on tärkeää. (Anttila 2001, 52.)

Kun määrittelyvaiheessa on koottu tarpeeksi tietoa, tehdään päätös projektin aloittamisesta. Idea voidaan myös hylätä, jos tarvittavat edellytykset puuttuvat tai tavoitteita ei kyetä nimeämään. Kun projektilla tavoiteltava lopputulos ja sen saavuttamiseksi vaadittavat taloudelliset edellytykset sekä toteuttamismuoto ovat hahmottuneet voidaan edetä varsinaiseen suunnitteluvaiheeseen. (Kettunen 2009, 51–53.)

2.3.2 Projektin suunnittelu ja toteutussuunnitelman laatiminen

Määrittelyvaiheessa kerätyn tiedon avulla kootaan projektin tavoitteet ja rajataan sen ulkopuolelle jäävät osa-alueet. Suunniteltu lopputulos määrittää projektin tarkoituksen, ja tavoitteet luovat puitteet projektin arvioinnille. Tavoitteiden perusteella projektille voidaan antaa hyväksyntä tai myöntää rahoitus. Rahoittaja voi myös asettaa tietyt tavoitteet tuen ehdoiksi. Määrällisiin tavoitteisiin kirjataan selkeitä lukuja, joita voidaan verrata saatuihin lopputuloksiin. Laadulliset tavoitteet kertovat tulosten ominaisuuksista, esimerkiksi osaamistason noususta. Kulttuurialoilla laadun toteaminen voi olla haastavaa, ja arvioita ja mielipiteitä saatetaan kysyä esimerkiksi alan asiantuntijoilta tai tapahtumayleisöltä. (Anttila 2001, 66–71.)

Tavoitteiden saavuttamiseksi projektille luodaan oma organisaatio, johon kuuluu projektipäällikön ja projektiryhmän lisäksi mahdollinen ohjausryhmä, sihteeri ja projektille tärkeät ulkopuoliset tahot, kuten alihankkijat. Projektin läpiviennin lisäksi organisaatio vastaa työn dokumentoinnista ja tiedotuksesta. Jos erillinen projektisihteeri on nimetty, on dokumentointi ja raporttien laatiminen usein hänen työlistallaan. (Anttila 2001, 74–75.)

Projektin jäsenillä tulee olla projektin kannalta olennaista tietotaitoa ja tehtävänjaossa keskeisille osa-alueille nimetään vastuuhenkilöt (Anttila 2001, 74–75). Keskeisin rooli on projektipäälliköllä, joka yhden hengen projekteissa vastaa kaikista osa-alueista (Kettunen 2009, 129). Projektipäälliköltä vaaditaan tehtävän hoitamiseen soveltuvia luonteenpiirteitä, sillä hänellä on vastuu suunnitelman läpiviennistä sekä budjetin ja tavoitteiden toteutumisesta. Projektipäällikön on oltava täsmällinen sekä kyettävä hoitamaan useita asioita samanaikaisesti, jotta kaikki työvaiheet toteutuvat. Hänen on myös kyettävä ohjaamaan ryhmää, mikä edellyttää vahvoja

kommunikointi- ja neuvottelutaitoja. Vahva itsetunto auttaa projektipäällikköä selvittämään konfliktitilanteita ja asettamaan projektille selkeitä rajoja, siitä on hyötyä myös epäonnistumisten käsittelemisessä. (Kettunen 2009, 29–31.)

Projektin edellyttämän henkilömäärän toteutukseksi arvioidaan työn määrää ja sen järkevää jakamista, jotta pysytään tavoiteaikataulussa. Samalla mietitään myös erityisosaajien tarve. (Anttila 2001, 86.) Työmääräarvioiden pohjalta voidaan laatia aikataulu, josta ilmenee eri työvaiheiden kesto, ja samalla voidaan tarkastella useita välivaiheita käsittävän prosessin työjärjestystä ja tehtävien mahdollisia päällekkäisyyksiä (Kettunen 2009, 60–75). Henkilöstöressurssien määrä vaikuttaa myös budjetin laatimiseen. Henkilökustannuksia mitataan työmäärän perusteella tai ne voivat koostua esimerkiksi asiantuntijapalkkioista. (Anttila 2001, 24.) Toisinaan projektista maksettavat korvaukset määräytyvät saavutetun voiton perusteella (Kettunen 2009, 24). Projektin kustannuksiin lasketaan myös materiaaleista, koneista, tilavuokrasta ja matkoista syntyvät kulut (Anttila 2001, 92–93).

Laadittua budjettia voidaan käyttää rahoitushakemuksen perusteena, sillä projektit ovat usein irrallisia toteutuksia, eikä niitä ole huomioitu esimerkiksi yrityksen varsinaiseen budjettiin. Rahoitusta myöntäviä tahoja on erilaisia säätiöistä ministeriöihin. Usein rahoitusta myönnetään vain tietyt piirteet täyttävälle projektille; edellytyksenä voi olla esimerkiksi selkeä taloudellinen potentiaali. Kulttuurialalla rahoituksen saaminen on epävarmempaa, sillä määrärahat ovat pieniä. Rahoituspäätöksen saaminen voi viedä aikaa, eikä sitä voida aina odottaa ennen projektin aloittamista. Varoja saatetaan kerätäkin jo ennakoon. (Anttila 2001, 88–89, 94–95.) Jotta projektin toteutuminen ei riippuisi taloudellisista puutteista, voidaan projektisuunnitelma laatia olemassa olevien resurssien ehdoilla (Kettunen 2009, 97).

Toteutussuunnitelma on tiivis kuvaus suunnitellusta projektista ja sisältää kaiken projektiin olennaisesti liittyvän tiedon taustoista kustannusarvioon (Kettunen 2009, 93, 98). Tavoitteet, tekijät ja budjettiarvio ovat toteutussuunnitelman keskeisimpiä sisältöjä. Suunnitelmaa varten laaditaan lisäksi aikataulu, jossa näkyvät kaikki työvaiheet. Työvaiheluettelo ohjaa projektin kulkua. Eri työvaiheisiin kuuluvien tehtävien ja tavoitteiden listaaminen helpottaa kokonais kuvan hahmottamista. (Anttila 2001, 105–106; Kettunen 2009, 94.) Riskeihin ja muutoksiin varautuminen kuuluu myös suunnitelman laatimiseen ja mahdolliset varotoimenpiteet kirjataan ylös. Toteutussuunnitelmassa kerrotaan myös, kuinka projektin etenemisestä ja lopputuloksista tiedotetaan ja millaisia dokumentteja prosessista laaditaan. (Kettunen 2009, 120–122.)

2.3.3 Toteutusvaihe

Projekti pyritään suorittamaan toteutussuunnitelmaa noudattaen. Projektiryhmän sisäinen yhteydenpito on tärkeää kokouksia ja palavereja järjestetään tarpeen vaatiessa. Kokouksissa keskitytään tiedonjakoon ja niissä tehdään tarvittavia päätöksiä. Kokoukset ylläpitävät myös ryhmähenkeä.

(Anttila 2001, 115; Kettunen 2009, 165–167.) Projektin etenemistä seurataan ja seurannan tueksi laaditaan tilanneraportteja. Projektin etenemisestä tiedottaminen sekä projektissa mukana oleville että projektin ulkopuolisille tahoille on tärkeää etenkin, jos projekti edellyttää heiltä erityisiä toimia. Rakennusprojekteissa tällainen ulkopuolisille tahoille aiheutuva haitta on tyypillistä, kun esimerkiksi katuja joudutaan tilapäisesti sulkemaan. (Kettunen 2009, 170–172.)

Projekti ei aina etene aiotulla tavalla. Ongelmia voi aiheuttaa esimerkiksi budjetista johtuva resurssien riittämättömyys tai liian pieni työryhmä. Muutoksia voi esiintyä myös toteutusympäristössä tai niiden taustalla voi olla yleinen taloustilanne. Myös projektin edetessä ilmenneet tulokset voivat johtaa toteutussuunnitelman muuttamiseen, varsinkin jos lopputulos ei ole ollut alusta asti selkeä. (Kettunen 2009, 162–164.) Työryhmän sisälläkin voi ilmetä erilaisia kriisi- tai konfliktitilanteita, joiden taustalla voi olla kommunikaatiovaikeuksia tai epäselvä tehtävänjako (Anttila 2001, 122–123). Ongelmista huolimatta projektit pyritään viemään päätökseen, vaikka lopputulos ei vastaisikaan suunnitelmaa (Kettunen 2009, 173).

2.3.4 Projektin päättäminen

Projektin lopussa tulokset kootaan ja esitellään. Tavoitteiden täyttymistä voidaan arvioida esimerkiksi testaamalla syntyneen ohjelmiston toimivuutta. Jos tavoitteet ovat täyttyneet, voidaan projekti hyväksyä suoriteksi. Tulosten vastaanottaja voi myös edellyttää projektin jatkamista, jos tuloksia pitää täydentää. (Anttila 2001, 171; Kettunen 2009, 181–183.)

Projektista laaditaan loppuraportti, josta ilmenee projektin taustat ja tavoitteet, projektin kulku sekä tulokset arvioineineen sekä johtopäätöksineen. Projektin kulkua kertovassa osuudessa kerrotaan käytetyistä menetelmistä sekä työryhmän toiminnasta. Loppuraportit luovutetaan toimeksiantajalle ja rahoittajalle selvityksenä tehdystä työstä ja käytetyistä resursseista. (Anttila 2001, 159–161.) Toimeksiantajaa varten saatetaan laatia myös muita dokumentteja kuten käyttö tai -asennusohjeita. Projektin dokumentointi hyödyttää myös työryhmää: tallennettuja havaintoja ja projektilla saavutettuja oppeja voidaan soveltaa tulevissa projekteissa. (Kettunen 2009, 183.)

Projektiin osallistuneiden henkilöiden kannalta on hyvä järjestää jonkinlainen päätöstilaisuus, jonka jälkeen voi siirtyä uusiin projekteihin. Yhdessä voidaan kerrata projektin vaiheita ja siihen liittyviä kokemuksia. Päättäjät voivat olla palaveri tai juhlavampi tilaisuus. (Anttila 2001, 172; Kettunen 2009, 184.)

3 TUNNE VALKOINEN -PROJEKTI

Tunne valkoinen on Mirva Juntusen kuratoima taidenäyttely, joka järjestettiin Kulttuuritalo Laaksolassa, Akaan Toijalassa 4.3.–3.4.2016. Näytellyssä oli esillä erilaisin tekniikoin toteutettuja teoksia yhdeltätoista harras-

telijataiteilijalta. Näyttelyn suunnittelu- ja toteutusprojekti käynnistyi syyskuussa 2015 ja siitä vastasi kolmihenkinen työryhmä.

Taidenäyttelyn, kuten muidenkin tapahtumien järjestämiseen liittyy tiettyjä työvaiheita. Ideointivaiheessa mietitään tavoitteita, kohderyhmää sekä järjestysajankohtaa ja -paikkaa. Ennakkoon on mietittävä myös tapahtuman sisältö ja miten se toteutetaan sekä millaisia kustannuksia tapahtumasta aiheutuu. (Vallo & Häyrinen 2014, 163–164.) Tapahtuman toteutus kiteytyy rakennusvaiheeseen, läpivientiin ja purkuvaiheeseen (Vallo & Häyrinen 2014, 168).

3.1 Projektin taustaa

Suoritin opintoihin liittyvän työharjoittelujakson Taitokeskus Lempäälässä heinä–lokakuussa 2015. Osana harjoittelua toimin apuopettajana Akaan Näpsä-käsityökoulussa työparinani taiteen perusopetuksen opettaja Mirva Juntunen. Harjoitteluuni kuului myös markkinointimateriaalien tuottamista, tapahtumansuunnittelua sekä näyttelynrakentamista Taitokeskus Lempäälän tapahtumiin.

Akaan Näpsän toimitilat sijaitsevat Laaksolassa yhdessä Mannerheimin Lastensuojeluliiton päiväkodin sekä Akaan kulttuuritoimiston kanssa. Juntunen kertoi ennen Näpsä-tuntien alkua 3.9.2015 Akaan silloisen kulttuurikoordinaattorin tarjonnan hänelle keväälle 2016 vapaaksi jäänyttä näyttelyaikaa Kulttuuritalo Laaksolassa. Kulttuurikoordinaattori tiesi Juntusen tekevän vapaa-ajallaan taidetta ja pitävän ajoittain myös näyttelyitä. Parhaillaan Juntusen töitä oli esillä Sääksmäen kirjastossa.

