

Katri Kaalikoski (toim.)

TUOTTAJAN DUUNIT

Työelämä, toimenkuva, koulutus



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Katri Kaalikoski (toim.)
TUOTTAJAN DUUNIT
Työelämä, toimenkuva, koulutus

Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 16
Helsinki, 2015

Katri Kaalikoski (toim.)
TUOTTAJAN DUUNIT
Työelämä, toimenkuva, koulutus

Humanistinen ammattikorkeakoulu
© tekijät ja Humanistinen ammattikorkeakoulu

Kansi: Emilia Reponen
Taitto: Emilia Reponen

ISBN 978-952-456-232-4 (verkkojulkaisu)

ISSN 2343-0664 (painettu)
ISSN 2343-0672 (verkkojulkaisu)

Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 16

Sisällys:

Esipuhe	9
KULTTUURITUOTTAJAT TYÖELÄMÄSSÄ	11
Katri Kaalikoski: <i>Kulttuurituottajien työllistymisestä</i>	12
Timo Parkkola: <i>Tuottaja venyy, vaan ei katkea. törmäyskursseja tuottajan kielessä ja kulttuurissa</i>	17
SAAVUTETTAVUUS JA SOVELTAVA TAIDE	24
Arto Lindholm: <i>Osallistumisen ihanuus ja kurjuus kulttuurialalla</i>	25
Oona Tikkaaja: <i>Kuvataidetta kaikkialle – kolmen väylän kautta</i>	32
Titta Pohjanmäki & Aliisa Kokko: <i>Tuottaja mahdollistaa resursseja säästävän toiminnan taidelähtöisissä nuorten kanssa toteutettavissa projekteissa</i>	35
Pasi Toivanen: <i>Strategiana ”yhteinen lapsi”. Suomalaisten teattereiden strategioiden tarkastelua</i>	41
Sanna Pekkinen: <i>Tuottajan askelia taiteen osallistavan käytön kentällä</i>	48
DIGITALISAATIO JA KULTTUURIN TALouden MURROS	54
Jari Hoffrén: <i>Hyvinvoinnin maksiimi ja kulttuurituotannon luova tuho?</i>	55
Pekka Vartiainen: <i>Kun brändi kirjoittaa kirjan</i>	62
Antti Peltari: <i>Markkinointi on aina viestintää</i>	65
Jyrki Simovaara: <i>Joka päivä syntyy uusi kulttuurialan yritys</i>	70

Niila Tamminen: <i>Joukkorahoitus – uusi idea?</i>	76
Timo Parkkola: <i>Digittääkö aikapommi? Tuottaja bittien virrassa.</i>	81

NÄKÖKULMIA KULTTUURITUOTTAJIEN KOULUTTAMISEEN..... 88

Ina Maria Piilinen: <i>Tietäjästä tiennäyttäjäksi – kymmenen vuotta humakpedagogiikkaa</i>	89
---	----

Kirsi MacKenzie: <i>Opetusmateriaalin laatimisesta: Sju konstnärsporträtt – seitsemän taiteilijamuotokuvaa ja Nordiska landskap</i>	94
--	----

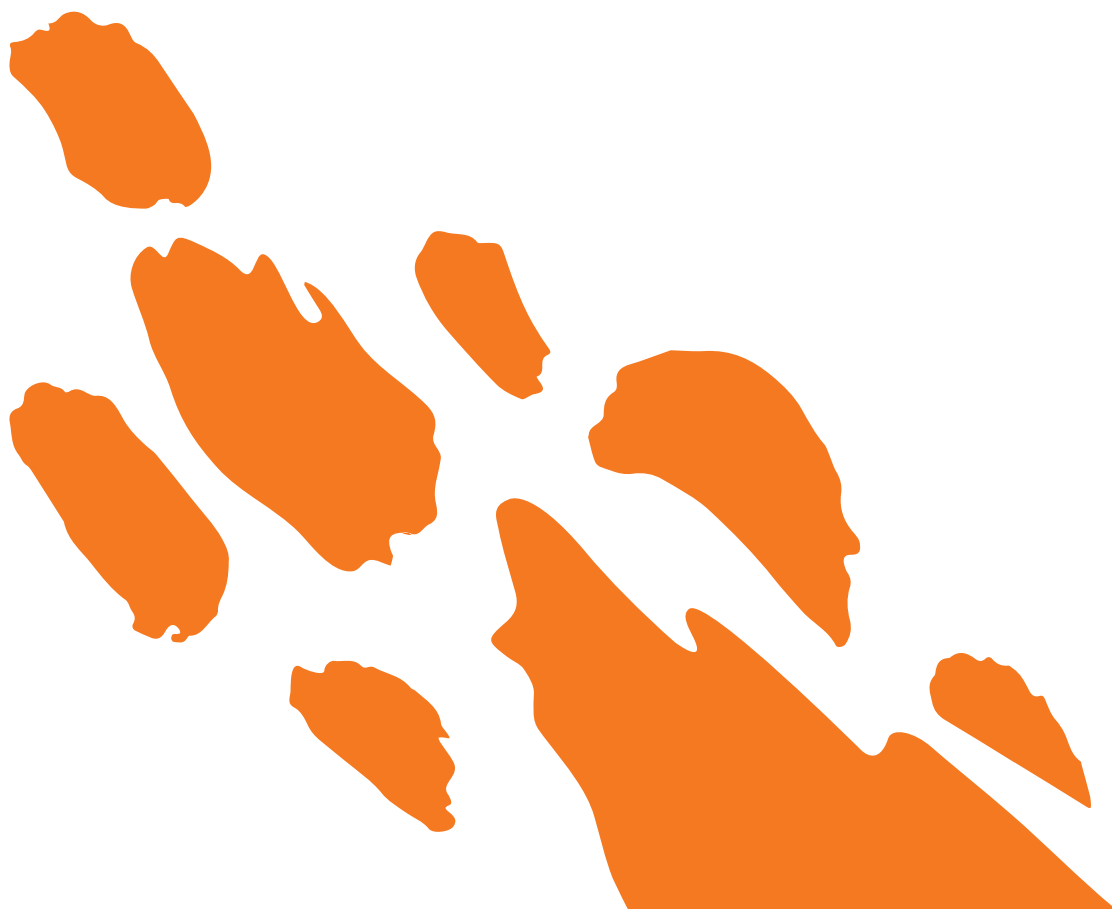
Juha Iso-Aho: <i>Kulttuurituottajaopiskelijat oikeudellisten kysymysten pohtijoina</i>	98
---	----

Terhi Dahlman: <i>Kulttuurituotannolla kohti kestävää hyvinvointia</i>	105
---	-----

Minna Hautio: <i>Opiskelijat kehittäjinä</i>	112
---	-----

Benny Majabacka: <i>Nenäpäiväprojekti – venäläinen uimakoulu kulttuurituottajauntuvikoille</i>	119
---	-----

Nina Luostarinen: <i>Leikki ja mielikuvittelu innostuksen ja aikaansaannosten mahdollistajana</i>	126
--	-----



Esipuhe

Humanistinen ammattikorkeakoulu uudistaa strategiaansa valmistautuessaan uuteen korkeakoulujen sopimuskauteen 2017–2020. Vuoden 2015 aikana strategiatyötä on tehty pitkäjänteisesti ja pohdiskellen myös Humakin kulttuurituotannon koulutuksesta sekä tutkimus- kehittämis- ja innovaatio-toiminnasta vastaavassa kulttuurituotannon yksikössä. Strategian uudistamiseen on osallistunut koko kulttuurituotannon yksikön henkilöstö. Tämä artikkelikokoelma on syntynyt tuon strategiatyön rinnalla, ja se on kytkeytynyt strategiatyön teemoihin lähes huomaamatta.

Tavoitteenamme oli tehdä näkyväksi kulttuurituotannon koulutusta: sen sisältöjä, tavoitteita ja toteutusta. Tiedon vaihtaminen ja yhteisten kysymysten pohtiminen sekä mielenkiinnon kohteiden avaaminen niin kollegoille kuin suurelle yleisölle jää arjen työssä usein taka-alalle. Halusimme, että artikkeleista syntyisi vuosikirjanomainen poikkileikkaus kulttuurituotannon koulutuksen ja kehittämistyön ajankohtaisista teemoista ja kysymyksenasetteluista lehtorien ja yliopettajien näkökulmasta. Aihepiiriä ei rajattu etukäteen, vaan kunkin kirjoittajan annettiin lähestyä asiaa itselleen sopivimmalla tavalla. Lähestymistavassa oli riskinsä, koska oli aivan mahdollista, että kirjoitukset eivät muodostaisi minkäänlaista kokonaisuutta vaan jäisivät irrallisiksi. Kun artikkeleita sitten alkoi valmistua, oli kiinnostavaa ja ilahduttavaakin huomata, että tietyt teemat nousivat hallitseviksi. Alkoi muodostua yhteinen kuva kulttuurituotannon alan muutoksesta ja muutoksen vaikutuksesta tuottajakoulutukseen ja sen kehittämiseen.