Laaksolan näyttelytila koostuu neljästä toisiinsa yhteydessä olevasta huoneesta. Näyttelyiden aikanakin tiloissa kuitenkin kokoontuu myös erilaisia harrastepiirejä, ja niitä voi vuokrata esimerkiksi kokouskäyttöön (Akaan Kaupunki 2016a). Näyttelytila on kokonaisuudessaan melko suuri, ja Juntunen oli todennut, ettei hänellä ehkä olisi tarpeeksi omia teoksia kattamaan koko tilaa. Kulttuurikoordinaattori oli ehdottanut, että Juntunen voisi halutessaan myös kuratoida näyttelyn. Juntunen innostui ajatuksesta ja he olivat vaihtaneet ajatuksia esimerkiksi apurahan hakemisesta näyttelyä varten.

3.2 Määrittelyvaihe käynnistyi suoraan ideasta

Kertoessaan näyttelymahdollisuudesta Juntunen oli alustavasti sopinut näyttelytilan varaamisesta, mutta lopullista päätöstä näyttelyn järjestämisestä hän ei ollut vielä tehnyt. Hänellä oli kuitenkin jo paljon ideoita näyttelyyn liittyen. Kuraattorin ominaisuudessa hän haluaisi koota näyttelyn, jossa olisi esillä hänen omia töitään, joiden rinnalle valittaisiin niiden kanssa vuoropuhelua käyviä teoksia. Lopputuloksen tulisi kuitenkin olla harmoninen. Teoksia näyttelyyn Juntunen aikoi kysyä taidetta tekeviltä ystäviltaan ja tuttaviltaan.

Näyttelytila olisi vapaana helmi- ja maaliskuun, joten Juntunen oli miettinyt teemaa näyttelyn ajankohdan pohjalta. Talven valkeus voitaisiin tuoda teoksilla sisään näyttelytilaan. Juntusen omien teosten värimaailma koostuu pitkälti valkoisen ja harmaan eri sävyistä. Osittain sisustushenkistenkin töiden materiaalit ovat pääasiassa käsintehtyä paperia sekä erilaisia kierrätysmateriaaleja. Teostensa värimaailman ja materiaalit sekä vanhan puutalon kotoisan tunnelman Juntunen mainitseekin ideoinnin tärkeimmiksi lähtökohdiksi (Juntunen, haastattelu 24.4.2016). Juntusen pohtiessa näyttelynjärjestämiseen liittyvää suurta työmäärää nousi esiin ajatus, että voisoin ryhtyä hänen assistenttikseen ja kenties toteuttaa markkinointimateriaalin, sillä Juntusella oli harjoittelun aikana tekemiä töiden perusteella jo käsitys siitä, mitä osaan tehdä.

Kerroin osallistuneeni muun muassa Pinkoen Huomiseen - kokeilevaa jalkineuotoilua Wetterhoffilta -näyttelyn toteuttamiseen Museokeskus Vapriikkiin. Näyttely toteutettiin Vapriikin pyynnöstä jalkineopiskelijoiden uotoiluprojektina kuusihenkisellä tiimillä, ja avajaiset olivat 21.2.2014. Pinkoen Huomiseen -näyttelyn markkinoinnin keskiössä oli näyttelyn Facebook-sivu, jolla julkaistiin lyhyet kuvaukset jokaisesta näyttelyyn osallistuvasta jalkinesuunnittelijasta. Näyttelyn sivu kerää edelleen uusia näyttökertoja, vaikka näyttely päättyi 22.2.2015. Samankaltaista sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa markkinointia olimme hyödyntäneet myös Hämeen ammattikorkeakoulun jalkine- ja vaatetusopiskelijoiden kolmannen vuosikurssin W15-muotinäytösprojektissa, jossa olin mukana. Facebook-tapahtumasivun lisäksi muotinäytökselle luotiin oma blogi sekä Instagram-tili. Toijala on pieni paikka, joten ajattelin näkyvyyden maksimoimisen olevan näyttelyn ja näyttelyyn osallistuvien taiteilijoiden kannalta hyvä lisä.

Näyttelyyn liittyvistä ideoista nousi esiin myös ajatus yhdistää jonkinlainen toiminnallinen tapahtuma tai tapahtumia näyttelyyn, sillä yhteisöllisyys ja käsillä tekeminen ovat Juntuselle tärkeitä asioita, ja hän haluaisi tarjota muillekin mahdollisuuden tehdä ja kokea taidetta lähemmin. Myös uusien ja ei-tyypillisten kohderyhmien houkuttelemisen taidenäyttelyyn synnytti ideoita. Idea perinteisestä gallerianäyttelystä alkoi kasvaa suuremmaksi kokonaisuudeksi, ja niin myös kahdelle henkilölle jakautuva työmäärä työn ja opintojen ohessa toteutettavaksi. Juntunen ehdotti, että kysyisimme työryhmään mukaan kulttuurintuottajaopiskelija Kaisa Pikkaraisen.

Päätimme, että Juntunen varaisi näyttelytilan ja kysyisi kulttuurikoordinaattorilta tilavuokrasta. Juntunen alkaisi myös selvittää, mistä voisimme hakea apurahaa näyttelyn toteuttamista varten, sillä varsinkin toiminnallisten taidepäivien järjestämisestä syntyisi ainakin materiaalikuluja, vaikka tapahtumat muuten järjestettäisiin vapaaehtoisvoimin. Näyttelyn suunnittelu- ja toteutusprojekti käynnistyi ja alustavana työnimenä projektille oli Juntusta inspiroineen sisustuskirjan nimestä poimittu Kuumaa valkoista.

3.3 Suunnittelu

Suunnitteluvaiheessa projektin työryhmän koko varmistui ja toteutusaikataulu laadittiin näyttelyn ehdoilla. Yksityishenkilöiden vapaaehtoisesti työn ja opintojen ohella toteuttama projekti sai myös virallisempia piirteitä erilaisten apurahojen hakemisen myötä. Myös näyttelyn oheistapahtumaan liittyvät ideat edellyttivät laajempaa perehtymistä jopa palkanmaksukäytänteisiin.

3.3.1 Projektin työryhmä ja tehtävänjako

Näyttelyn kuraattorista ja päätaiteilijasta Mirva Juntusesta tuli luontevasti myös projektipäällikkö. Suunnittelu ja toteutus tehtiin hänen ehdoillaan yhtenäisen kokonaisuuden säilyttämiseksi. Juntunen huolehti yhteistyökumppanien sekä rahoituksen etsinnästä sekä piti yhteyttä mukaan kutsutuihin taiteilijoihin. Juntunen kuvailee itseään projektin ideoijaksi ja aika-auluttajaksi (Juntunen, haastattelu 24.4.2016). Teosvalinta ja ripustuksen suunnittelu olivat hänen vastuullaan, ja hän valmisti näyttelyä varten myös uusia teoksia.

Kaisa Pikkarainen tuli Juntusen pyynnöstä projektiin mukaan 11.9.2015. Projekti sopi ajallisesti hänen kulttuurintuotannon opintoihinsa Humanistisessa ammattikorkeakoulussa. Pikkaraisen oli tehtävä markkinointisuunnitelma osana markkinoinnin opintojaksoa, joten hänen tehtäväkseen muodostui markkinointisuunnitelman laatiminen (Pikkarainen, haastattelu 18.4.2016). Pikkarainen laati myös näyttelyn lehdistötiedotteen sekä tapahtumailmoituksen.

Minun tehtävänimikkeekseni muodostui markkinointiassistentti. Vastuualueekseni projektissa sovittiin näyttelyn markkinointimateriaalin visuaalisen ilmeen suunnittelu ja tuottaminen tulostettavaan muotoon sekä sosiaaliseen mediaan. Tehtäväni oli myös laatia näyttelyyn osallistuvista taiteilijoista lyhyet esittelyt, sekä avustaa kuraattoria esimerkiksi teosvalinnassa ja ripustuksen suunnittelussa. Markkinointimateriaalin tuottamisen suoritin opintoihin liittyvänä työelämäprojektina, joten sain luettua näyttelyprojektista kertyvän markkinointiin ja graafiseen ilmaisuun liittyvän kokemuksen osaksi opintojani.

3.3.2 Alustava sisältö

Juntunen ja Pikkarainen laativat alkuideoiden pohjalta tarkemman suunnitelman, jonka työstämistä jatkoimme koko työryhmän voimin. Suunnitelman pohjana käytettiin Taiteen edistämiskeskuksen apurahahakemuslomaketta, mikä helpotti eri osa-alueiden huomioonottamista. Pian projektin käynnistämisen jälkeen ilmeni myös, että Laaksolan näyttelyajoissa oli tapahtunut päällekkäisvaraus, joka lyhensi näyttelyn kestoja puolella, joten varsinainen näyttelyaika olisi 4.3.–3.4.2016.

Juntunen ja Pikkarainen olivat miettineet, että apurahalla tai jonkinlaisella työllistämistuella voisi palkata näyttelylle valvojan, jolloin näyttelyn au-

kioloaikoja voisi laajentaa. Laaksolan vakituinen aukioloaika on rajallinen, kolmena arkipäivänä viikossa päiväsaikaan. Lyhyt aukioloaika ja näyttelyn toteuttaminen pienellä paikkakunnalla pitävät kävijämäärän minimissä, joten valvojan saaminen olisi näkyvyyden kannalta suuri etu.

Uudelle näyttelyajalle osui viisi viikonloppua, joina voisi järjestää Juntusen toivomia toiminnallisia taidepäiviä eri kohderyhmille. Esimerkiksi pääsiäisenä voisi järjestää uskonto- ja taideaiheisen taiteilijatapaamisen, jossa vieraana olisi hengellisistä lähtökohdista taidetta tekevä taiteilija. Lapsiperheille suunniteltaisiin pääsiäishenkinen askartelupaja ja paikallisen jooga- tai tanssiryhmän kanssa voisi tehdä poikkitaiteellista yhteistyötä. Ajattelimme myös epätyypillisempien kohderyhmien houkuttelua paikalle: ”Teetä, soppaa ja taidetta” -tapahtumaa markkinoitaisiin eläkeläisille, työttömille ja opiskelijoille.

3.3.3 Projektin nimeäminen

Projektit on tapana nimetä, varsinkin jos projektille haetaan rahoitusta. Nimen tulisi kuvastaa projektin sisältöä, mutta sen pitäisi olla myös lyhyt. (Anttila 2001, 62.) Näyttelyä suunniteltaessa näyttelyn nimi tuntui luontevalta nimeltä myös projektille. Näyttelyn virallista nimeä tarvitsimme jo suunnitteluvaiheessa apurahahakemuksiin sekä näyttelyn some-kanavien luomista varten.

Nimeäminen tapahtui Juntusen ja minun kahdenkeskisessä visuaaliseen ilmeeseen keskittyneessä palaverissa 14.10.2015. Nimen tuli liittyä näyttelyn teemaan, valkoiseen väriin. Ehdotin omena viittaavaa nimeä Kuulas valkoinen ja pyörittelimme sanaparin mahdollisuuksia. Juntunen ehdotti alustavissa ideoissa esiintynyttä sanaa rosoinen lisättäväksi nimeen. Mikään vaihtoehtoista ei tuntunut sopivalta, sillä nimen oli sovittava näyttelyyn teoksiin, eivätkä kaikki olisi rosoisia.

Kerroin Juntuselle Pinkoen Huomiseen -näyttelyn nimen taustasta. Pinkoa-sanalla on kaksi merkitystä: se voi viitata juoksemiseen ja sitä voidaan käyttää jalkinealan terminä kengän valmistusvaiheesta, jossa päällinen pingotetaan lestille ja kiinnitetään pinkopohjaan. Ajatus nimessä esiintyvistä sanaleikistä viehätti Juntusta ja päädyimme lopulta nimeen Tunne valkoinen, joka viittaisi niin sekatekniikoin toteutettujen teosten rosoisiin ja vaihteleviin tekstuureihin kuin teosten herättämiin ajatuksiin ja tunteisiin. Näyttely kertoisi hieman myös siitä, miten monimuotoinen väri monesti tylsäksikin tituleerattu valkoinen onkaan ja millaisia erilaisia symbolisia arvoja väriin liitetään. Näyttelyssä voisi tutustua valkoiseen. Tarkastimme vielä Internetistä, millaisia hakutuloksia ”tunne valkoinen” tuottaisi, sillä emme halunneet nimetä näyttelyä jo pidetyn näyttelyn kaimaksi.

3.3.4 Budjettisuunnitelma ja rahoituksen hakeminen

Taidepäivien sisältöjen lisäksi oli mietittävä työpajoista, tarjoiluista, markkinoinnista sekä taiteilijoille mahdollisesti maksettavista luennoitsi-

japalkkioista syntyviä kustannuksia. Juntunen selvitti verohallinnosta mahdollisten luentopalkkioiden maksamiseen liittyviä käytäntöjä ja keskusteli Akaan kehittämissuunnittelijan kanssa näyttelyn valvojan palkkaamisesta kuntouttavan työtoiminnan kautta.