Tässä vaiheessa myös ilmeni, että artikkelien kokonaisuus linkittyi strategiatyöhön enemmän kuin aluksi ajateltiin. Samat teemat, jotka askarruttivat kirjoittajia, nousivat myös kulttuurituotannon yksikön strategiapohdinnoissa keskeisiksi. Kulttuurituotannon digitaaliset toimintaympäristöt, kulttuurin uudet yleisöt, luovien toimialojen yrittäjyys sekä muuttuvat rahoitusmallit ja ansaintalogiikat olivat keskeisessä asemassa. Samat teemat näyttäytyvät myös tämän julkaisun artikkeleissa. Kirjoittaminen oli siis kuin huomaamatta ollut myös osa strategiatyötä.

Julkaisun ensimmäisessä osassa luodaan lyhyt katsaus kulttuurituottajiin työelämässä. Aiheena on kulttuurituottajien työllistyminen ja ammattikuva sekä tuottajan muuttuva työkenttä kulttuurin ja luovan osaamisen

välittäjänä, verkostoijana ja mahdollistajana. Toisessa osassa keskitytään taiteen ja kulttuurin uusiin yleisöihin, tuottajavetoiseen yleisötyöhön ja kulttuurin saavutettavuuden edistämiseen esimerkiksi soveltavan taiteen avulla. Kolmannen osan artikkelit käsittelevät eri näkökulmista digitalisaatiota kulttuurituotannossa ja tuottajan työssä, kulttuurituotannon muuttuvaa yritys- ja rahoituskenttää sekä markkinointia. Neljännessä eli viimeisessä osassa katse kääntyy kulttuurituottajien koulutukseen, sen sisältöihin, pedagogiikkaan ja uusiin oppimisympäristöihin. Opettajan rooli valmentajana, ohjaajana ja oppimisen tukijana korostuu, kun taas opiskelija voi toimia aktiivisena työelämän kehittäjänä jo opiskeluaikanaan.



KULTTUURITUOTTAJAT TYÖELÄMÄSSÄ

Katri Kaalikoski

Kulttuurituottajien työllistymisestä

Kulttuurituottajien työllistymistä ja työuria on Humanistisessa ammattikorkeakoulussa tutkittu muutaman vuoden välein. Vuonna 2006 ilmestyi kyselytutkimus *Minne tie vie*, jossa kartoitettiin valmistuneiden kulttuurituottajien työelämään sijoittumista, jatko-opintosuunnitelmia ja koulutuskokemuksia (Lind & Vartiainen, 2006). Elina Nikoskisen tutkimus vuodelta 2010 laajensi tutkimusasetelmaa, mutta oli lähtökohdiltaan samansuuntainen. Haastattelututkimuksessaan hän kartoitti valmistuneiden kulttuurituottajien työllistymistä, koulutuskokemuksia ja jatko-opintosuunnitelmia. Viimeisimmän julkaisemattoman selvityksen toteutti Mira Väisänen syksyllä 2014. Selvityksessään hän seurasi Elina Nikoskisen kysymyksenasetteluja ja vertaili tuloksia aiempiin tutkimuksiin. Kaikkien tutkimusten kohderyhmänä olivat kulttuurituottaja (AMK) -tutkinnon Humakissa suorittaneet kulttuurituottajat.

Minne tie vie kartoitti vuosina 2001–2004 valmistuneiden opiskelijoiden tilannetta. Kohderyhmä oli ensimmäiset kulttuurituottajatutkinnon ammattikorkeakoulutasolla suorittaneet tuottajat. 2000-luvun alussa elettiin kulttuurituottajien koulutuksen ja samalla myös kulttuurituottajien ammattikorkeakoulussa koulutetun ammattikunnan syntyvaihetta. Koulutuksen murroksesta opistotasoisesta koulutuksesta ammattikorkeakoulukoulutukseksi on kirjoittanut muun muassa Katri Halonen Cuporen julkaisemassa kartoituksessa vuodelta 2004.

Nikoskisen (2010) kyselyn kohderyhmänä olivat vuoden 2008 loppuun mennessä Humakista valmistuneet kulttuurituottajat. Kulttuurituottajien koulutus oli vielä tuolloin suhteellisen uutta ja kulttuurituottaja-nimike työelämässä tuore, minkä vuoksi Nikoskisen oli vaikea löytää oikea tutkimusasetelma tutkimukseensa. Hän halusi tutkia kulttuurituottajien ammatillisen aseman kannalta olennaisia teemoja kuten työllistyminen, sen nopeus, työsuhteiden laatu, työn toimiala ja koulutusta vastaavissa työtehtävissä toimiminen. Erityisesti kulttuurituottajien työnkuvien ja työtehtävien kartoittaminen ennakkoon laaditulla kyselyllä osoittautui yllättävän hankalaksi.

Tuottajien työn todellisuus on muuttunut nopeasti viimeisen parinkymmenen vuoden aikana. Kuten jo aiemmin mainittiin, kulttuurituottajien ammattikorkeakoulutuksen tausta on pistoasteen kulttuurisihteerikoulutuksessa.

Opistotasaisen koulutuksen läpikäyneet kulttuurisihteerit työllistyivät usein kuntiin julkiselle sektorille tai kulttuuriyhdistyksiin ja järjestöihin. Viimeisimmän kartoituksen mukaan yksityisissä yrityksissä tai yrittäjinä työskentelee jo selvästi yli puolet kulttuurituottajista.

Toinen selvä muutos verrattuna aiempaan on tapahtunut työsuhteiden laadussa. Vuosituhannen vaihteessa opintonsa aloittavia kulttuurituottaja-opiskelijoita varoiteltiin alusta alkaen niin sanotuista epätyypillisistä työsuhteista ja projektiluonteisesta työstä. Sittemmin epätyypillisistä työsuhteista on tullut arkipäivää. Kulttuurialalla pätkätyöllisyyden nopea kasvu ei ole tullut uutisena, mikä on ehkä hyväkin asia. Työelämän muutosta ehdittiin ennakoita ja siihen myös osin sopeutua, ennen kuin muutos kosketti koko työelämää ja koko ajan kasvavaa työntekijäjoukkoa.

Työelämän muutoksesta huolimatta kulttuurituottajat näyttävät työllistyvän paremmin nyt kuin ammattikorkeakoulutasoisen kulttuurituottajakoulutuksen alkuvuosina. Valmistuneet myös työllistyvät nopeasti: heistä yli 80 prosenttia työllistyy puolen vuoden sisällä valmistumisesta. Vuoden 2014 selvityksen mukaan työssäkävien selvällä enemmistöllä (60 %) on vakituiset työpaikat. Pätkätyö (40 %) on edelleen yleistä, mutta projektiluonteisia pätkätöitä tekevät ovat tyypillisesti olleet työelämässä vasta vähän aikaa. Hieman yli puolet valmistuneista on ollut työssä jo valmistumisensa aikaan.

Erityisen ilahduttavaa on, että 80 prosenttia työssäkävivistä kulttuurituottajakoulutuksen suorittaneista vastaajista kokee olevansa koulutustaan vastaavalla alalla. Vielä neljä vuotta aiemmin luku oli kymmenisen prosenttia alempi. Syitä tähän hyvään kehitykseen voi etsiä monelta suunnalta.

Kulttuurituottajakoulutuksen tunnettuus on kasvanut vuosien myötä siitäkin huolimatta, että sekä koulutus että ammattinimike ovat edelleen suhteellisen uusia. Vaikka kulttuurituottajatutkinnon suorittaneet toimivat työelämässä hyvinkin erilaisilla ammattinimikkeillä, on tuottaja- ja kulttuurituottajanimikkeellä toimivia jatkuvasti enemmän. Tämä on yksi osoitus siitä, että tuottajaosaamisen tarve tunnustetaan aiempaa paremmin niin taiteen ja kulttuurin kentällä kuin laajemminkin. Kulttuurituottajat toimivatkin usein muilla kuin perinteisesti kulttuurialoiksi luetuilla aloilla. (Nikoskinen 2010, 129–130.)

Viime vuosina on keskusteltu taajaan luovista aloista ja luovasta taloudesta ja nyttemmin erityisesti kulttuurin ja hyvinvoinnin yhteyksistä, ja keskustelut ovat nostaneet voimakkaasti esiin kulttuurin, yhteiskunnan ja talouden kytkeytymisen toisiinsa. Tämä on osaltaan auttanut kulttuurituottajia sijoittumaan aiempaan verrattuna uusille aloille. Luostarisen ja Parkkolan (2012, 176) mukaan ”samalla taiteen ja siihen liittyvien toimenkuvien määrittelyt ovat murtautuneet ulos perinteisistä ja usein korkeakulttuurisista

lokeroistaan osaksi muuta yhteiskuntaa ja taloutta. Toisaalta myös luovuuden merkitys kaikilla toimialoilla on nähty uudistumisen ja myös kilpailukyvyn edellytyksenä”. Välittäjätoiminnan ja verkosto-osaamisen tarve on noussut tässä keskustelussa erittäin tärkeälle sijalle. Välittäjänä, fasilitaattorina ja verkostoijana toimivan tuottajan osaamiselle on aiempaa enemmän tilausta.