Mielikuvituksellisetkaan ideat eivät toteudu pelkän ajatuksen voimalla, joten apurahan hakemista oli mietittävä. Juntunen ja Pikkarainen kartoittivat erilaisia taide- ja kulttuurialan apurahoja, ja tanssillisen taidetapahtuman järjestämiseen mietimme mahdollisuutta pyytää apurahaa joltain alueelliselta tanssin parissa toimivalta apurahan myöntäjältä. Lopulta työryhmä haki apurahaa Olvi-säätiöltä sekä Taiteen kehittämiskeskukselta.

Olvi-säätiö myöntää apurahoja muun muassa lasten ja vanhusten hyväksi tapahtuvaan toimintaan sekä kotiseututyöhön harkinnanvaraisesti kahdesti vuodessa (Olvi-säätiö 2016). Tunne valkoinen -näyttelyn maksuttomien oheistapahtumien kohderyhmänä olivat lapsiperheet, opiskelijat, työttömät ja eläkeläiset, ja tavoitteena oli aktivoida Akaan seudun kulttuurielämää. Juntusen aloitteesta haimme Olvi-säätiöltä rahoitusta oheistapahtumista aiheutuviin materiaali-, palkka ja markkinointikustannuksiin syksyn 2015 hakuaikana. Hakemus sai kuitenkin hylkäävän päätöksen joulukuun alussa.

Näyttelyn kustannuksiin sekä kuraattorin taiteelliseen työhön työryhmä haki Pirkanmaan kohdeapurahaa Taiteen edistämiskeskukselta, joka myöntää ammattitaiteilijoille, taidekriitikoille tai näistä koostuville ryhmille apurahoja yksittäisiin hankkeisiin, esimerkiksi näyttelykuluihin (Taiteen edistämiskeskus 2016). Apurahan hakuaika oli 1.10.–6.11.2015 ja hakemuksesta saimme kielteisen päätöksen helmikuussa 2016.

Budjettia mietimme sekä apurahan avulla että ilman apurahaa toteutettavan tapahtuman näkökulmasta. Ilman apurahaa budjetti koostuisi näyttelyyn osallistuvilta taiteilijoilta kerättävistä nimellisistä osallistumismaksuista, joilla katettaisiin avajaisiin ja kutsujen toimittamiseen liittyvät kulut. Ulkopuolisen rahoituksen puuttuessa mahdolliset taidepäivät järjestettäisiin vapaaehtoisvoimin, jos ollenkaan. Kunnianhimoinen, kokeellinen ja parhaimmillaan varsin laaja tapahtumakokonaisuus vaikutti taloudellisesti riskialttiilta, joten pyrimme tiedostamaan ja minimoimaan riskit heti alkumetreillä.

3.3.5 Projektin tarkoitus ja tavoitteet

Projektin tarkoituksena oli toteuttaa kuratoitu taidenäyttely Kulttuuritalo Laaksolaan, Toijalaan sekä näyttelyyn liittyviä oheistapahtumia. Oheistapahtumissa taiteilijat kertoisivat omasta työstään ja yleisöllä olisi mahdollisuus osallistua esimerkiksi teemaan sopivaan työpajaan. Juntusen oma taiteilijuus sekä työ käsityökoulun opettajana näkyisivät vahvasti loppukokonaisuudessa, joka oheistapahtuminen myötä olisi myös osallistava.

Näyttelyn kohderyhmänä olivat kaikki taiteesta kiinnostuneet henkilöt, mutta oheistapahtumien ja työpajojen avulla pyrittäisiin aktivoimaan myös

lapsiperheitä, työttömiä sekä eläkeläisiä taiteen pariin. Jos mahdollista, projektilla työllistettäisiin näyttelyn ajaksi näyttelynvalvoja.

Tavoitteet olivat laadulliset eikä taloudellista voittoa tavoiteltu. Projektilla pyrittiin tuomaan näkyvyyttä näyttelyyn osallistuville taiteilijoille, mutta myös Kulttuuritalo Laaksolalle, joka toimii ympärivuotisesti näyttelytilana. Tavoitteena oli toteuttaa ammattimainen ja kaikilta osin yhteneväinen kokonaisuus.

3.3.6 Toteutus suunnitelma

Projektin aikataulun takarajana oli näyttelyn avajaispäivä, 4.3.2016, jolloin lopputulos julkistettiin yleisölle. Toinen alustavaa aikataulua ja toteutus suunnitelman laatimista ohjaava ajankohta oli Juntusen joululoma viikoilla 52–53, jolloin hän aikoi tehdä teosvalinnat. Aikaa näyttelyn suunnitteluun ja valmisteluun jäi alkuideasta laskettuna puoli vuotta. Projekti toteutettiin työryhmän jäsenten henkilökohtaisten aikataulujen ehdoilla töiden ja opintojen ohessa, joten aikataulusuunnitelmaan kirjattiin vain työvaiheet pääpiirteittäin. Aikataulua ja sisältöä muutettaisiin projektin edessä rahoituksen ja oheistapahtumien järjestämisen varmistuttua.

Suunnittelu ja apurahahakemusten teko ajoittuivat syys–lokakuulle. Juntunen lähetti kutsut taiteilijoille heti projektin käynnistyttyä ja asetti teoshaun takarajaksi marraskuun lopun, jotta valinnoille jäisi riittävästi aikaa. Teoshaun aikataulu laadittiin alkuperäisen näyttelyajankohdan mukaiseksi, jolloin avajaiset olisivat olleet jo helmikuun alussa.

Sosiaalisen median kautta tapahtuvan markkinointikampanjan suunnittelu oli tarkoitus käynnistää marraskuussa projektin taustojen ja työryhmän esittelyllä. Taiteilijoista kertovat esittelyt laatisin teosvalintojen jälkeen tammikuussa ja niiden avulla aktivoitaisiin yleisöä ennen avajaisia. Teosvalintojen jälkeen suunnittelisin julisteet, kutsut ja muut tulostettavat markkinointimateriaalit käyttäen visuaalisen ilmeen pohjana näyttelyyn tulevia teoksia.

Näyttelyn avajaiset ajoittuivat Pirkanmaan alueen hiihtolomaviikolle ja näyttelyn pystyttämiseen varattiin koko viikko. Näyttelyn pystytyksestä päävastuu olisi Juntusella, mutta tarpeen ja mahdollisuuksien mukaan myös muut työryhmän jäsenet olisivat mukana rakentamisessa sekä avajaisilaisuuden valmistelussa. Näyttelyn purkaminen tapahtuisi viimeisenä aukiolopäivänä, 3.4.2016.

3.4 Markkinointi

Markkinoinnin merkitys tapahtuman järjestämisessä on suuri, joten sen suunnitteluun ja toteuttamiseen on panostettava. Kohderyhmä ja tavoitteet vaikuttavat markkinointimenetelmän valintaan. Medianäkyvyyttä tavoiteltaessa lehdistötiedotteen laatiminen on tyypillisin keino. Nykyään myös sosiaalisen median kanavilla on roolinsa, erityisesti nuorille suunnatussa markkinoinnissa. (Vallo & Häyrynen 2014, 58–59.) Sosiaalisen median

kanavien seuranta on aktiivista ja tavoittaa laajan yleisön, sen avulla voidaan aktivoida myös yleisöä osallistumaan markkinointiin esimerkiksi kilpailujen varjolla (Vallo & Häyrinen 2014, 86–88). Sosiaalisen median tehokkuus perinteiseen mediaan nähden piileekin juuri vuorovaikutteisuuksessa. Sosiaalisen median kautta on mahdollista luoda kestävämpi suhde asiakkaaseen, ja asiakas saa mahdollisuuden jakaa mielipiteitään ja kokemuksiaan myös muille potentiaalisille asiakkaille. (Safko 2010, 5–6.)

Tunne valkoinen -projektissa markkinoinnin tavoitteena oli houkutella näyttelyyn kävijöitä, mutta samalla myös lisätä näyttelyssä mukana olleiden taiteilijoiden sekä Kulttuuritalo Laaksolan näkyvyyttä. Sosiaalisen median avulla pyrittiin tavoittamaan sellaistakin yleisöä, joka ei välttämättä pääsisi katsomaan näyttelyä esimerkiksi rajallisen aukiolon tai sijainnin vuoksi. Näyttelyn blogi jää pysyväksi dokumentiksi näyttelystä, ja palvellee jatkossakin esimerkiksi näyttelyssä mukana olleista taiteilijoista kiinnostuneita henkilöitä.

Kaisa Pikkarainen laati näyttelylle markkinointisuunnitelman työryhmän yhteisten ideoiden pohjalta. Suunnitelmaa varten hän teki myös taustatutkimusta näyttelyn järjestämipaikkakunnasta, Akaasta ja Akaan kulttuurielämästä. Suunnitelmassa selvitettiin myös vallitsevaa kilpailutilannetta, joka saattaisi vaikuttaa kävijämäärään. Markkinoinnin, kuten projektin muidenkin osa-alueiden suunnittelussa huomioitiin näyttelyn niukka budjetti, joka ilman apurahaa koostui taiteilijoilta kerätyistä pienistä osallistumismaksuista.

Näyttelyn markkinointi toteutettiin suunnitelman mukaisesti: pääpaino oli sosiaalisessa mediassa ja näyttelyn julisteita ja kutsuja jaettiin sekä tulos-tetussa että sähköisessä muodossa. Akaan kulttuuritoimi osallistui myös markkinointiin julkaisemalla näyttelyn julisteen verkkosivuillaan. Pikkaraisen laatimat lehdistö- ja tapahtumatiedotteet välitettiin alueellisille lehdille ja -radiokanaville.

3.4.1 Visuaalinen ilme

Tapahtuman visuaalisen ilmeen tulee toistua myös markkinoinnissa (Vallo & Häyrinen 2014, 58). Yhtenevän ilmeen toteuttaminen oli osa tavoitetta tehdä Tunne valkoinen -näyttelyprojektista ammattimainen ja kokonaisuus. Omannäköisellä markkinoinnilla pyrittiin myös erottumaan Kulttuuritalo Laaksolan muista tapahtumista, ja lisäämään näkyvyyttä myös siten. Visuaalisen ilmeen suunnittelu käynnistyi Juntusen toiveiden sekä näyttelylle päätetyn teeman pohjalta. Juntunen kertoi itselleen mieluisista kirjaintyypeistä sekä antoi luvan käyttää omia teoksiaan markkinointimateriaalin kuvituksena.

Markkinointimateriaalissa käytettäväksi fontiksi valikoitui perinteinen kirjoituskoneella kirjoitettua tekstiä muistuttava fontti, jota käytettiin mahdollisuuksien mukaan myös blogissa. Juntusen teos Tunne sopi näyttelyn nimeen ja teemaan hyvin ja se valittiin Facebook-tapahtumasivun alustavaksi otsikkokuvaksi. Teoksessa olkia sisältävän käsintehtyn paperin päälle on kiinnitetty sana "tunne". (Kuva 3)



Kuva 3. Mirva Juntunen: Tunne

Tunne-teoksesta tuli lopulta myös näyttelyn julisteen pohja. Näyttelyn nimen sanaleikki toistui myös julisteen taustan rosoisessa tekstuurikuviossa, joka viestitti, että näyttelyssä olisi esillä muutakin kuin maalaustaidetta. Näyttelyn teemaan nojaten visuaalisen ilmeessä toistuivat tekstuuripinnat sekä valkoinen ja vaaleanharmaa väri.

3.4.2 Juliste, kutsut ja näyttelyesitteet

Tunne valkoinen -näyttelyn markkinoinnissa haluttiin noudattaa taidenäyttelyn markkinoinnissa tyypillisesti käytettäviä elementtejä, julistetta (Kuva 4) ja kutsuja (Kuva 5). Näyttelyvieraita varten näyttelytilaan laadittiin myös esite, jossa oli koottuna esittelyt taiteilijoista sekä teoslistat myyntihintoineen. Materiaaleissa pyrittiin ammattimaisuuteen sekä tarkoituksenmukaisuuteen niin ulkoasun kuin sisällönkin osalta. Julisteen ja kutsun kevyempään muotoon tallennettuja versioita käytettiin myös sähköisessä markkinoinnissa.