Vuoden 2014 työllistymiskartoituksessa vastaajilta kysyttiin, katsovatko he työllistyneensä koulutustaan vastaavaan työhön. Kysyttiin myös kokevatko he, että työtehtävien vaatimustaso vastaa heidän koulutustaan ja työtehtävien vaatimustaso heidän osaamistaan. 80 prosenttia vastaajista vastasi myöntävästi. Sama osuus vastaajista oli tyytyväinen työnsä sisältöön. Sekä vuoden 2010 että vuoden 2014 selvityksissä vastaajien joukossa oli myös niitä, jotka olivat pettyneet koulutuksen tarjoamiin mahdollisuuksiin ja urakehitykseensä. Nikoskisen mukaan juuri ”urien aaltomaisuus, katkonaisuus ja tasaisuus määrittivät pitkälle kaikkien kulttuurituottajien näkemyksiä tähänastisista urista”. Toisaalta Nikoskinen toteaa, että ”kulttuurituottajien sisäinen kokemus nostaa pintaan urien yksilöllisyyden; ulkoisesti tasaiselta tai pirstaleiseltakin vaikuttava ura voi subjektiivisesti koettuna olla kehittyvä, etenevä, monipuolinen ja myös vakiintunut”. (Nikoskinen 2010, 133.)

Vaikuttaa siltä, että käsitys koulutuksen tuottamasta osaamisesta on monipuolistunut. Samalla on kasvanut luottamus siihen, että tuottajaosaamista todella tarvitaan erilaisissa tehtävissä yhteiskunnan eri alueilla. Työtehtävät saattavat olla hyvinkin erilaisia eri työpaikoissa, mutta siitä huolimatta niiden hoitaminen vaatii nimenomaan kulttuurituottajan osaamista. Tuottajien työnkuvat levittäytyvät laajalle, ja työ, jota tuottajat tekevät työuransa aikana, edellyttää muuttuviin työympäristöihin sopeutumista. Kuten Nikoskinen (2010, 131) toteaa, ”kulttuurituottajien sopeutuminen monenlaisiin toimenkuviiin kertoo ehkä osaltaan tuottajien osaamispankin monipuolisuudesta”. Nykypäivän työmarkkinoilla tarvitaan tuottajaosaamisen lisäksi generalistisia perustaitoja ja oppimisen taitoja.

Kulttuurituottajien työnkuvaa pyrittiin vuoden 2014 selvityksessä kartoittamaan myös sen mukaan, missä asemassa vastaajat katsovat olevansa organisaatiossa. Vastaajilta kysyttiin, katsovatko he työnsä olevan ensisijaisesti suorittavaa työtä, asiantuntija- tai kehittämistyötä vai esimiestehtäviä. Tuottajien työnkuvat ovat moninaiset, minkä vuoksi osattiin jo odottaa, että kysymys olisi hankala erityisesti kulttuurituottajille. Vastaajista vain kymmenen prosenttia ilmoitti kuitenkin asemansa olevan ”jotain muuta” eli vaikeasti määriteltävissä. AMK-tutkinnon suorittaneista enemmistö työskenteli joko johtotason (11 %) tai asiantuntijatason (43 %) tehtävissä. Määrää voi pitää suurena, sillä vastaajat ovat uransa alkuvaiheessa, jolloin suorittavan tason työ voisi olla yleisempää.

Toivoakseni yksi suunta, josta syytä hyvään työllisyyskehitykseen voidaan etsiä, on itse kulttuurituottajakoulutuksen kehittyminen viime vuosina. Opetussuunnitelmatyötä on tehty systemaattisesti ja on pyritty vastamaan työelämän nopeaan muutokseen ja muuttuvaan toimintaympäristöön. Viimeisimmät opetussuunnitelman uudistukset on toteutettu vuosina 2008 ja 2013, ja seuraava opetussuunnitelman uudistamistyö on syksyllä 2015 käynnistymässä.

Myös opetuksen ja tutkimus- ja kehittämistoiminnan (TKI) integroiminen on edennyt viime vuosina nopeasti erityisesti uuden valmennuspedagogiikan käyttöönoton myötä. Humak on ennakoanut työelämän muutosta linjaamalla, että kulttuurituotannon yksikön tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminnassa kehitetään kulttuurin ja muiden toimialojen rajapinnoilla tapahtuvaa tuottajatoimintaa. Kehittämishankkeissa on etsitty tuottajuuden uusia toimintamalleja ja tuotu tuottajaosaamista niiden toimijoiden ja toimialojen saataville, jotka eivät aiemmin tuottajaosaamista tienneet tarvitsevansa. Opiskelijoilla on ollut vahva rooli kehittämishankkeisiin kytkeytyvissä projekteissa, mikä on vahvistanut jo opintojen aikana syntyviä työelämäyhteyksiä ja osaltaan helpottanut myös työllistymistä. Toisaalta TKI-toiminnan kautta on opetuksen tueksi saatu aiempaa enemmän ajankohtaista tietoa työelämän ilmiöistä ja uusista virtauksista sekä tuottajatoiminnan mahdollisuuksista.

Lähteet:

Lind, Juha & Vartiainen, Pekka 2006. *Minne tie vie?* Humanistisesta ammatikorkeakoulusta vuosina 2001-2004 valmistuneiden yhteisöpedagogien ja kulttuurituottajien työelämään sijoittuminen, jatko-opintosuunnitelmat ja koulutuskokemukset. Sarja B. Projektiraportit ja selvitykset 3, 2006. Helsinki: Humak.

Nikoskinen, Elina 2010. *Kulttuurituottajana työelämään*. HUMAKista valmistuneiden kulttuurituottajien (AMK) työelämään sijoittuminen, koulutuskokemukset ja jatko-opintosuunnitelmat. Sarja B. Projektiraportit ja selvitykset 15, 2010. Helsinki: Humak.

Halonen, Katri 2004. *Huomisen rientoja tuottamassa*. Tapahtumatuottajien ammatin kehitystrendejä tuottajia kouluttavien ammattikorkeakoulujen näkökulmasta. Cuporen julkaisuja 5, Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö 2004.

Luostarinen, Nina & Parkkola, Timo 2012. "Kulttuurista tuottajaksi: kulttuurituottaja verkostoituvassa merkitystaloudessa." Teoksessa: Parkkola, Timo (toim.) 2012. *Tilaa verkostoille – Luovan talouden verkostojen määrittelyä, toimijoita ja solmukohtia*. Sarja B. Projektiraportit ja selvitykset 22, 2012. Helsinki: Humak.

Timo Parkkola

Tuottaja venyy, vaan ei katkea - törmäyskursseja tuottajan kielessä ja kulttuurissa

Sosiologisessa tutkimukseen keskeisesti vaikuttaneen Pierre Bourdieun mukaan taide ja kulttuuri muodostavat kentän, toiminnan alueen, joka kokonaisuutena tuottaa teoksen arvon. Kulttuuri siis nousee monimutkaisesta suhdeverkostosta, johon kuuluu monenlaista väkeä soitinvalmistajasta kirjakauppiaseen, valoteknikosta talousjohtajaan ja toki... taiteilijasta kulttuurituottajaan. Alun perin vuonna 1983 julkaistussa teoksessaan Bourdieu nostaa esille välittäjäportaan, henkilön tai ammattikunnan jonka tehtävänä on tuoda taiteen ja kulttuurin tuotteet markkinoille. Olennaista tässä Bourdieun ajattelussa on näkemys ”luovan subjektin”, siis taiteilijan, syntytavasta. Kysymys ei ole vain luovasta persoonasta, joka roihahattaa kaikkien tietoisuuteen, vaan kulttuurin tuotteet syntyvät kulttuurituotannon kentän yhteistoimintana, jossa myös kulttuurituottaja omalta joskus hyvinkin tärkeältä osaltaan huseeraa. (Bourdieu 1993, 76–77.)

Bourdieulaisesti ajateltuna kulttuurituottajan merkitys tulee esille nimenomaan välittäjänä kulttuurin ja sen yleisöjen välillä. Tuottaja on keskeinen toimija ”pöytälaatikon” ja kulttuurituotteiden laajemman markkinan välillä. Tuottaja nostaa kulttuurin ihmisten laajempaan tietoisuuteen ja myös kaupalliseksi tuotteeksi. Välittäjän työ sisältää kuitenkin enemmän kuin vain myyjän tehtäviä. Työhön kuuluu kyllä taiteen ja kulttuurin tuotteiden myymistä, mutta se sisältää myös esimerkiksi muun kulttuurin kentän kanssa käydyn vuoropuhelun (joka ei sekään ole aivan yksinkertaista), joka niin ikään sisältää erilaisia kulttuureja. Työssään kulttuurituottajan on osattava ottaa huomioon esimerkiksi kulttuurin lajityyppeihin liittyviä eroavaisuuksia tai vaikkapa maantieteellisiin toimintaympäristöihin liittyviä eroja. Kirjallisuuden tuotannossa hyviksi havaitut tuotannon tavat eivät mitenkään itsestään selvästi toimi tapahtumatuotannossa. Se, mikä on normaalitoimintaa Suomessa, ei välttämättä ole tavallinen tapa tehdä asioita vaikkapa Etelä-Amerikassa. Kulttuurituottajalla ei ole yhtä ainoa toimenkuvaa, vaan siihen sisältyy useita erilaisia ammatteja.