Kuva 4. Tunne valkoinen -näyttelyn juliste



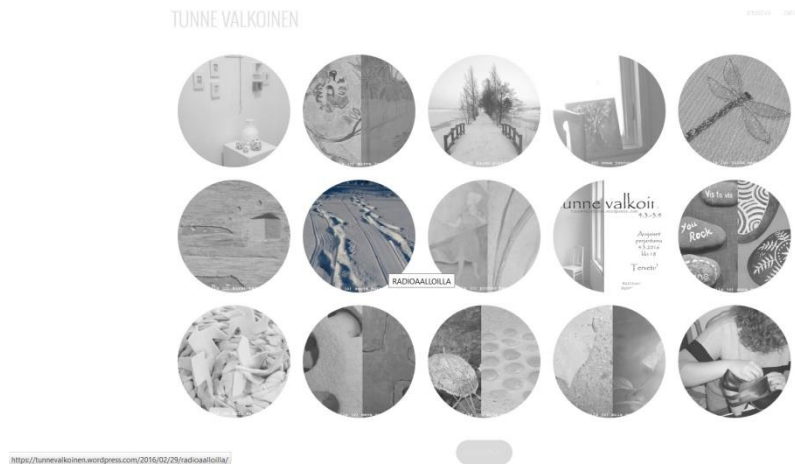
Kuva 5. Tunne valkoinen -näyttelyn kutsu

Näyttelyn markkinointimateriaali tulostettiin Kulttuuritoimiston monitoimilaitteella, vaikka suunnitteluvaiheessa harkittiin myös mahdollisuutta niiden tilaamisesta painotalosta. Teetettävistä printtituotteista Juntusella oli kuitenkin hauskoja ideoita, esimerkiksi näyttelyn teoksista koostuva tarra-arkki tai näyttelyn teemaan sopivaksi räätälöidyt taidenäyttelyille tyypilliset teosten viereen kiinnitettävät ”varattu” ja ”myyty” -merkit. Lisätuotteet ja painotalojen kilpailutus olisivat tulleet kyseeseen, jos näyttelylle olisi myönnetty apuraha. Itse tulostaessa tulosten laatuun panostettiin suunnittelulla sekä vahvemalla paperilaadulla.

3.4.3 Blogi

Näyttelyn markkinointia ja digitaalista dokumentointia varten päätettiin perustaa blogi. Blogi luotiin WordPress-blogialustalle, joka oli Juntuselle ennestään tuttu. WordPress on avoimeen lähdekoodiin pohjautuva blogipalvelu, jolla on miljoonia käyttäjiä. Palvelusta on valittavana ilmainen sekä maksullisia versioita, joiden ominaisuudet ja tallennustilan määrä vaihtelevat. WordPress-blogi on muokattavissa käyttäjän tarpeiden mukaisesti ja siihen voi yhdistää myös ulkopuolisten yritysten palveluita. Blogin ulkoasu voi halutessaan valita myös palvelun tarjoamista valmiista pohjista. (Safko 2010, 494–495.)

Tunne valkoinen -blogi (tunnevalkoinen.wordpress.com) luotiin lokakuun lopussa 2015 käyttäen WordPressin ilmaisversiota. Blogin ulkoasu muokattiin valmiiseen blogipohjaan, jonka värimaailman sekä fontit valittiin näyttelyn visuaalista ilmettä tukeviksi (Kuva 6). Blogin etusivulle lisättiin linkki erilliselle info-sivulle, jonne laadittiin näyttelyn kuvaus suomeksi ja englanniksi.



Kuva 6. Tunne valkoinen -blogin etusivunäkymä

Blogin päivittäminen alkoi alustavasta aikataulusta poiketen vasta joulukuun lopulla. Ensimmäisissä päivityksissä esiteltiin näyttelytila sekä projektin taustaa. Blogiin lisättiin myös esittelytekstit projektiryhmästä sekä näyttelyyn osallistuneista taiteilijoista. Taiteilijaesittelyiden julkaiseminen aloitettiin helmikuun alussa kahden taiteilijan viikkovauhdilla. Näyttelyn markkinointia pyrittiin lisäämään näyttelyajankohdan lähestyessä, yleisön aktivoimiseksi. Blogin osoite mainittiin näyttelyn printtimateriaalissa, ja blogissa julkaistut päivitykset jaettiin näyttelyn Facebook-tapahtumasivulle, jotta tapahtumaa seuraavat ihmiset löytäisivät sen.

3.4.4 Facebook

Facebookia käyttävät yksityishenkilöiden lisäksi myös yritykset ja yhteisöt. Palvelun kautta voi lähettää yksityis- ja ryhmäviestejä sekä jakaa monenlaista sisältöä, kuten kuvia ja videoita. Yritykset käyttävät palvelua erityisesti markkinointikanavana, mutta se soveltuu myös esimerkiksi opiskeluryhmien sisäiseen yhteydenpitoon. Erityisen suosittua varsinkin yli 30-vuotiaiden käyttäjien keskuudessa on palvelun käyttäminen tapahtumien järjestämisen ja markkinoinnin apuvälineenä. (Safko 2010, 449–450.)

Tunne valkoinen -näyttelyn päätiedotuskanavana toimi näyttelyn Facebook-tapahtumasivu (Kuva 7), jonka kautta oli mahdollista seurata myös näyttelystä kiinnostuneiden henkilöiden määrää sekä jakaa kutsuja. Tapahtumasivun ylläpitoa varten työryhmä sai käyttöoikeudet Kulttuuritalo Laaksolan Facebook-sivulle, jonka yhteyteen tapahtuma luotiin. Tiedottamalla näyttelystä Kulttuuritalo Laaksolan nimissä pyrittiin myös aktivoimaan Laaksolan Facebook-sivua ja tavoittamaan sitä seuraavia henkilöitä.



Kuva 7. Tunne valkoinen -tapahtumasivu

Facebookiin lisättiin näyttelyn kuvaus, ajankohta sekä tapahtumapaikan yhteystiedot. Sivulle päivitettiin tieto blogiin lisätyistä sisällöistä, sekä tiedotettiin esimerkiksi avajaisista ja mahdollisuudesta kuunnella radiosta kuraattorin mainospuhetta. Näyttelyn päätyttyä sivulle päivitettiin kiitossanat osana jälkimarkkinointia.

3.5 Näyttelyn rakentaminen

Aikataulusuunnitelman mukaisesti näyttelytilan valmistelevat työt sekä ripustusjärjestyksen suunnitteleminen aloitettiin avajaisviikon alussa. Alkuvaiheesta vastasi Juntunen, joka pyysi valmisteluihin apua myös perheeltään. Projektin kiireisimmän ja henkilöresursseja eniten vievän vaiheen toteuttamisessa kolmihenkinen työryhmä olisi ollut liian pieni, joten vapaaehtoistyövoiman käyttäminen tässä vaiheessa oli välttämätöntä.

Näyttelytila oli edeltävän näyttelyn jäljiltä tyhjillään, joten Tunne valkoinen -näyttelyn työt ja pystytystarvikkeet voitiin levittää ja jakaa työvaiheita useammalle päivälle. Kulttuuritalo Laaksolassa kokoontuvat harrasteryhmät otettiin huomioon työskentelemällä niiden aikana muissa huoneissa. Laaksolan seinät ovat valkoiset, eikä niitä tarvinnut maalata näyttelyä varten. Näyttelyrakennusrekvisiittana Laaksolassa on erilaisia korokkeita ja pylväitä, joiden kunto ei ollut paras mahdollinen. Pylväiden maalaaminen hyödyttää näyttelyjärjestäjiä jatkossakin, joten Juntunen maalasi ne kulttuuritoimen ostamalla maalilla.

Osallistuin pystytystyöhön keskiviikosta 2.3.2016 alkaen. Keskiviikkona myös Kaisa Pikkarainen oli paikalla ja mietimme työryhmän kesken töiden ripustusjärjestystä. Teoshaun kautta tulleita sekä Juntusen omia töitä oli runsaasti ja Juntunen suoritti lopullisen kuratoimisen ripustusta suunnitellensa. Näyttelytilan keskimäinen sali on pelkästään näyttelykäytös-

sä, joten sinne keskitettiin myös näyttelyn pääpaino. Tilan pitkälle seinälle Juntunen toivoi kollaasimaista ripustusta, josta hän oli saanut inspiraatiota aiemmin syksyllä. Seinän keskelle hän valitsi suuren Puu-teoksensa, ja se määritteli myös seinän muiden töiden valintaa. Näyttelyn kokonaisulkoasuakin pyrittiin yhtenäiseen ja Juntusen näköiseen kokonaisuuteen, joten jaoin mukaan valitut teokset huoneittain toisiinsa sopiviksi. (Kuva 8)



Kuva 8. Näyttelyn pystyttäminen

Näyttelyn pystyttäminen jatkui torstaina 3.3.2016, jolloin projektiryhmästä paikalla olin vain minä ja projektipäällikkö. Pystytysavuksi saimme kuitenkin Juntusen tyttären sekä Mia Godwinin, joka oli myös yksi näyttelyn taiteilijoista. Pääsalin ripustuksen suunnitteleminen jäi minun vastuulleni ja Juntunen hyväksyi lopullisen ripustuksen (Kuva 9). Muutama puuttuva teos saatiin paikalle vasta avajaispäivänä, mutta lopullinen ripustus oli harmoninen ja sisustuksellinen. (Kuva 10)



Kuva 9. Pääsalin ripustus



Kuva 10. Harmoninen ja sisustuksellinen näyttely

Pystytysvaiheessa välttyttiin suuremmilta ongelmilta. Ainoastaan ripustus- tekniset kysymykset aiheuttivat muutoksia suunnitelmiin, kun osa ripustusvaijereista ei ollut yhteensopivia näyttelytilan kiskojen kanssa. Painavan seinäreliefin kohdalla oli tehtävä radikaalimpi ratkaisu: se pystytettiin leveälle korokkeelle seinää vasten nojaamaan, sillä emme saaneet sitä tarpeeksi turvallisesti ripustettua. Ripustuskiinnikkeiden pettäessä olisi ollut vaarana sekä teoksen rikkoutuminen että ohikulkijan vahingoittuminen.

Teoslistan laatiminen sujui luontevimmin ripustusjärjestyksen selvittyä, kun lopullinen teosmäärä varmistui. Markkinointiassistenttina vastasin myös nimikylttien kirjoittamisesta ja kokosin näyttelyvieraita varten taiteilijaesittelyt, joiden yhteydessä oli myös lista kunkin teoksista myyntihintoihin sekä taiteilijan yhteystiedot. Näyttelytilan esitteissäkin toistin markkinointimateriaalin fonttiteemaa.

3.6 Avajaiset - eli projektin päättäminen

Tapahtumapäivien karsiuduttua näyttelyprojektin ulkopuolelle projektin päätöspäiväksi muotoutui näyttelyn avajaiset. Avajaisissa projektissa tavoiteltu lopputulos julkistettiin yleisön arvioitavaksi ja tilaisuus tarjosi projektissa mukana olleille henkilöille mahdollisuuden kertoa projektiin liittyviä ajatuksiaan. Avajaisiin kutsuttiin kaikki näyttelyssä mukana olleet taiteilijat sekä Akaan kulttuuritoimen edustajia. Kutsu oli myös yleisölle avoin, ja tilaisuutta markkinoitiin näyttelyn blogissa ja tapahtumasivulla.

Avajaistilaisuutta suunnitellessa projektiryhmän huomio kohdentui tarjoiluun. Tarjoilun, kuten sisällön ja esiintyjänkin, on sovittava tilaisuuden luonteeseen sekä teemaan, ja sitä suunniteltaessa on huomioitava myös osallistujamäärä. (Vallo & Häyrinen 2014, 155–156, 208.) Avajaistarjoilu toteutettiin pienen budjetin vuoksi itse. Juntunen vastasi tarjoilusta ja sen esillepanosta. Näyttelytilan somistuksena oli Juntusen ja Pikkaraisen tuomia kynttilöitä sekä valkoisia tulppaneja ja ruusuja. Näyttelyn valkoinen väriteema toistui myös tarjoilussa: vieraiden naposteltavana oli vaahtokarkkeja ja popcornia. Avajaismaljana tarjolla oli alkoholitonta seljankukkaboolia. Iltapainotteisen ja lyhytkestoisen tilaisuuden pääsisältö oli näyttelyyn tutustuminen, joten tarjoilukin oli helposti seisten nautittavaa.



Kuva 11. Näyttelyn avajaisissa oli myös elävää musiikkia

Yleisölle avoimen päätilaisuuden ohjelmana projektipäällikkö kertoi näyttelyprojektin taustoista ja vaiheista esitellen samalla myös projektitiimin. Avajaisissa paikalla olleet taiteilijat saivat myös puheenvuoron teoksista kertomiseen. Taiteilijoille jaettiin työryhmän puolesta myös ruusut kiitoksena näyttelyyn osallistumisesta. Avajaisohjelman kruunasi muusikko Hanna Ruuskasen esittämä laulu, jonka hän oli valinnut näyttelyn teeman sopivaksi. Tilaisuudessa yleisöllä oli aikaa myös kiertää tutustumassa teoksiin ja vaihtaa mielipiteitä. (Kuva 11)

Päätilaisuuden jälkeen avajaisia jatkettiin yksityistilaisuutena, jossa projektiryhmän lisäksi paikalla oli näyttelyn taiteilijoita. Tilaisuudessa Juntunen kertoi näyttelyn saamasta kiitoksesta ja positiivisesta palautteesta, ja projektiryhmälle tarjoutui mahdollisuus luoda kontaktiverkkoa taitelijoihin ja suunnitella uusia yhteisprojekteja.

3.6.1 Jälkimarkkinointi

Jälkimarkkinoinnilla tarkoitetaan tapahtumanjälkeistä markkinoinnin vaihetta, jossa kootaan palautetta ja saadusta palautteesta tiedotetaan suunnittelussa ja toteutuksessa olleille tahoille. Osana jälkimarkkinointia osallistuneille lähetetään esimerkiksi kiitoskirje tai lahja. (Vallo & Häyrinen 2014, 185–186.)

Tunne valkoinen -näyttelyn jälkimarkkinointina laadin Pikkaraisen kanssa näyttelyn Facebook-tapahtumasivulla sekä blogissa näyttelyn purkamisen jälkeen julkaistut kiitossanat, jotka kohdistettiin taiteilijoille, yhteistyötaidoille sekä yleisölle. Samalla kerrottiin osan teoksista tulleen myydyksi ja näyttelyn saaneen positiivista palautetta.

Näyttelyn blogi jää näyttelyn päätyttyäkin kertomaan näyttelystä ja sitä toteuttamasta olleista taiteilijoista ja työryhmästä. Blogiin on suunniteltu toteutettavan vielä valokuvista muodostuva virtuaalinen kierros, jonka avulla myös ne, jotka eivät näyttelyaikana ehtineet paikalle voivat halutessaan tutustua teoksiin.

3.7 Aikataulun ja budjetin toteutuminen

Tunne valkoinen -projekti kesti ideointivaiheesta näyttelyn purkamispäivään noin seitsemän kuukautta. Aikataulu pyrittiin mitoittamaan niin, että ennakkovalmisteluille ja tapahtumansuunnittelulle jäisi riittävästi aikaa. Myös ennakkomarkkinointi toteutettiin pidemmälle aikavälille jaettuna, jotta sillä tavoitettiin mahdollisimman suuri yleisö. Ennakkoon tiedossa ollut näyttelyn kesto toimi hyvänä kannustimena ja teki aikatauluttamisesta konkreettisempaa. Lopputulokseen alkuvaiheessa selvinnyt näyttelyajan lyhentyminen ei vaikuttanut.

Projektiryhmä suunnitteli ja valmisteli näyttelyä omalla ajallaan muiden töiden ohessa, ilman varahenkilöstöä. Työ- ja opiskelukiireet sekä sairastumiset näkyivät projektin etenemisvauhdissa, mutta pitkä valmistelu-aika toi toteutukseen joustavuutta. Projektin aikana myös projektiryhmästä riippumattomat seikat vaikuttivat suunnitelmiin ja toteutusjärjestykseen. Projektin sisällön ja lopputuloksen kannalta merkittävin vaikutus oli apurahahakemuksista saadut kielteiset päätökset, joiden vuoksi näyttelyn ohessa ei järjestetty erillisiä taidepäiviä tai osallistavaa toimintaa. Ulkopuolisen rahoituksen puuttumiseen projektiryhmä varautui jo suunnittelu-vaiheessa keskittyen taidenäyttelyosuuden valmisteleamiseen. Ensimmäisen hylkäävän päätöksen tultua joulukuun alussa työryhmä sopi taidepäivien rajaamisesta projektin ulkopuolelle.

Projektin etenemiseen vaikuttivat henkilöstö- ja toimintamuutokset Akaan kulttuuritoimessa. Näyttelytilaa alunperin tarjonneen ja yhteyshenkilönä toimineen kulttuurikoordinaattorin työsuhte päättyi joulukuun alussa ja kulttuuritoimisto suljettiin toistaiseksi (Akaan kaupunki 2016b). Projektipäällikkö sai tiedon tilanteesta kaksi viikkoa aikaisemmin, ja projektin jatkuminen oli epävarmaa. Selkeimmin tieto vaikutti näyttelyjulisteita ja kutsuja koskeneeseen tulostussopimukseen, sillä tiedossa ei ollut, jääkö monitoimilaite Laaksolaan. Tilanteen vuoksi juliste suunniteltiin tammikuun sijasta jo marraskuun lopussa. Tulostusmahdollisuus säilyi kuitenkin Laaksolassa, ja markkinointimateriaali tulostettiin tammikuun viimeisellä viikolla näyttelyn virallisten aukioloaikojen varmistuttua. Toinen epävarmuustekijä oli Tunne valkoinen -näyttelyn tilapäinen häviäminen Kulttuuritalo Laaksolan varausjärjestelmästä. Kyseessä oli ilmeisesti tekninen häiriö, ja varaus saatiin palautettua järjestelmään.

Taiteilijahakua jatkettiin vielä marraskuun jälkeen ja Juntunen teki lopulliset teosvalinnat vasta ripustusvaiheessa. Taiteilijoiden ja teosten myöhempi varmistuminen näkyi markkinointimateriaalissa ja taiteilijaesittelyiden julkaisuajankohdassa. Julisteen kuvituksena käytetty Juntusen vanhempi teos oli kuitenkin myös näyttelyssä esillä, ja taiteilijaesittelyiden julkaiseminen tiiviissä tahdissa helmikuussa aktivoi näyttelyn markkinointikanavia juuri ennen avajaisia.

3.7.1 Budjetti

Näyttelyprojektin ydin, kuratoidun taidenäyttelyn järjestäminen, oli toteutuskelpoinen pienelläkin budjetilla. Työryhmän henkilökohtaisiin tavoit-

teisiin saada kokemusta tapahtuman järjestämisestä, apurahan hakemisesta, markkinoinnista ja yhtenäisen näyttelyn kuratoimisesta ja kokoamisesta se oli riittävä myös lopputulos. Saimme näyttelytilan veloituksetta käyttöömmek, sillä toive taidenäyttelystä tuli Akaan kulttuuritoimelta, ja näyttelyllä kerättiin näkyvyyttä Laaksolalle. Säästyimme myös painokustannuksilta, sillä julisteiden, kutsujen ja muun markkinointimateriaalin tulostamiseen saimme käyttää Kulttuuritoimiston monitoimikonetta. Taiteilijoilta kerätyillä osallistumismaksuilla katettiin avajaiskulut ja projektiryhmän jäsenet vastasivat matka- ja muista kuluistaan itse.

3.8 Tavoitteiden toteutuminen

Tunne valkoinen -projektin tuloksena syntyi taidenäyttely, jossa oli esillä erilaisin tekniikoin toteutettuja taideteoksia kahdeltatoista taiteilijalta. Näyttelyn avulla tavoiteltiin näkyvyyttä sekä näyttelyyn osallistuneille taiteilijoille että näyttelyn järjestämispaikalle, Kulttuuritalo Laaksolalle. Markkinoinnilla tavoiteltiin näkyvyyttä myös itse näyttelylle, joka toimi työnäytteenä projektiryhmän tapahtuman- ja näyttelyn suunnittelutaidosta.

Näyttelyn avajaisiin osallistui noin neljäkymmentä henkeä. Paikalla oli Akaan taide- ja kulttuurielämässä vaikuttavia henkilöitä kuten Akaan vuositaisen Näkymä-ympäristötaidetahtuman vuoden 2015 vastaava tuottaja. Myös Akaan Seudun päätoimittaja kävi tutustumassa näyttelyyn. Avajaisten jälkeen näyttelyssä mukana ollut taiteilija Aija Narvi julkaisi kotisivujensa blogissa lyhyen päivityksen ja kuvia Tunne valkoinen -näyttelyn avajaisista (Narvi 2016).

Näyttelyn tapahtumatiedote julkaistiin sekä Aamulehden Menoinfisivulla, että koko Suomen tapahtumat kattavan Tapahtumainfon kalenterissa (Aamulehti 2016; Tapahtumainfo 2016). Akaan Seutu julkaisi lehdistötiedotteen verkkosivuillaan sekä painetussa lehdessä (Akaan Seutu 2016; Liite 1). Lehdistötiedote julkaistiin myös Akaan kaupungin verkkosivuilla (Akaan kaupunki 2016c).

Pikkaraisen lähettämän lehdistötiedotteen ansiosta myös Kanta-Hämeen, Pirkanmaan ja Satakunnan alueella kuuluvan Radio SUNin toimittaja haastatteli Juntusta Tunne valkoinen -näyttelyyn liittyen, ja haastattelu toistettiin muiden tapahtumatiedotteiden yhteydessä 2.3.2016 yhteensä kolme kertaa.

3.8.1 Some-näkyvyys

Näyttelystä tiedottaminen keskittyi sosiaaliseen mediaan, blogiin sekä tapahtumasivuun. Sosiaalisen median kanavat perustettiin 25.10.2015 ja niiden päivittäminen käynnistyi joulukuun lopussa, tihentyen näyttelyn avajaisia kohden. WordPress-blogipohjan ja Facebookin ominaisuuksiin kuuluu kävijätilastojen tallentuminen, ja käyttöoikeuden haltijalla on mahdollisuus tarkastella niitä.

Tarkistin näyttelyn some-kanavien kävijätiedot 25.2.2016 sekä 13.4.2016. Kulttuuritalo Laaksolan saavuttamaa näkyvyyttä tarkastellakseni tarkistin myös Kulttuuritalo Laaksolan Facebook-sivun kävijätalostokäyriä aikaväliltä 14.4.2015–14.4.2016. (Liite 2.) Blogin katselukertojen määrä viimeisimmällä tarkistuskerralla oli 1993, Facebook-tapahtumasivulla oli vierailut 138 henkilöä ja tapahtumasivun linkin oli nähnyt yhteensä 753 henkeä. Kulttuuritalo Laaksolan sivusta tykänneiden määrä nousi Tunne valkoinen -tapahtumasivun luomisen ja viimeisen tarkastuskerran välillä 152 tykkääjästä 203 tykkääjään. Laaksolan julkaisujen kattavuudessa, eli saavutetussa näkyvyydessä, oli myös havaittavissa selkeä nousu Tunne valkoinen -tapahtumasivun päivitysaikana.

4 TUNNE VALKOINEN -PROJEKTIRYHMÄN KOKEMUKSIA

Tunne valkoinen -projekti oli vahvasti ryhmätyökeskeinen, ja sen sisältö ja toteutustapa olivat lähtöisin projektiryhmän toiveista ja osaamisesta. Työryhmän jäsenet asuvat kaikki eri paikkakunnilla, joten projektin aikana emme juurikaan tavanneet kasvokkain. Tapasin Juntusen ideointivaiheen jälkeen Työelämäprojekti-kurssin sopimusta kirjoittaessani, jolloin myös pidimme palaverin visuaalisesta ilmeestä ja some-kampanjasta. Pikkaraisen tapasin vasta näyttelyrakennusviikolla.

Projektiryhmällä oli selkeä tehtävänjako, ja toteutus sisälsi itsenäisiä työvaiheita, joiden suunnitteluun ja lopputuloksista tehtävään päätöksiin koko ryhmä osallistui kuitenkin yhdessä. Yhteydenpitoon ja tiedonjakoon hyödynsimme nykyteknologiaa, joka mahdollisti tiedonkulun ja ajatustenvaihtamisen reaaliajassa.

Ryhmätyönä toteutettuun projektiin osallistui kolme henkilöä, joten projektin kulusta ja onnistumisesta muodostui myös kolme erillistä näkökulmaa. Vastatakseni opinnäytetyön pääkysymykseen "Millainen oli Tunne valkoinen -projekti?" ja alakysymykseen "Millaista ryhmätyöskentely Tunne valkoinen -projektissa oli?" haastattelin projektin päällikköä Mirva Juntusta sekä markkinointisuunnitelman ja lehdistötiedotteet laatinnutta Kaisa Pikkaraista. Yhtenäisen kuvan muodostaakseni vertasin haastatteluilta kerättyä tietoa keskenään ja sitä peilasin omiin kokemuksiini projektista.

4.1 Haastattelu tiedonkeräysmenetelmänä

Valitsin haastattelun tiedonkeruumenetelmäksi hankkiessani tietoa Tunne valkoinen -projektiryhmän muiden jäsenten kokemuksista. Keräämäni tieto oli kvalitatiivista, eli laadullista. Tällaista kokemuksista ja henkilökohtaisista mielipiteistä koostuva tietoa on vaikea ennakoida, joten koin haastattelun antavan tarkempaa tietoa kuin kyselyn. Tunsin myös haastateltavani projektin kautta ja minun oli mahdollista laatia kysymykset heille sopiviksi. Haastatteluilta halusin myös syventää projektista keräämääni, omaan havainnointiin pohjautunutta tietoa. (Hirsjärvi & Remes & Saja-vaara 2001, 191–192.)