Kulttuurituottajan ammattikuntaa on Suomessa typologisoitunut erityisesti Katri Halonen väitöskirjassaan *Kulttuurituottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa*. Väitöskirjassaan Halonen nostaa esille viisi erilaista tuottajatyyppejä. Hänen mukaansa tuottaja voi olla taiteilijan assistentti, mediaattori, indie-tuottaja, tuotantoassistentti tai kaksoisagentti. Taiteilijan assistentti

tarkoittaa tuottajaroolia, jossa tuottaja mahdollistaa ja välittää taidetta puutumatta itse luomisprosessiin. Mediaattori puolestaan välittää taidetta ja kulttuuria osaksi kulttuuri-instituutioiden toimintaa ja työskentelee useimmiten julkisella sektorilla. Indie-tuottajana toimiva kulttuurituottajat puolestaan ovat pääosin yrittäjämäisesti toimivia tuottajia, jotka nostavat tavallisesti esille kulttuurin valtavirrasta poikkeavia tuotteita usein nojautumalla tietoon tai oletukseen jonkin taideyleisön tarpeista tai toiveista. Indie-tuottaja myös osallistuvat esimerkiksi taiteilijavalintoihin ja vaikuttavat näin myös ainakin osittain yleisöille suunnattaviin sisältöihin. Tuotantoassistentit puolestaan ovat vahvemmin kaupallisen sektorin edustajia. He tapaavat työskennellä esimerkiksi kaupallisen tapahtumamarkkinoinnin ja -tuotannon parissa tai festivaaliorganisaatioissa. Kaksoisagenttina toimivat tuottajat sen sijaan työskentelevät useimmiten kaupallisella sektorilla yritysten välisissä tuotannoissa projektinjohtajina. Muista tuottajatyypeistä poiketen kaksoisagenttien tuottamassa kulttuurissa kokonaisuuden idea on tavallisesti tuottajalähtöinen, ja tuottaja edistää ideaa hankkimalla siihen taiteen kentältä sopivia sisältöjä. (Halonen 2011, 63–69.)

Halonen on tutkinut sittemmin myös tuottajien sfäärejä. Tuottajan sfäärit tuottajien tyologisointina näyttäisi pitkälti seuraavan taiteentutkimuksen näkökulmien muuttumista teos- ja tekijäkeskeisyydestä yleisö- ja ”tekstikeskeiseksi” ja edelleen joukkoistetuksi ”yhteistaiteilijuudeksi”. Halosella sfäärejä on kolme: taiteentuottaja, osallisuuden tähtäävä tuottaja ja tuottaja, joka toimii fasilitaattorin roolissa. Taiteen tuottaja näyttäytyy näistä puhutuin taiteen tukitoimintona, jonka tehtävänä on ratkoa ongelmia. Hän huolehtii taiteellisen idean jalostamisesta produktioksi, sen konseptoinnista, markkinointiviestinnästä ja esillepanosta. Osallisuuden tähtäävä tuottaja puolestaan keskittyy taiteilijan ja yleisön interaktioon ja nostaa samalla yleisön osalliseksi taiteen tekemiseen. Keskeistä on tällöin vastavuoroisuus yleisön ja taiteen välillä. Kolmannessa sfäärissään Halonen käsittelee fasilitaattorin roolia. Tässä roolissa tuottaja huolehtii taiteellisesta prosessista, jossa lopullisen taideteoksen taustalla voi olla lukuisa joukko esimerkiksi sosiaalisen median kautta teoksen tekemiseen osallistuneita henkilöitä tai ryhmiä. (Halonen 2012, osa 1, 50–51.)

Edellisten lisäksi käsittelyyn voidaan nostaa vielä verkostotuottajan rooli. Se pohjautuu pitkälti ajatuksen kulttuurin osittaisesta siirtymisestä luovan talouden vaiheeseen, jossa kulttuurilähtöinen toiminta muodostaa oman ekosysteeminsä laajemmin talouden kentälle sekä aluetaloudessa että globaaleilla markkinoilla (Florida 2005, 28). Tässä tilanteessa tuottajan on osattava suunnistaa erilaisissa verkostoissa ja kyetä fasilitoimaan erilaisten kulttuuritoimijoiden ja luovan talouden yrittäjien yhteistyötä sekä toimimaan eri toimialojen rajapinnoilla. Näin kulttuuria ei tarkastella vain kulttuurin kentän lähtökohdista, vaan kulttuuri on osa yleisempää taloudellista ja yhteiskunnallista kokonaisuutta ja usein myös moottori erilaisille

innovaatioille ja alueelliselle vetovoimalle. (Luostarinen & Parkkola 2012, 118–121.)

Kulttuurituottajista on siis moneksi, ja työn määritelmiä on muitakin kuin edellä esitellyt. Kulttuurituottaja -nimikkeen lisäksi on puhuttu esimerkiksi agenteista ja managereista, on nostettu esille tekniset tuottajat, rakenteiden tuottajat ja niin edelleen. Yksi asia kaikkia tuottajia kuitenkin yhdistää. On tultava toimeen erilaisten tahojen kanssa. Tuottaja työskentelee taiteilijoiden, yleisöjen, yhteisöjen, aluekehittäjien, poliitikkojen, eri kansallisuuksien, instituutioiden, yritysten ja myös toisten tuottajien kanssa. Tuottaja ei siis tee työtään yksin, ja jokaisessa tilanteessa, ja kaikkien tahojen kanssa, pitäisi kyetä kommunikoimaan niin, että toiminnan tavoite saavutetaan. Eikä toiminnan tavoite ole aina välttämättä sama kuin sen tahon tavoite, jonka kanssa yhteistyötä tehdään. Kulttuurituottajan monipuolinen työ vaatii ”sosiaalista karaistumista” jos mieli tavoitteet saavuttaa. Hyvä kulttuurituottaja taipuu, mutta ei katkea.

Crash test dummies

Tuottajan käsikirjassa Elina Saksala toteaa, että tuottaja on kulttuurituotannoissa kaiken tekemisen taustalla. On varattava tilat, jos sellaisia tarvitaan, tulee hankkia luvat ja rahoitus, pitää suunnitella ohjelma, tiedottaa ja markkinoida, luoda yhteishenkeä ja huolehtia lopputuloksesta. Ja ettei homma kävisi liian yksinkertaiseksi, tulee kyetä tekemään tämä monenlaisissa toimintaympäristöissä. (Saksala 2015, 14.) Aina törmäyksiäkään ei voi välttää. Sirpa Bertling nostaa esille tuottajan merkityksen neuvottelijana. Hänen mukaansa tuottaja oikeastaan ohjaa tuotantoja eteenpäin juuri neuvottelemalla. (Bertling 2007, 62.) Tahoja, joiden kanssa neuvotellaan, on monia. Taiteilijat eivät aina ole helppoja ihmisiä, jonkinlainen hankaluus tuntuisi liittyvän luovaan prosessiin: jos luova ihminen haluaa saada ideansa läpi, hänen täytyy olla kova. Muuten hommat jäävät puolitiehen.

Alf Rehn on käyttänyt runsaasti palstatilaa tämän asian käsittelemiseen. Hän esimerkiksi kirjoittaa johtajista, jotka työskentelevät luovien ihmisten, vaikkapa taiteilijoiden, kanssa. Heillä on taipumusta puhua yhtä paljon johtamisensa ongelmista kuin eduista. Luovissa ihmisissä näyttäisi olevan aimo annos negatiivisia piirteitä, kuten ”itsekeskeisyyttä, kiivasta temperamenttia, vaikeuksia viedä projektia loppuun ja lukuisia muita paheita, joiden vuoksi he ovat hankalia työkavereita”. (Rehn 2011, 119–120.) Ja näistä täysin välttämättömistä ihmisistä huolimatta tuottajalla on tavoite, joka pitäisi saada maaliinsa. Välttämättä ei käy kateeksi kiertuemanageria, jonka vastuulla on kiertueen onnistuminen siitäkin huolimatta, että hän joutuu päivästä toiseen

sulloutumaan samaan keikkabussiin tai lentokoneeseen taiteilijoiden kanssa ja huolehtimaan aina uudessa keikkapaikassa, että jokaiselle omanlaiselleen tyyppille löytyvät sellaiset fasilitteetit, että hän ylipäättään suostuu esiintymään. Neuvottelutaitoja eittämättä tarvitaan. Eikä tässä kaikki. Toimeen on tultava myös esimerkiksi promoottorien, keitraajien, lehdistön, keikkamyymyjien, yleisöjen ja tullimiesten kanssa. Kaikilla näillä on oman työnsä kautta erilainen kieli, ja joskus he myös konkreettisesti puhuvat eri kieltä ja ammentavat toimintatansa kokonaan toisesta kulttuurista. Kaikissa näissä tapauksissa tulee kyetä ottamaan iskuja vastaan, väistämään ja tarvittaessa lyömään takaisin (toki kuvainnollisesti) niin että tuntuu.