Haastattelutyypiksi valitsin strukturoidun eli lomakehaastattelun, sillä halusin saada vastauksia tiettyihin kysymyksiin. Ennakkoon laaditut kysymykset sopivat myös haastattelun toteutusmuotoon: lähetin kysymykset sähköpostilla haastateltaville. Tarjosin myös mahdollisuutta vastata kysymyksiin puhelimesta tai kasvokkain, jolloin myös täydentävien kysymysten tekeminen olisi helpompaa. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2001, 192, 195.)

Kysymyksillä selvitin Juntusen ja Pikkaraisen aiempaa koulutus- ja työhistoriaa, ja olivatko he hyödyntäneet näitä taitoja Tunne valkoinen -projektissa tai oppineet uutta. Kysyin myös heidän aiemmasta projektityökokemuksestaan, ja miten he vertaisivat sitä tähän projektiin. Projektin osalta keräsin tietoa Pikkaraisen ja Juntusen henkilökohtaisten tavoitteiden toteutumisesta sekä miten projekti oli heidän mielestään sujunut, ja millaiseksi he kokivat työryhmän yhteistyön kommunikaation ja tehtävänjaon osalta. (Liite 3.)

4.2 Mirva Juntunen

Tunne valkoinen -projektin projektipäällikköä, näyttelyn kuratoinnutta Mirva Juntusta haastattelin 24.4.2016 puhelimitse. Haastattelukysymykset olin toimittanut sähköpostilla ennakkoon, joten Juntunen oli ehtinyt pohtia vastauksia. Haastattelun aikana kysyin Juntuselta myös, millaiseksi hän koki työryhmän vetäjän roolin, ja varmistin myös hänen näkemyksensä projektin asiakkaasta. Nauhoitin puhelun ja kirjasin vastaukset ylös jälkikäteen, sanasta sanaan puhelun mukaisesti. Juntunen pyysi haastattelun lopuksi, että lähettäisin kirjoitetun version hänelle vielä tarkistettavaksi, jotta hän voisi tarvittaessa tarkentaa vastauksia puhelun aikana unohtuneilla asioilla.

4.2.1 Aiemman osaamisen hyödyntäminen projektissa

Mirva Juntunen on käsityötaiteen perusopetuksen opettaja ja hän kuvailee itseään käsityöläiseksi ja taiteilijaksi. Koulutustaustaltaan hän on AMK arteniimi ja puuseppä.

Juntunen kertoo hyödyntäneensä aikaisempaa osaamistaan laajasti Tunne valkoinen -projektin hallinnassa, aikatauluttamisessa sekä ideoinnissa. Puuseppän koulutuksesta hän kertoo olleen hyötyä sekä näyttelyssä esillä olleiden teosten tekemisessä että näyttelyn rakennusvaiheessa. Avajaistarjoilun suunnittelemisessa hän oli päässyt soveltamaan kotitalouskoulussa yläasteen jälkeen saamiaan oppeja. (Juntunen, haastattelu 24.4.2016.)

4.2.2 Rooli Tunne valkoinen -projektissa

Juntunen toimi projektin projektipäällikkönä ja hän kuvailee itseään projektin ideoijaksi ja aikataluttajaksi. Projekti lähti käyntiin juuri Juntusen aloitteesta kulttuurikoordinaattorin tarjottua näyttelymahdollisuutta syys-

kuussa 2015. Hän myös vastasi projektiryhmän kokoamisesta. Keskeisiksi tehtävikseen hän mainitsee rahoituksen ja yhteistyökumppanien etsinnän.

Projektipäällikön tehtävää Juntunen kuvailee mukavaksi, mutta yllättävän paljon aikaa vieväksi. Hänen mielestään työryhmä toimi oma-aloitteisesti ja tuotteliaasti, minkä vuoksi ohjaaminen oli helppoa. Projektipäällikön roolin hän koki itselleen luontevaksi, eikä hän ottanut sitä liian vakavasti vaan halusi pitää projektin hyväntuulisena ja tekijöilleen voimaa antavana. (Juntunen, haastattelu 24.4.2016.)

4.2.3 Projektin ja yhteistyön sujuvuus

Juntunen kuvailee Tunne valkoinen -projektin edelleen aikataulun mukaisesti, suuremmista ongelmista. Hän kertoo tehtävänjaon tukeneen myös projektin onnistumista: hänen mielestään projektin osapuolet tekivät kaiken, mistä oli sovittukin. Teoshaku yllätti Juntusen positiivisesti, sillä hän sai tarpeeksi rakennusmateriaalia näyttelyn kokoamiseen. Saavutetun kävijämäärän perusteella hän arvelee myös ennakkomarkkinoinnin olleen onnistunutta.

Yhteistyön sujuvuutta Juntunen kuvailee "aivan loistavaksi". Hän mainitsee projektin onnistumisen kannalta erittäin merkitykselliseksi projektiryhmän jäsenten välillä vallinneen yhteisymmärryksen. Juntunen kokee ryhmän jäsenten olleen samalla aaltopituudella ja suhtautuneen tavoitteisiin samalla tavalla, minkä hän kertoo näkyneen esimerkiksi siinä, että ryhmän muut jäsenet ymmärsivät hänen ideansa lyhyenkin kuvauksen perusteella ja osasivat esittää täydentäviä huomioita. Yhdessä suunnitellen ja toteuttaen hän kokee lopputuloksen olleen parempi kuin yksin toteuttaen.

Juntusen mielestä työryhmällä oli myös samankaltainen rytmi: asiat toteutettiin hohmumisen sijaan perusteellisen suunnittelun jälkeen ja huolellisesti. Ryhmän jäsenten välinen välimatka ei hänen mielestään vaikuttanut ryhmätyöskentelyn onnistumiseen negatiivisesti. Älypuhelinien hyödyntäminen helpotti viestintää. (Juntunen, haastattelu 24.4.2016.)

4.2.4 Aikaisempi kokemus projektityöstä

Työssään Juntunen toteuttaa usein erilaisia projektiluonteisia tapahtumia ja näyttelyitä. Myös työtään käsityötaiteen perusopetuksen parissa hän kuvailee projektimaiseksi: opetussuunnitelmien ja opetusjaksojen suunnittelu ja läpivienti tuntuvat hänen mielestään projektista toiseen siirtymiseltä. Tunne valkoinen -projekti erosi aiemmista projekteista vapaamman luonteensa osalta. Työhön liittyvissä projekteissa Juntunen kertoo olevan tiukemmat, asiakkaan tai opetussuunnitelmana asettamat rajat sekä tavoitteet.

Tunne valkoinen oli Juntuselle oma projekti, ja vastuun ottaminen itse asetetuista tavoitteista teki työskentelystä mielekästä. Tunne valkoinen -projektissa ainoat ennalta määrätyt rajat olivat ajankohta ja paikka, joten vastuu sisällön suunnittelusta oli työryhmällä. Työssään Juntunen kertoo työskentelevän yleensä esimiehen alaisuudessa tai esimerkiksi oppilas-

ryhmää ohjaten. Tunne valkoinen -projektissa hän koki ryhmän jäsenten olleen keskenään tasaveroisia, mikä teki työskentelystä leppoisampaa. Työskentelytapojen eroavaisuudeksi Juntunen mainitsee ryhmän jäsenten asumisen eri paikkakunnilla. (Juntunen, haastattelu 24.4.2016.)

4.2.5 Henkilökohtaisten tavoitteiden toteutuminen ja uuden oppiminen

Projektille asettamaksi toiveekseen Juntunen mainitsee mahdollisuuden päästä työskentelemään mielenkiintoisten ihmisten, "hyvien tyyppien", kanssa. Näyttelystä hän toivoi saavansa kauniin ja rauhallisen, ja hänelle oli tärkeää positiivinen vastaanotto sekä runsas kävijämäärä. Tavoitteiden sa painopisteen hän kuvailee olleen visuaalisessa toteutuksessa; taloudellista voittoa hän ei näyttelyltä odottanut.

Juntunen kertoo projektin täyttäneen hänen odotuksensa. Näyttelyn myötä hän on saanut paikallisesti lisää näkyvyyttä sekä uusia yhteistyökumppaneita, joiden kanssa vireillä on jo uusia projekteja. Ainoaksi toteutumatta jääneeksi tavoitteekseen Juntunen mainitsee ulkopuolisen rahoituksen puuttumisen vuoksi pois jääneet taidepäivät, jotka olisivat saattaneet houkutella paikalle myös taiteesta vähemmän kiinnostuneita henkilöitä.

Projektin myötä Juntunen kertoo ymmärtäneensä kommunikoinnin ja luotamuksen tärkeyden. Projekti myös havainnollisti hänelle tapahtumamarkkinoinnin merkityksen ja laajensi hänen käsitystään siitä, miten markkinointi kannattaa toteuttaa. Rahoituksen hankkimisen Juntunen koki projektissa haasteellisimmaksi osuudeksi ja hän kertoo pohtineensa, kuinka hankalaa itsensä työllistäminen kulttuurintuottamisen alalla olisi, jos taloudellinen selviäminen riippuisi yksinomaan ulkopuolisesta rahoituksesta. (Juntunen, haastattelu 24.4.2016.)

4.3 Kaisa Pikkarainen

Kaisa Pikkaraisen haastattelu toteutui lomakehaastatteluna sähköpostin välityksellä 18.4.2016. Haastattelun kysymyslista oli sama kuin Juntusellekin toimittamani, haastatteluun ei kuitenkaan sisällynyt tarkentavia kysymyksiä.

Pikkarainen opiskelee Humanistisessa ammattikorkeakoulussa kulttuurintuotantoa. Aiemmalta koulutukseltaan hän on medianomi ja hän on työskennellyt erilaisissa elokuva- ja tv-tuotannoissa, pääasiassa lavastusosaston tehtävissä sekä rekvisitöörinä. Hän kertoo Tunne valkoinen -näyttelyn olleen ensimmäinen taidenäyttely, jonka toteuttamiseen hän on osallistunut. (Pikkarainen, haastattelu 18.4.2016.)

4.3.1 Rooli Tunne valkoinen -projektissa

Tunne valkoinen -projektiin Pikkarainen lähti Mirva Juntusen pyynnöstä ja hän kertoo opiskeluihin liittyneen markkinoinnin kurssin vaikuttaneen osallistumispäätökseen. Kurssia varten hänen oli laadittava markkinointisuunnitelma ja hän koki projektin sopivan suunnitelman laatimisen aineis-

toksi. Markkinointisuunnitelman lisäksi Pikkarainen laati Tunne valkoinen -näyttelyn lehdistötiedotteen. Projektissa hänen tehtävänimikkeensä oli tuottaja, mutta hän kertoo Juntusen tehneen paljon tuottajan tehtävänkuvan liittyviä työvaiheita ja hän kokee osallistuneensa niihin Juntusen henkisenä tukena. (Pikkarainen, haastattelu 18.4.2016.)

4.3.2 Projektin ja yhteistyön sujuvuus

Pikkaraisen mielestä projekti sujui hyvin: valmis näyttely ja blogi olivat hienompia, kuin hän oli osannut odottaa. Myös aikataulu oli hänen mielestään onnistunut. Mielipidettään hän perustelee kertoen, ettei ollut huomannut projektin aikana muodostuneen erityistä kiirettä, ja projekti kulki hyvin eteenpäin. Projektiryhmän yhteishenkeä hän kuvailee hyväksi.

Pikkarainen kertoo projektin poikenneen aikaisemmasta projektikokemuksesta työryhmän jäsenten välimatkan osalta. Aiemmissa projekteissa hän on tottunut kasvokkain tapahtuviin tapaamisiin etätyöskentelyn sijaan. Yhteistyön sujuvuuden hän toteaa toimineen hyvin yhteydenpidon tukena käytössä olleiden sähköisten apuvälineiden ansiosta. Ryhmän yhteydenpitomenetelmistä hän luettelee WhatsApp-pikaviestiryhmän ja tiedostojen jakamisen Google Drive -palvelun kautta sekä Juntusen kanssa käymänsä puhelinkeskustelut. Hän kuitenkin toteaa, että ryhmänkeskinen yhteinen tapaaminen aikaisemmassa vaiheessa projektia olisi ollut hyvä lisä. Hän myös arvelee, että osa tiedosta ei tavoittanut kaikkia ryhmän jäseniä samanaikaisesti, joskin tarpeellisen tiedon hän katsoo välittyneen koko ryhmälle. (Pikkarainen, haastattelu 18.4.2016.)

4.3.3 Henkilökohtaisten tavoitteiden toteutuminen ja uuden oppiminen

Tavoitteekseen Tunne valkoinen -projektissa Pikkarainen kertoo opiskeluun liittyneen markkinointisuunnitelman laatimisen. Projekti antoi sille puitteet ja hän oppi markkinointisuunnitelman tekemistä. Projektin alkaessa hän oli ajatellut pystyvänsä olemaan enemmän mukana projektiin liittyneissä käytännön töissä, ja hän kertoo olevansa siltä osin hieman pettynyt omaan työpanokseensa.

Ryhmä- ja projektityöskentelystä Pikkarainen teki hyödyllisiä johtopäätöksiä: "Yhteistyöllä ja avoimuudella saa paljon aikaan". Hän kertoo havainneensa, että ryhmä ja työnjako toimivat hyvin silloin, kun ryhmän jäsenet ovat motivoituneita. (Pikkarainen, haastattelu 18.4.2016.)

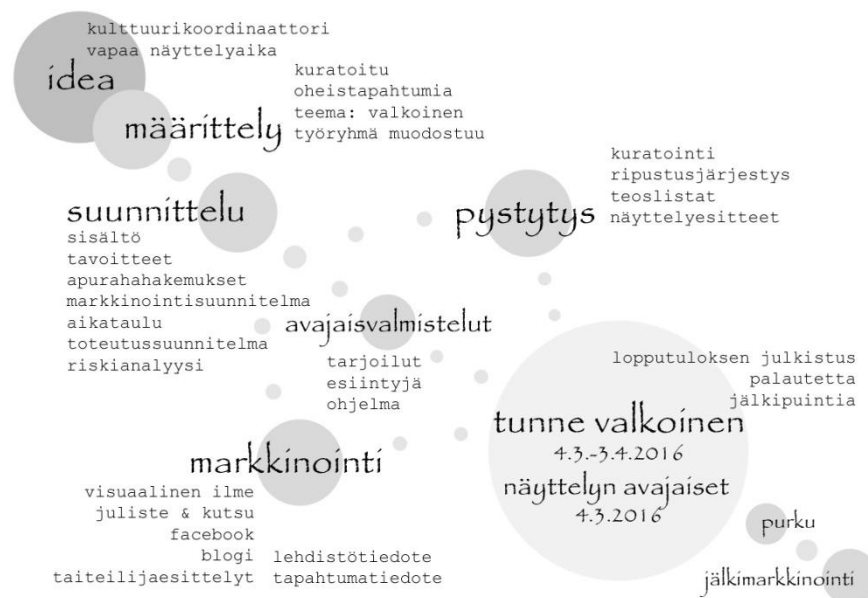
5 AINEISTON TULKINTA JA POHDINTAA

Osallistuvan havainnoinnin sekä haastattelujen avulla tapahtunut tutkimus keräsi kvalitatiivista, eli laadullista tietoa. Tunne valkoinen -projekti oli ainutkertainen tapahtuma, ja projektiryhmän jäsenten kokemukset projektista henkilökohtaisia. Aineiston pohjalta ei voi siis tehdä yleistäviä pää-

töksiä siitä, millainen näyttelynsuunnitteluprojekti on tai millaista yhteistyö on projektiryhmän jäsenten kesken. Myöskään teoriapohjan laatimiseen käytetyn kirjallisen lähdeaineiston perusteella ei voi tehdä yksiselitteistä rajausta projektityön luonteesta ja projektin sisällöstä: lähdekirjallisuudesta on pyritty poimimaan useimmin ilmenneitä yhteisiä piirteitä, jotka olen kokenut keskeisimmiksi. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2001, 169.)

Tutkimuksen myötä koottujen päätelmien ja projektikuvauksen avulla projektiryhmän on mahdollista tarkastella Tunne valkoinen -projektia ja ryhmätyötä kokonaisuutena. Koottu aineisto palvelee myös muita näyttelyprojektista kiinnostuneita henkilöitä projektin loppuraportin kaltaisena dokumentaationa.

5.1 Tunne valkoinen projektina



Kuva 12. Tunne valkoinen -projektin kulku

Projektien teoriaan verrattaessa Tunne valkoinen -näyttelyn suunnittelu- ja toteutusprosessista on havaittavissa projektille tyypillisiä piirteitä (Kuva 12). Tunne valkoinen -projektilla oli selkeä ideointi- ja määrittelyvaihe, jonka jälkeen suunnitelmia tarkennettiin apurahahakemuksia laadittaessa. Projektia varten muodostettiin oma työryhmä, jonka kesken tehtävät jaettiin kunkin jäsenen vahvimman osaamisalueen mukaan. Suunnitteluvaiheen jälkeen alkoi projektin varsinainen toteutusvaihe, jonka lopputuloksena syntyi suunnitelmassa tavoitteeksi asetettu taidenäyttely. Projektilla oli myös selkeä päätöskohta, näyttelyn avajaiset, jolloin tulokset esiteltiin yleisölle.

Tunne valkoinen oli näyttelyn kuraattorin johdolla työryhmän yhteisten suunnitelmien mukaan toteutettu, vapaaehtoisuuteen perustunut kokonaisuus, eikä sillä ollut varsinaista tilaajaa, joka olisi asettanut lopputuloksel-

le rajat. Projektille voi kuitenkin nimetä asiakkaan tai asiakkaita. Alkuperäinen tarjous näyttelytilasta tuli Akaan kulttuurikoordinaattorilta: yhtenä projektin asiakkaista voidaan siis pitää Akaan kulttuuritoimea. Näyttely lisäsi kulttuuritoimen ylläpitämän Kulttuuritalo Laaksolan näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa, ja tuotti Laaksolalle tapahtumasisältöä. Näyttelyn toinen, määrittelemättömämpi asiakas, oli näyttelyn yleisö. Teosvalinnoilla ja mielenkiintoisella ripustuksella taiteesta kiinnostuneille henkilöille pyrittiin tuottamaan miellyttävä sekä ajatuksia herättävä taide-elämys.

Projektin perusteella tekemiäni havaintojen, projektiryhmän haastattelujen, näyttelystä saadun palautteen sekä näyttelyn saavuttaman näkyvyyden perusteella projektia voi kuvailla myös onnistuneeksi. Haastattelujen tuottamat vastaukset keskittyivät kuvailemaan projektia positiivisessa valossa. Tulosta voisi pitää epäluotettavana, tai siitä voisi olettaa jätetyn jotain pois imagosyiden vuoksi. Projektista tekemiäni havainnot tukevat kuitenkin haastattelusta satuja tuloksia. Projektille asetetut tavoitteet täyttyivät ja näyttely sai positiivisen vastaanoton. Kulttuuritalo Laaksolan näkyvyys kasvoi, ainakin Facebook-sivun osalta. Näyttelyn taiteilijat saivat näkyvyyttä blogissa julkaistujen taiteilijaesittelyiden avulla, ja teoksia meni kaupaksi näyttelyn aikana.

Tunne valkoinen oli myös yllätyksellinen ja prosessin aikana sisällöllisiä muutoksia läpikäynyt projekti. Alkuvaiheessa projektin sisällöksi ideoitin laajaa tapahtumakokonaisuutta, mutta projektin budjetin vuoksi lopputuloksena toteutui vain projektin ydin, kuratoitu taidenäyttely. Projektin aikana hämmennystä, kiirettä ja muutoksia työvaiheiden toteutusjärjestyksiin aiheuttivat kulttuuritoimessa tapahtuneet sisäiset muutokset, ja ajoittain projektin toteutuminenkin vaikutti epävarmalta. Projektin aikana vastaan tulleet vastoinkäymiset osoittivat projektiryhmän joustavuutta ja nopeaa reagoimista vaihteleviin tilanteisiin. Vastoinkäymiset eivät kaatanee projektia, eivätkä vaikuttaneet merkittävästi lopputulokseenkaan, joten myös projektin suunnitteluvaiheessa tehtyä riskianalyysiä voi kuvailla hyödylliseksi.

5.2 Ryhmätyöskentely Tunne valkoinen -projektissa

Tunne valkoinen -projektin perustana oli projektissa mukana olleiden henkilöiden tiivis yhteistyö ideavaiheesta aina toteutukseen saakka. Ryhmätyöskentelytapa poikkesi sekä omista että muiden ryhmän jäsenten aiemmista projektikokemuksista. Projektit, joissa olen ollut mukana ovat sisältäneet useita kasvokkain tapahtuneita palavereja sekä kokouksia. Aiemmissä projekteissa myös esimerkiksi jalkineprototyyppien suunnittelua on tehty tiimin kanssa samassa tilassa työskennellen. Haastatteluissa sekä Juntunen ja Pikkarainen kertoivat Tunne valkoinen -projektin etätyöskentelyyn nojaavan toteutustavan olevan uusi kokemus.

Etätyöskentelyn syynä oli työryhmän jäsenten asuminen eri paikkakunnilla. Yhteydenpidon ja tiedonkulun turvaamiseksi työryhmällä oli erilaisia sähköisiä yhteydenpito- ja tiedonjakokanavia. Suunnitelmaluonnokset ja apurahahakemukset jaoimme Google Drive -palvelun avulla kaikkien yhdessä muokattaviksi. Tiedostoihin merkitsimme huomioita ja korjauksia

eri värisillä teksteillä muokkauspäivämäärien kera, jotta sisältömuutosten huomaaminen olisi helpompaa. Tiedonjaossa käytimme myös perinteisemmäksi viestintämenetelmäksi muotoutunutta sähköpostia. Nopeasti, reaaliajassa tapahtuvaa tiedottamista ja yhteistä päätöksentekoa varten perustimme näyttelyprojektille myös oman ryhmäkeskustelun pikaviestisovellus WhatsAppissa. WhatsAppia hyödynsimme esimerkiksi valitessamme suunnittelemani juliste- ja kutsuehdotuksista koko työryhmän mieluisinta.

Työryhmän yhteishenki oli hyvä, ja projektin tavoite oli alusta asti selkeä ja yhteinen. Ajoittaisista tietokatkoksista huolimatta yhteydenpito oli sujuvaa, ja kaikkien mielipiteet otettiin huomioon. Pitkistä välimatkoista huolimatta Tunne valkoinen -työryhmän voi tulkita hioutuneen projektin aikana tiimiksi. Tiimi on muutamasta tai useista henkilöistä koostuva ryhmä, joka tekee yhdessä tavoitteellista työtä. Työn tuloksista kannetaan yhdessä vastuu vaikka tiimillä on selkeä tehtävänjako. Tiimin jäsenten erilaiset kyvyt ja ominaisuudet pyritään hyödyntämään lopputuloksen saavuttamiseksi. (Ollikainen 2001, 6.)

5.3 Uusia oppeja ja kokemusta tulevia projekteja varten

Hyödynsin Tunne valkoinen -projektissa opintojen kautta kerättyä tietoa ja kokemusta käytännönläheisemmin, ja osana opintoja harrastuspohjalta lähtenyt projekti oli vähemmän kuormittava. Projektissa pääsin soveltaamaan sekä kuva-artsaanitaustaani että muotoiluopintoja. Opinnäytetyön osana projekti tarjosi myös perusteen tarkastella sen etenemistä, sisältöä ja työryhmää myös teoreettisemmista lähtökohdista.

Tunne valkoinen -näyttelyn visuaalista ilmettä ja markkinointimateriaalia suunnitellessani kehitin taitojani graafisen suunnittelun, ja graafisten ohjelmien käyttämisessä. Markkinointiassistenttina olin vastuussa myös sosiaalisessa mediassa tapahtuvasta markkinoinnista, joka oli minulle melko uusi osa-alue, ja koen projektin kautta kertyneen osaamisen hyödyttävän minua tulevaisuudessa. Sosiaalisen median kanavat tarjoavat edullisen tavan tuoda omaa osaamista esiin, ja Internetin kautta tapahtuva markkinointi voi parhaimmillaan tarjota laajan kansainvälisen näkyvyyden. Markkinointikampanjaa suunnitellessa ja toteuttaessa huomasin myös sen, että verkkomarkkinoinnissa päivitysaktiivisuus on suorassa yhteydessä julkaisujen saavuttamaan näkyvyyden määrään.

Tunne valkoinen -projektiin liittyi useita muotoilu- ja kulttuurialalla työskentelemiseen liittyviä piirteitä. Projektityö itsessään on ajalle tyyppillinen työskentelytapa sekä tuotteen suunnittelussa että näyttelyjen järjestämisessä. Projektityöskentelyyn, mutta usein myös taiteelliseen toimintaan liittyy ulkopuolinen rahoitus. Olen ollut mukana apurahoin tuetussa projektissa aiemminkin, ja aiempiin opintoihini liittyneitä opintomatkoja sekä ulkomailla tapahtunutta työharjoittelua varten on oppilaitoksen kautta haettu apurahoja säätiöiltä. Tunne valkoinen oli kuitenkin ensimmäinen projekti, jonka avulla pääsin tutustumaan apurahahakemusten sisältöihin ja hakukäytäntöihin tarkemmin.