Edellä kuvatun kaltaisiin ongelmiin on käytännön työstä hakenut vastauksia muun muassa James Ennoila, joka on toiminut esimerkiksi Apocalyptican kier- tuemanagerina, Lepakon portsarina ja sittemmin vastannut useiden kulttuuritapahtumien rakenteista Pågå-tuotantoyhtiönsä kautta. Verottajan tiedoissa hänen ammattinimikkeensä on paimen, mikä juontaa juurensa hieman kauemmas, mutta eipä tuota nimikettä ole ollut myöhemminkään tarvetta muuttaa. Se oikeastaan kuvaa parhaiten sitä, mitä hän erilaisten tahojen kanssa työksensä tekee. Jamesin kanssa käydyissä keskusteluissa hän on jakanut tuottajan tärkeimmät ominaisuudet kolmeen osaan. Ne ovat syvähengitys, reggaepolvet ja 10 minuuttia (joka Kolumbiassa muuttuu muotoon 15 minutes). Sanat kuvaavat melko hyvin erilaisia tilanteita, joihin vieraisissa toimintaympäristöissä voi joutua, oli kysymys sitten metallikeikasta Kolumbiassa, eri toimialojen kanssa tehtävästä yhteistyöstä tai maksuhaluttomien asiakkaiden kohtaamisesta.

Syvähengityksellä Ennoila tarkoittaa tilannetta, jossa asioita ei vaan voi muuttaa. Silloin ei ole muuta mahdollisuutta kuin vetää syvään henkeä, laskea kymmeneen ja kääriä hihat. Hommat pitää saada hoidettua, vaikka mitä ongelmia tulisi vastaan. Reggaepolvien puolestaan tarvitaan ihan nimensä mukaisesti joustamiseen. Tilanteesta selviää paremmin, kun ottaa oikean asenteen. Jos asiat eivät mene niin kuin niiden pitäisi mennä, on turha menettää hermojaan – varsinkaan silloin, kun ei kuitenkaan voi muuta kuin joustaa. Elämä on, mutta hommat pitää tässäkin selvittää jotenkin.

Kolmas tuottajan reagoititapa 10 minuuttia. Tällä James Ennoila tarkoittaa paradoksaalista tilannetta, jossa enemmistö on aina oikeassa, mutta maaliin johtavat ratkaisukeinot on löydettävä enemmistön ”oikeassa olemisesta” huolimatta. Lopulta kaikki on kiinni ”head roomista” eli aina on 10 minuuttia aikaa, jopa kiireessä. Eri kulttuureissa vaan toimitaan eri tavalla, kuin meillä eikä se tapa ole välttämättä toisen maan perspektiivistä väärä. Siitä huolimatta on päästävä tavoitteisiin. Tosin silloin kun vastapuoli toteaa kaiken olevan OK ja pyytää odottamaan 10 minuuttia, kannattaa myös olla varovainen. Muuten voi käydä niin ettei haluamaansa saa ikinä tai pahimmassa tapauksessa vastapuolta ei näe enää koskaan, eikä lippukassaakaan... Sitä ei voi omassa leirissä oikein kulttuurieroilla selittää.

Näiden lisäksi on vielä muistettava, että vain oman viiteryhmän kuuluvien kesken voi tehdä lupauksia, ellei sitten ole aivan varma siitä, että voi lupauksensa myös pitää. Muita aloja tai kulttuureja edustavien tahojen kanssa liikkeiden lupaaminen voi olla suorastaan vaarallista. Lupauksiin nimittäin suhtaudutaan vakavasti, ne otetaan tosissaan. Tässäkin on oikeastaan kysymys erilaisten toimintakulttuurien tuntemisesta. Esimerkiksi nepalilaiset ottavat jo vihjeetkin lupauksena, kun joissain muissa kulttuureissa ei olla ihan niin tarkkoja ja mahdollisista tuloksista voi jutella vapaammin. Saa sitten katsoa, mitä tapahtuu. Ongelma on siinä, että ensin pitää tietää mitä missäkin voi puhua tai luvata. Tämän asian myös kirjoittaja on karvaasti kokenut luettuaan Nepalissa sanomalehdestä, mitä tuli luvattua. Oikea vastaus olisi ollut: ei mitään, mutta kulttuuri päättää, miten asiat tulkitaan, ja asioiden jälkipyykkäminen muodostuu helposti törmäykestiksi.

Kulttuurituottaja ja kulttuuriset erot

Kulttuurialan ja meriteollisuuden välisissä yhteisprojekteissa projektituottajana toimineen Lan Le-Gävertin mukaan eri toimintakulttuureista tulevan tuottajan täytyy jatkuvasti ottaa huomioon, että yhteistyössä on kysymys erilaisten ihmisten ja organisaatioiden välisestä kanssakäymisestä. Tästä johtuen väärinymmärryksiltäkään ei aina voi välttyä. Kulttuurien rajapinoissa toimivan tuottajan tehtävänä on toimia tulkkina ja neuvottelijana, mutta entä jos ei itsekään aina kykene kääntämään toisiinsa törmäviä kieliä kaikille ymmärrettävään muotoon? Näistä lähtökohdista Le-Gävert kuvaa tuottajan toimintaa säännöllisesti etenevän syklin sijasta maastajuoksuksi. Korjausliikkeitä on oltava valmis tekemään hyvinkin nopeasti, ja tuottajan tulee taipua tilanteen mukaan – kuitenkin tavoitteet muistaen. (Le-Gävert 2013, 73.) Käytännössä tilanteet muistuttavat siis hyvin paljon niitä tilanteita, mitä James Ennoila on omassa työssään kohdannut, vaikka toimintakenttä kansainvälisen rock-yhtyeen kiertuemanagerina on täysin toinen.

Jotain kulttuurituottajan työn kentstä kuitenkin kertoo se, että monelta suunnalta keskeiseksi asiaksi nousee kulttuuriset erot niiden eri toimijakenttien välillä, joiden kanssa tuottaja työskentelee. Samalla se kertoo jotain siitä maailmasta, tai Bourdieun termein, kulttuurin kentstä, jossa kulttuurituottaja työskentelee. Maailma on kuitenkin muuttunut Bourdieun ajoista. Kenttä, jolla kulttuurituottaja työskentelee, ei enää koostu vain kulttuurin toimijoista. Lisäksi kaikissa toimintaympäristössä toimijoilla ei ole enää välttämättä yhtymäkohtaa kulttuurin kielessä (jos sellaista nyt koskaan on ollutkaan). Nämä huomiot koskettavat tavalla tai toisella kaikkia tuottajia riippumatta siitä, mihin kategoriaan, sfääriin tai määritelmään hänet on typologisoitu. Kulttuurituottajan ammatti on viimeisen kolmenkymmenen

vuoden aikana monipuolistunut monien muiden ammattien tavoin. Toimialat eivät ole enää tarkkarajaisia, minkä vuoksi ammattikuntiin liittyviä tilastoja-kin on jatkuvasti hankalampi lukea. Yhteistyö erilaisten toimijoiden välillä on lisääntynyt, kuten vaikkapa Antti Hautamäki on todennut jo vuonna 1990. Hänen mukaansa koko yhteiskunnan voidaan nähdä muuntuneen verkostoyhteiskunnan suuntaan, jolloin yksittäisen henkilönkin menestys riippuu hänen kyvyistään suunnistaa verkostoissa ja kyvyistä tulla toimeen eri tavoin ”näkevien” tahojen kanssa. (Hautamäki 1990, 98.)

Nyt, kaksituhattaluvun toisella vuosikymmenellä, myös kulttuuri on globaali toiminnankenttä. Kansainvälistyminen on tapahtunut osittain tietoverkkojen mukanaan tuoman globaalin markkinan kautta mutta myös siksi, että Suomi itsessään kansainvälistyy, tahtoivat suomalaiset sitä tai eivät. Kulttuuriin ei välttämättä enää liity se vahvasti kansallinen näkökulma, jossa kulttuuri on rakentanut kansakunnan identiteettiä. Kulttuuri ja kulttuuritoiminta ovat osa muuta taloutta ja yhteiskuntaa ja osittain myös ohjaavat niitä. Tässä todellisuudessa kulttuurituottajan täytyy olla valmis poistumaan omalta kulttuuriselta mukavuusalueeltaan, jolloin väistämättä törmätään erilaisiin toimintatapoihin ja – kyllä – kulttuureihin. Juuri tämä voi tehdä kulttuurituottajan työstä mielenkiintoista ja avata uusia mahdollisuuksia. Välittäjäta-hona kulttuurituottaja rakentaa siltoja, mikäli mahdollista, jonnekin, minne ei ole aikaisemmin menty. Kulttuuri kuuluu kaikille ja kaikkialle. Missään tapauksessa se ei ole ongelmatonta, mutta kiinnostavaa, innostavaa ja hedelmällistä se on. Kuten Markku Wilenius (2004, 229) toteaa: ”Kokemukset luovuudella menestyneistä organisaatioista osoittavat, että sellaiset positiiviset jännitteet, jotka syntyvät erilaisia taustoja omaavien ihmisten kohdatessa, ovat kaikkein hedelmällisimpiä”.