Näyttelyprojektin myötä laajentunut osaaminen ja projektityökokemuksen karttuminen ovat työryhmälle projektin tärkein anti. Projektin etenemisestä ja ryhmätyöstä kootut havainnot toimivat myös yhtenä esimerkkinä siitä, miten monipuolinen työskentelytapa projektityö on, ja millaisia lopputuloksia toisiaan hyvin ymmärtävä tiimi voi saada aikaan.

LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin II – näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Aamulehti 2016. Tunne valkoinen. Viitattu 3.5.2016.
<http://aamulehti.menoinfo.fi/akaa/nayttelyt/tunne-valkoinen/577473>

Akaan kaupunki 2016a. Kulttuuritalo Laaksola. Viitattu 29.4.2016.
http://www.aka.fi/kulttuuri-ja-vapaa-aika/kulttuuri/kulttuuritalo_laaksola/

Akaan kaupunki 2016b. Kulttuuripalveluiden uudet järjestelyt. Viitattu 3.5. 2016. <http://www.aka.fi/kulttuuri-ja-vapaa-aika/kulttuuri/?x2040056=4523051>

Akaan kaupunki 2016c. TUNNE valkoinen Laaksolassa. Viitattu 3.5.2016.
<http://www.aka.fi/?x3131825=4479464>

Akaan Seutu 2016. Laaksolassa avautuu monipuolinen näyttely. Viitattu 3.5.2016. <http://akaanseutu.fi/2016/02/17/laaksolassa-avautuu-monipuolinen-nayttely/>

Anttila, P. 2001. Se on projekti – vai onko? kulttuurialan tuotanto- ja palveluprojektien hallinta. Hamina: AKATIIMI.

Berkun, S. 2006. Projektinhallinnan taito. Suom. Jarmo Holttinen. Helsinki: Readme.fi.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2001. 6.-7. painos. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Kettunen, S. 2009. 2. uud. painos. Onnistu projektissa. Helsinki: WSOY-pro.

Narvi, A. 2016. Tunne valkoinen näyttely Akaassa 04.03.2016-03.04.2016. Viitattu 3.5.2016.
<http://www.ajjanarvi.com/blogi/2016/03/05/7967>

Nykysuomen laitos (toim.) 1994. 18. painos. Nykysuomen sivistyssanakirja. Vierasperäiset sanat. Helsinki: WSOY.

Ohjeita muotoiluprojektiin 2015. Muotoiluprojekti (2015-16) - opintojakson verkkoaineisto. Hämeen ammattikorkeakoulu, Moodle. Viitattu 28.4.2016. <http://moodle.hamk.fi/>

Ollikainen, H. (toim.) 2001. Tukeva Tiimi – opas tiimin jäsenelle. Helsinki: Työväen sivistysliitto.

Olvi-säätiö 2016. Apurahojen hakeminen. Viitattu 30.4.2016.
<http://www.olvisaatio.fi/web/olvisaatio/29>

Safko, L. 2010. 2. painos. The Social Media Bible. Tactics, Tools & Strategies for Business Success. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Taiteen edistämiskeskus 2016. Kohdeapurahat, Pirkanmaa. Viitattu 30.4.2016. <http://www.taike.fi/fi/web/pirkanmaa/apurahat-ja-avustukset/-/stipend/viewStipend/10968>

Tapahtumainfo 2016. Tunne valkoinen. Viitattu 3.5.2016. <http://tapahtumainfo.fi/tapahtuma/2016/03/tunne-valkoinen/146049>

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2014. 4. uud. laitos. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosano-ma.

HAASTATTELUT

Juntunen, M. 2016. Projektipäällikkö. Tunne valkoinen -projekti. Haastat-telu 24.4.2016.

Pikkarainen, K. 2016. Kulttuurintuotannon opiskelija. Tunne valkoinen -projekti. Haastattelu 18.4.2016.

KUVAT

Kuva 1. Huttunen, S. 2016. Opinnäytetyön viitekehys.

Kuva 2. Huttunen, S. 2016. Projektin kulku. Havainnekuva.

Kuva 3. Juntunen, M. 2015. Tunne. Valokuva taideteoksesta.

Kuva 4. Huttunen, S. 2016. Tunne valkoinen -näyttelyn juliste.

Kuva 5. Huttunen, S. 2016. Tunne valkoinen -näyttelyn kutsu.

Kuva 6. Huttunen, S. 2016. Tunne valkoinen -blogin etusivunäkymä. Ku-vankaappaus. 17.4.2016. <http://tunnevalkoinen.wordpress.com>

Kuva 7. Huttunen, S. 2016. Tunne valkoinen -tapahtumasivu. Kuvankaap-paus. 25.2.2016. <https://www.facebook.com/events/1511898885800343/>

Kuva 8. Huttunen, S. 2016. Näyttelyn pystytys. Kuvasarja.

Kuva 9. Huttunen, S. 2016. Pääsalin ripustus.

Kuva 10. Huttunen, S. 2016. Harmoninen ja sisustuksellinen näyttely. Ku-vapari.

Kuva 11. Huttunen, S. 2016. Näyttelyn avajaisissa oli myös elävää musiikkia.

Kuva 12. Huttunen, S. 2016. Tunne valkoinen -projektin kulku. Havainnekuva.

LEHDISTÖTIEDOTE AKAAN SEUDUSSA

...väriä, sil-
...uva **Minna**
...ana näytel-
...elle voi ky-
...älältä, puh.

...estää erilaisia
...liittyviä kou-
...ntaa, ammun-
...joituksia sekä
...ulutusta. Mah-
...sotilasarvon
...Katso kotisivut
...vumme. Liity
...henkiseen toi-
...luat harrastaa
...turvallisutta,
...ulutusta kiinnos-
...mielessä. Ota
...njohtajaan.

Alan
äkeläiset ry

htokunnan
okous Sam-
...2. klo 9. Asioina
...25.3. Askartelu
...uksen jälkeen

t viimeistään
sa 1.3. Ti 1.3.
...an Sampola.
...sa viimeinen
...tilata paito-
...n tunnuksilla.
...ja värikartat
...lan kerhoissa.
...1. Bocciaa ker-

äkeläiset kut-

Laaksolassa avautuu monipuolinen näyttely

Akaan Seutu

Tunne Valkoinen -taide-
näyttely avautuu Kulttuuritalo Laaksolassa Toijalassa 4.3. ja jatkuu 3.4. saakka.

Näyttelyssä on harrastajataiteilijoiden töitä eri puolilta Suomea ja Eurooppaa. Mukana on valokuvia, maalauksia, kollaaseja ja keramiikkaa.

- Näyttelyn lähtökohtana on luoda harmoninen ja lämmin taidekokemus, jossa yhdistyy rosoinen vaaleus, mielenkiintoiset pinnat, yllätyksellisyys ja hauras kaus.

Näyttelyn työt ovat kunkin taiteilijan omia tulintoja, mutta niistä luodaan raikas kokonaisuus, kertovat näyttelyn tuottajat **Mirva Juntunen, Kaisa Pikkarainen ja Sonja Huttunen.**

Näyttelyn kuraattorina on toiminut Mirva Juntunen.

Tunne Valkoinen -näyttelyn vaiheista ja teosten taustoista voi lukea lisää Tunne valkoinen -blogista ja Facebookista.

Näyttely on auki maanantaina, keskiviikkona ja torstaina kello 11-16 ja viimeisen kerran sunnuntaina 3.4 kello 11-14.

*Ritolan/Karpin/Johanssonin t
Akaa-Seuran arkistonhoitaja Sir*

Viivi ja Wagner

UIMARANTA ON AUTIO.

1074

Yksityiskohta Kati Salmisen työstä.

Kuva: Mirva Juntunen, 24.2.2016

NÄKYVYYS SOSIAALISEN MEDIAN KANAVISSA

Kävijätilastot 14.4.2016

tunnevalkoinen.wordpress.com

25.2.2016 klo 21.01

Blogimerkintöjä: 9 kpl

Blogin katselukerrat: 114, yht. 690

Kävijämäärä: 56, yht. 339

Suosituin päivä 24.2.2016: 132 näyttökertaa

Uusin blogimerkintä: TUNNE TAITEILIJÄ: ANNA SORKKO (julkaistu 24.2.2016), 154 näyttökertaa

13.4.2016 Klo 23.22

Blogimerkintöjä: 17 kpl

Blogin katselukerrat: 1993 kpl

Kävijämäärä: 671 kpl

Suosituin päivä 2.3.2016: 155 näyttökertaa

Suosituin viikonpäivä: keskiviikko, 24% vierailuista

Suosituin tunti: 20.00, 13% vierailuista

Blogimerkintöjen katselukerrat yhteensä: 1750 kpl

mediaani 13.4.2016: 87 kpl

keskiarvo 13.4.2016: 102,94 kpl

Eniten näyttökertoja: TUNNE TAITEILIJÄ: ANNA SORKKO (julkaistu 24.2.2016), 255 näyttökertaa

Vähiten näyttökertoja: TUNNE TAITEILIJÄ: MIRVA JUNTUNEN (julkaistu 30.3.2016), 37 näyttökertaa.

Facebook-tapahtumasivu Tunne valkoinen

<https://www.facebook.com/events/1511898885800343/>

25.2.2016 Klo 20.52

Kiinnostuneita: 14 kpl

Osallistuivat: 23 kpl

Kutsutut: 127 kpl

Tavoitetut(Tapahtuman linkin nähneiden määrä): 530 kpl, uusia tällä viikolla 33 kpl

Nähneet(tapahtumasivua tarkastelleiden määrä): 101 kpl, uusia tällä viikolla 14 kpl

Sitoutuneet(tapahtuman kanssa vuorovaikutuksessa olleiden määrä): 38 kpl, uusia tällä viikolla 7 kpl

13.4.2016 Klo 23.57

Kiinnostuneita: 18 kpl

Osallistuivat: 32 kpl

Kutsutut: 124 kpl

Tavoitetut(Tapahtuman linkin nähneiden määrä): 753 kpl

Nähneet(tapahtumasivua tarkastelleiden määrä): 138 kpl

Tunne valkoinen - Kokemuksia projektityöstä

Sitoutuneet(tapahtuman kanssa vuorovaikutuksessa olleiden määrä: 52 kpl

Kulttuuritalo Laaksolan Facebook-sivu

<https://fi-fi.facebook.com/pages/Kulttuuritalo-Laaksola/10150128764980214>

Sivun tykkäykset 24.10.2015: 152

25.10.2015 (Tunne valkoinen -tapahtumasivun luonti)

Sivun tykkäykset 26.12.2015: 157

Ensimmäiset Blogipäivitykset tapahtumasivulle 23.12.2015

Sivun tykkäykset 3.3.2016: 184

Tunne valkoinen -näyttely alkaa 4.3.2016

Sivun tykkäykset 3.4.2016: 201

Tunne valkoinen -näyttely päättyy 3.4.2016.

Sivun tykkäykset 14.4.2016: 203

Laaksolan julkaisujen kattavuus 14.4.2015-14.4.2016



(Kuvankaappaus Kulttuuritalo Laaksolan Facebook-sivun kävijätilastoista 14.4.2016)

Huhtikuu 2015 - tammikuu 2016: keskimäärin 0-100 näyttökertaa, syyskuun yksittäistä 300 näytön piikkiä lukuun ottamatta.

Helmi-huhtikuu 2016: keskimäärin yli 200 näyttökertaa, jopa 400-700 näyttöä.

HAASTATTELUKYSYMYKSET

1. Kuka olet?
2. Millainen on koulutustaustasi/työhistoriasi?
 - Oletko hyödyntänyt näitä taitoja projektissa?
 - Laajensiko projekti omaa osaamistasi?
3. Kuinka päädyit mukaan Tunne valkoinen -projektiin?
4. Mikä oli tehtävänkuvasi projektissa?
5. Millaisia tavoitteita/toiveita sinulla oli projektin suhteen?
 - Ovatko tavoitteet toteutuneet?
6. Miten projekti mielestäsi sujui?
7. Mitä olet oppinut?
8. Millaiseksi koit yhteistyön (kommunikaatio, tehtävänjako)?
9. Onko jotain mitä tekisit projektin osalta toisin?
10. Oletko ollut aiemmin mukana projekteissa?
 - Millaisissa?
11. Miten vertaisit aiempaa kokemusta
 - Tiimityön osalta?
 - Projektin kulun osalta?
12. Kannustaako Tunne valkoinen -projektista saatu kokemus lähtemään mukaan uusiin projekteihin?
13. Onko vielä jotain, mitä haluaisit tuoda esille projektiin tai tiimityöhön liittyen?