Lähteet:

Bertling, Sirpa 2007. ”Tuottajuuden syvin olemus”. Teoksessa: Bertling, Sirpa; Rantala, Teija & Saksala, Elina: *Tuottajan työ*. Helsinki: YLE.

Bourdieu, Pierre 1993. *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.

Florida, Richard 2002. *The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.

Halonen, Katri 2011. *Kulttuurituottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa*. Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research 411. Jyväskylä: University of Jyväskylä.

Halonen, Katri 2012. ”Tuottaja tuottaa taidetta ja yhteisöjä: Tuottajan kolme sfääriä.” Teoksessa: Halonen, Katri et. al. *Tuottaja 2020. Osa 1 Kulttuurikoulutuksen suuntaviivoja: Tuottaja 2020 –hankkeen loppuraportti*. Helsinki: Metropolia.

Le-Gävert, Lan 2013. *Kalidoskooppi: Rajojen ylityksiä ja yhteistyötä luovien alojen ja meriteollisuuden välillä*. Helsinki: Humak.

Luostarinen, Nina & Parkkola, Timo 2012. ”Kulttuurista tuottajaksi: kulttuurituottaja verkostoituvassa merkitystaloudessa.” Teoksessa: Parkkola, Timo (toim.) 2012. *Tilaa verkostoille – Luovan talouden verkostojen määritelmiä, toimijoita ja solmukohtia*. Sarja B. Projektiraportit ja selvitykset 22, 2012. Helsinki: Humak.

Rehn, Alf 2011. *Vaaralliset ideat: Kun sopimaton ajattelu on tärkein voimavara*. [Toisenlainen kirja luovuudesta]. Helsinki: Talentum.

Saksala, Elina 2015. *Tuottajan käsikirja*. Helsinki: Like kustannus Oy.

Wilenius, Markku 2004. *Luovaan talouteen: Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana*. Sitra 266. Helsinki: Edita.

The page features several large, expressive orange brushstrokes of varying sizes and orientations, scattered across the white background. These strokes are positioned around the central text, with some overlapping the edges of the text area. The largest stroke is at the bottom right, extending towards the corner. Other strokes are located on the left side and above the text.

SAAVUTETTAVUUS JA SOVELTAVA TAIDE

Arto Lindholm

Osallistumisen ihanuus ja kurjuus kulttuurialalla

Nykyajan ihannekansalainen ei ole pelkästään työnsä tekevä ja sääntöjä totteleva kansalainen. Hän on myös yhteiskunnallisesti valveutunut, vaikutusmahdollisuuksiaan hyödyntävä ja aktiivisen elämäntyylin omaksunut hahmo. Näin ainakin voitaisiin päätellä siitä vimmaisesta eetoksesta, jolla ihmisille tarjotaan yhä uusia osallistumisen mahdollisuuksia päätöksentekoon ja omaehtoisten sisältöjen tuottamiseen. Yhä kaukaisemmalta vaikuttaa sellainen massayhteiskunnan aika, jossa ihmiset kokivat olevan turvassa ollessaan alamaisia ja toiminnan kohteita. Aika alkaa olla kypsä uudentalaiselle kansalaisuudelle, jossa ihmisten oletetaan olevan aktiivisia toimijoita.

Tässä artikkelissa tarkastelen kulttuuriin osallistumista kahdesta näkökulmasta: (1) miten ihmisten omaehtoinen kaupunkikulttuuri on nousemassa yhä tärkeämmäksi osaksi kulttuurituotantoa ja (2) miten elämyksellisen ja uusyhteisöllisen toiminnan vaatimus on aiheuttanut muutospaineita kulttuurilaitoksille. Artikkelini perustuu isolta osaltaan johtamaani Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin -hankkeeseen sekä sen pohjalta syntyneeseen teokseen *Ei-kävijästä osalliseksi* (Lindholm 2015).

Kaupunkikulttuurin murros 1980-luvulla

Kun muutin nuorena miehenä Helsinkiin 1980-luvun alkupuolella, kaupunki näyttäytyi minulle vapaamielisenä ja elämää sykkivänä kulttuurien sulatusuunina, johon pikkukaupungin kasvatinkin oli helppo sukeltaa. Nykyhetkestä katsottuna tuon ajan Helsinki oli kuitenkin tapahtumaköyhä ja sisäänpäin lämpiävä kaupunki, joka muistutti enemmän itäblokin harmaita virastokaupunkeja kuin läntisiä metropoleja.

Helsingin kulttuurielämää ravisteli iso muutoksen aalto 1980-luvun loppupuolella, jota alettiin kutsua juppiajaksi. Ajan ilmiöitä kritisoiitiin jo tuoreeltaan pinnallisiksi ja egoistisiksi, mutta juppiaika vapautti kansalaiset monin tavoin valtion kahleista. Ravintoloihin saattoi mennä arkena ilman huonoa omaatuntoa, uudet mediat (mm. Radio City ja City-lehti) haastoivat

valtavirran totuudet ja marginaalikulttuurit (esim. gay-kulttuuri) nousivat pimennoistaan osaksi uutta kaupunkikulttuuria.

Muutoksen aalto ei syntynyt sattumalta. Taustalla vaikutti jo pitkään kytenyt läntisten yhteiskuntien liberalisoituminen, joka kulminoitui liberalismiin murskavoittoon kylmässä sodassa. Yhtenäiskulttuurin vaatimus liitettiin häviölle jääneeseen kommunistiseen ideologiaan, minkä vuoksi massayhteiskunnan arvot jäivät taustalle. Väestörakenteen muuttuminen kiihdytti muutosta: alati suurempi osa kaupunkilaisista oli sinkkuja tai dinkkuja eli lapsettomia, työssäkäyviä pariskuntia. Nämä olivat kokeneet elämyksellisiä tapahtumia matkoillaan ulkomailla ja alkoivat esittää vaatimuksia vapaamman kulttuurielämän puolesta kotimaassa. Lainsäädäntöä hölennettiin nopeasti: esimerkiksi katusoitto sallittiin, ravintoloiden aukioloaikoja ja säännöstöjä liberalisoitiin ja monenlaiset tapahtumat alkoivat värittää pääkaupungin ilmettä.

Yksilön oikeuksien korostaminen ja elämyshakuisuus mullistivat myös kulttuurin sisältöjä. Ihmiset alkoivat arvottaa elämäänsä yksinkertaisella kaavalla: mitä enemmän elämyksiä, sitä rikkaampi elämä. Keräilemällä paljon yksilöllisiä elämyksiä ihmiset saivat sosiaalista arvostusta ja pystyivät sillä erottumaan massasta. Sosiologit saksalaisen Gerhard Schulzen (1992) johdolla alkoivat puhua elämystaloudesta, joka johti elämysyhteiskuntaan: ärsykejanoisille ihmisille alettiin tarjota tarkoin laskettuja sykähdyttäviä tapahtumia. Tämä näkyi myös kielessä. Huvipiustoista tuli elämyspiustoja, kylpylöistä elämyskeiteita ja kokonaisista kaupungeista saatettiin puhua elämyskeskuksina.

Elämyksiä alettiin siis myydä elämyksillä. Elämyksiä sai kuin tunnetusta vaatekaupasta: ota kaksi, maksa yksi. Lisäksi vaikuttavan elämyksen tuli olla niin kokonaisvaltainen, että kaikki aistit kokivat tapahtuman. Kulttuurituotannossa ei voitu enää olettaa pelkän taiteen sisällön aina riittävän, vaan oli ajateltava miltä joku asia näyttää, kuulostaa, tuoksuu ja tuntuu. Kulttuurituotannosta vastaavan henkilön ammattinimike saattoikin olla elämysjohtaja, ja työmarkkinoille syntyi elämyskouluttajien ammattikunta.

Kaupunkikulttuurin uusi aalto

Kaupunkikulttuurin toinen suuri murros vaikuttaa sijoittuneen uudelle vuosisadalle ja erityisesti 2010-luvulle. Nyt pelkkä elämys ei enää riittänyt, vaan tapahtumien tuli tuottaa myös yhteisöllisyyden kokemus. Liberalismin voitokulku oli individualisoinut ihmiset ennennäkemättömällä tavalla, mutta äärimmilleen viety yksilöllisyys herätti myös ihmisten pohjimmaisien tarpeen

tehdä asioita yhdessä. Tunnetuin uusyhteisöllisyyttä käsitteellistänyt sosiologi lienee Michel Maffesoli (1996), joka katsoo suurkaupunkien pirstoutuneen lukemattomiksi heimoiksi: urbaani viidakko näyttäytyi Maffesolille samanlaisena kuin primitiivinen viidakko. Urbaaneja heimoja kuitenkin yhdistää verisiteen sijasta esteettinen tyyli ja emotionaalinen side: urbaani ihminen etsii sellaista yhteisöllistä tilaa, jossa hänellä on arvoa. Joissakin yhteisöissä vain piipahdetaan ikään kuin turistina, toisiin sitoudutaan koko elämäntavalla ja -tyylillä.

Monet nykyajan kulttuuri- ja muut yleisötapahtumat perustuvat yhteisöllisyyden luomiselle ja sen uusintamiselle. Yhteisöllisyyden tarvetta ei kuitenkaan voi erottaa elämyksellisyyden kaipuusta, sillä hyvin rakennettu elämys on yhtä aikaa sekä yhteisöllinen kokemus että tunne yksilöllisestä, uniikista tapahtumasta. Tällainen tapahtuma oli esimerkiksi talviklassikoksi nimetty tapahtuma. Siinä kaksi helsinkiläistä jääkiekkjoukkuetta pelasi ottelun ulkojäällä lähes kolmenkymmenen asteen pakkasessa olympiastadionilla vuonna 2011. Ottelun siirtäminen ulos mukavasta jäähallista, jossa on kaikki palvelut, olisi järjetöntä, ellei sitä ajateltaisi ottelun sijasta tapahtumana. Tällaisen tapahtuman onnistumisen edellytys on, että stadion täyttyy ääriään myöten. Vasta silloin heimot tiivistyvät ja yhteiset symbolit (liput, värit, vaatteet) ja jaetut tunteet luovat yhteisöllisen elämyksen. Tapahtumat kentällä olivat toissijaisia yleisön keskinäiseen interaktioon nähden. Maffesolilaisesta näkökulmasta talviklassikko oli heimojen yhteisöllisyyden uudistamisen rituaali, jossa yhteisön jäsenet kerääntyivät toteemin, kentän, ympärille palvomaan yhteisöä itseään.

Tämän vuosikymmenen yhteisölliset kulttuuritapahtumat ovat yhä useammin alkaneet kiertää etabloituneet taide- ja kulttuurilaitokset ja organisoituneet tapahtumajärjestäjät. Tapahtumat kumpuavat usein spontaanisti löyhistä yhteenliittymistä, ja toisinaan taustalla on yksi ainoa aktiivinen ihminen. Esimerkiksi kulttuurituotannon opiskelija Tiina Takala järjesti pikadeittaustapahtuman, johon ilmoittautui hetkessä lähes tuhat osallistujaa. Tapahtuman suosio perustui hauskaan alkuideaan ja nopeaan, spontaaniin toteutukseen, jonka taustalla ei ollut mitään organisaatiota.

Uusyhteisöllisten tapahtumien kirjo alkaa olla huomattava. Tällaisia tapahtumia ovat muun muassa erilaiset teemapäivät (esim. ravintolapäivä, siivouspäivä), epämuodollisesti organisoituneiden kaupunginosaliikkeiden tuottamat tapahtumat (esim. block partyt, katufestivaalit) ja kansalaisjärjestöjen puolipoliittiset kaupunkitapahtumat (esim. lutkamarssit, street partyt, kriittiset pyörätapahtumat, pridet). Nämä tapahtumat ovat tyypillisesti itseorganisoituneita, oma-aloitteisia, sitoutumattomia, vapaaehtoisvoimin toimivia, litteää hierarkiaa toteuttavia, demokraattista toimintatapaa noudattavia, löyhän verkostomaisesti toimivia, yhdessä tekemiseen tähtääviä, idealistisia ja vähäisillä resursseilla pärjääviä (Opas kaupunkiaktivismiin 2014,

10). Myös viralliset tahot ovat huomanneet kehityksen suunnan. Esimerkiksi Helsingin kaupungin kaupunginjohtaja Jussi Pajunen on puhunut blogissaan ”kulttuurin uudesta kultakaudesta” ja ainutlaatuisesta muutoksesta viitataan kaupunkilaisten itse tuottamaan kulttuuriin. Kaupungin rooli onkin muuttunut yhä enemmän palveluiden tuottajasta omaehtoisen toiminnan mahdollistajaksi (Wahlberg 2012, 10).

Toisinaan omaehtoiseen kaupunkitapahtumiin liittyy tietty anarkistisuus, tottelemattomuus ja Sääntö-Suomen rajojen koettelu. Ravintolapäivä valittiin vuoden 2011 kulttuuriteoksi, mutta esimerkiksi Kaljakellunta Vantaanjoella ei ole vastaavia kiitoksia kerännyt. Kaljakellunta on syytetty roskaamisesta ja turvallisuusasioiden laiminlyönnistä, mutta käräjäoikeuden päätöksellä tapahtumalla ei ole vastuullista tuottajaa eikä ketään voi syyttää laiminlyönneistä.

Omaehtoista kaupunkikulttuuria voi toteuttaa myös yhdistystoiminnan kautta. We Love Helsinki asetti tavoitteekseen ottaa kaupunkitilaa haltuun yllättävien tapahtumien avulla ja muokata siitä kansalaisten ehdoilla toimiva olohuone. Yhteismaa on puolestaan yhdistys, jonka monenlaiset hankkeet tavoittelevat ”hauskempaa, vapaampaa, kestävämpää ja yhteisöllisempää kaupunkielämää”. Yhteismaan monet tapahtumat mielikuvituksellisia ja ”hulluja”, ja juuri tämä kiehtoo elämyshakuisia ihmisiä. Yksi esimerkki on saunateatteri, jossa sekä näyttelijät että yleisö saunovat alastomina. Tämä kyseenalaistaa ainakin sen myytin, että teatteri-iltaan tulee pukeutua erityisen hienosti.

Kulttuurilaitosten muutospaineet

Taide- ja kulttuurilaitokset eivät suinkaan kehity irrallaan muusta yhteiskunnasta, vaan ne ovat jo avautuneet paljon seinensä ulkopuolelle. Nekin haluavat tuottaa yhteisöllisiä ja elämyksellisiä tapahtumia, tavoittaa kokonaan uusia yleisöjä ja saada ihmiset osallistumaan toimintaansa muutenkin kuin pelkinä kävijöinä. Tulevaisuudessa taidelaitokset hahmottelevat olevansa ihmisten kohtaamispaikkoja – eivät ainakaan taidepyhättöjä. Tätäkin suurempaa muutosta kaivataan. Esimerkiksi opetus- ja kulttuuriministeriö painottaa strategiassaan ihmisten osallistumista kulttuuriin, ja Helsingin kaupunki pyrkii suuntaamaan rahoitustaan niin, että omaehtoinen kulttuuri kukoistaisi myös lähiöissä eikä ainoastaan niin kutsutun punavihreän vyöhykkeen (Kallio-Vallila-Käpylä-Arabia) sisällä.

Kulttuurin ja taiteen pariin ihmisiä houkutellessa ainakin kolmeen eri rooliin: yleisöksi, sisällöntuottajaksi ja päätöksentekijäksi. Tätä kuvataan usein

osallistumisen portailla. Alin porras viittaa usein näennäisten vaikutusmahdollisuuksien tarjoamiseen, ja seuraavalla portaalla ihmisten mielipidettä kysytään esimerkiksi kävijäkyselyn avulla. Ylimmällä portaalla ihmiset otetaan mukaan kulttuurilaitoksen päätöksentekoon. Tämä voidaan toteuttaa kevyesti esimerkiksi neuvoo-antavan asiakasraadın kautta tai ihmisille annetaan todellista valtaa päättää kulttuurilaitoksen tarjonnasta. Ylimmälle portaalalle sijoitetaan joskus myös toimintaosallisuus eli ihmisten mahdollisuus tehdä kulttuuriesityksiä esimerkiksi alueellisessa kulttuurikeskuksessa. (Ks. Virolainen 2015.)

Kulttuurilaitokset ovat tehneet mielenkiintoisia kokeiluja, joilla ihmisille tarjotaan entistä aktiivisempi rooli ja samalla pyritään tavoittamaan uusia yleisöjä. Esimerkiksi uuden tanssin keskuksen Zodiakin Minun nimeni on ja Kansallisteatterin Reittejä Kontulaan -hankkeiden tarkoitus oli integroitua lähiöiden arkeen, tarjota mahdollisuuksia osallistua taiteellisiin prosesseihin ja mahdollistaa uusien yhteisöjen muodostuminen. Taidelaitokset ovat myös kokeilleet erilaisia tempauksia, joissa yleisöä ei lähestytä taiteen kautta. Esimerkiksi Lappeenrannan museoissa on kehitetty ”vapaaehtoista museomummo- ja -vaaritoimintaa, joka tähtää elämykselliseen tiedon ja perinteen siirtoon nuoremmille sukupolville”. Museoissa on kokeiltu myös äijäjoogaa, joka on yksi harvoista miehiä osallistavista kokeiluista. (Suomela 2015, 31.) Kansallisooppera puolestaan käynnisti syksyllä 2015 projektin, johon värvättiin vain oopperassa ensikertaa käyviä. Heille tarjottiin mahdollisuutta kurkistaa oopperan kulissein – ja samalla haastaa omat ennakkoluulonsa. (Ks. Ooppera – Baletti 2015.)

Vedin vuosina 2013–2015 OKM:n tukemaa hanketta Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin. Hankkeen tavoitteena oli osallistaa kulttuurikeskusten toimintaan niin kutsuttuja ei-kävijöitä eli mahdollisimman epätodennäköisiä taideyleisöjä. Yksi havaintomme oli, että osallistaminen vaatii kulttuurilaitoksilta varsin paljon rohkeutta. Uudet yleisöt saadaan osallistumaan kahdella tavalla: joko pitää jalkautua sinne, missä ei-kävijät ovat tai löytää puuttuva linkki taidelaitoksen ja ei-kävijän välille.

Helsingin kaupungin kulttuurikeskus Stoa osoitti rohkeutta toteuttaessaan kanssamme Afo-Pubin, jossa jalkauduimme huonomaineisiin Itä-Helsingin baareihin vetämään aforismipajoja. Kanneltalon kanssa puolestaan kehitimme Käräyttäjäkaverin, jossa pyrittiin löytämään linkki ei-kävijän ja taidelaitoksen välillä. Tässä mallissa kokenut kulttuurikävijä leikkimielisesti käräytti tuntemansa ihmisen, joka ei juuri kulttuurilaitoksissa käy. Sekä käräytetty että käräyttäjät pääsivät tällä kertaa tapahtumaan ilmaiseksi ja heille järjestettiin myös ylimääräistä ohjelmaa. Afo-Pub osoitti, että epätodennäköistenkin taideyleisöjen kulttuurinen osaaminen voi olla hämmästyttävää. Käräyttäjäkaveri puolestaan osoitti ystävän pyynnön tärkeyden: pelkkä ilmaispäivä ei riitä uusien yleisöjen osallistumiseen.

Kulttuurilaitosten avautumista yleisöjensä suuntaan ei kuitenkaan pidä liioitella. Marjo Haatainen (2012, 26) arvioi, että Helsingin alueellisissa kulttuurikeskuksissa on perinteisesti riittänyt, että asiakas ostaa lipun ja tulee tapahtumaan. Haataisen käynnistämänsä asiakasraadin kokeilu jäi sekin tilapäiseksi yritykseksi lisätä vuoropuhelua yleisön kanssa. Osallistumismahdollisuuksien tarjoaminen vaatii sen pelon voittamista, että osa vallasta siirtyy asiakkaille ja oma kulttuurityöntekijän asiantuntijarooli laimenee. On myös helppoa vedota vähäisiin työntekijäresursseihin silloin, kun torjutaan epätavallisten osallistamis-, markkinointi- ja jalkautumistem-pauksien kokeileminen. Monet taidelaitokset toimivat yhä edelleen suhteellisen konventionaalisesti, ja osallistavat tempaukset jätetään usein yksittäisen yleisötyöntekijän huoleksi.

Tuottaja osallistajana

Usein arvioidaan, että kulttuurituottajan työ tulee olemaan yhä vähemmän taiteen tuottamista ja yhä enemmän sellaista, jossa ihmisten välinen vuoro-vaikutus on itse taidetta tärkeämmässä roolissa (mm. Halonen 2011). Näin on jo osittain tapahtunut, mutta itse muutos on hidlas. Koulutettujen uuden polven kulttuurituottajien vahvuudet pääsevät parhaiten esiin erilaisia yleisöjä osallistavassa työssä ja omaehtoisia sisältöjä mahdollistavassa työssä – ainakin jos näihin vaadittavat taidot on hankittu koulutuksen aikana.

Kulttuurilaitoksille osallistuminen uuden kaupunkikulttuurin luomiseen ja yhteisöllisten tapahtumien tuottamiseen on yksi keino uudistaa. Kulttuurilaitoksen seinien ulkopuolelle jalkautumisessa tarvitaan paljon henkilöresursseja, mutta se antaa myös kulttuurilaitoksille paljon myönteistä mediahuomiota. Tekijät usein pitävät osallistavia hankkeita motivoivina ja hauskoinkin. Myös Vetovoima-hanke jännittävine kokeiluineen oli sekä minulle että hankkeen muille tekijöille tavattoman innostava ja uudistava.

Mielenkiintoisen lisänäkökulman kulttuurituotannon muutokseen antaa hiljattain valmistunut suurtutkimus Suomalainen maku (Purhonen ym. 2014). Tämän tutkimuksen mukaan legitiimi suomalainen maku on kansainvälisessä vertailussa erityisen selvästi painottunut korkeakulttuuriin, vaikka samanaikaisesti makuhierarkioita on sekoittanut maun kaikkiruokaistuminen, omnivorismi. Olisi johdonmukaista ajatella, että suomalainen maku tulee seuraamaan kansainvälisiä trendejä viipeellä, mikä lisää taidelaitosten painetta tavoittaa uusia yleisöjä ja avautua yhä enemmän kulttuurikentän rajojen ulkopuolelle.

Lähteet:

Haatainen, Marjo 2012. Kansalaisosallistumisen kehittäminen Stoan ohjelmistosuunnittelussa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma (ylempi AMK). Helsinki: Humak.

Halonen, Katri 2011. *Kulttuuri katalysoi. Megatrendien tärähtäminen kulttuurituotannon kentälle*. http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/2_Kulttuuri_katalysoi_Halonen_WEB.pdf. Viitattu 25.10.2015.

Lindholm, Arto (toim.) 2015. *Ei-kävijästä osalliseksi. Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Helsinki: Humak.

Maffesoli, Michel 1996. *The Time of the Tribes. The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage Publications.

Ooppera – Baletti 2015. *Onko ooppera outoa? Eikö baletti sytytä? – Tule mukaan Ensikertalaiset-projektiin, koe itse tekemällä ja ihastu!* Kansallisoopperan ja Kansallisbaletin ilmoitus. <http://www.ooppera.fi/filebank/3170-Ensikertalaiset-projekti.pdf>. (Viitattu 25.10.2015.)

Opas kaupunkiaktivismiin 2014. Helsinki: Koneen säätiö. http://www.sompasauna.fi/wp-content/uploads/2015/01/kaupunkiaktivismiopus_finaali.pdf. Viitattu 25.10.2015.

Schulze, Gerhard 1992. *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Suomela, Kaisa 2015. Benchmarking-tutkimus ei-kävijöiden osallistamisen menetelmistä Suomessa, Tanskassa ja Hollannissa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.

Wahlberg, Emilia 2012. Yhteisöllinen kaupunkitapahtumakulttuuri Helsingissä. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.

Virolainen, Jutta 2015. Kulttuuripoliittinen näkökulma osallistumiseen. Teoksessa Lindholm, Arto (toim.) *Ei-kävijästä osalliseksi. Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. Helsinki: Humak, 55–64.

Oona Tikkaaja

Kuvataidetta kaikkialle – kolmen väylän kautta

Lähes jokainen vastaantulija osaa nimetä itselleen rakkaan musiikkityylin tai -kappaleen. Musiikki soi ostoskeskuksissa, kampaamoissa ja takseissa yhtä lailla kuin konserttitaloissa ja keikkapaikoilla. Varsinkin kevyt musiikki on keskellä ihmisten elämää, ja lukemattomat tyylijajit varmistavat sen, että jokaiselle löytyy mieleistä kuunneltavaa.

Kuvataide hakeutui ulos museoiden valkoisista kuutioista vahvasti jo 1960-luvulla. Muun muassa kansainvälinen Fluxus-liike korosti jokaisen oikeutta taiteeseen. Fluxuslaiset ymmärsivät kaikki ihmiset taiteilijoina koulutuksesta tai kokemuksesta riippumatta – onhan taide maailman ilmiöiden tutkimista ja järjestelemistä, josta meillä kaikilla on elämän myötä muodostunutta kokemusta. Itseäni erityisesti miellyttävä fluxuslainen taiteen muoto on Event Score (suom. tapahtumapartituuri). Taidemuotona se on lainattu musiikista, jossa yksi henkilö säveltää, toinen johtaa ja orkesteri soittaa kappaleen, kaikkien tekijöiden panos vaikuttaa lopputulokseen. Tapahtumapartituurit ovat pieniä runojen, ohjeiden tai ehdotusten kaltaisia tekstinpätkiä, jotka vastaanottaja voi halutessaan toteuttaa konkreettisesti tai mielikuvissaan. Partituurin tekijä on taiteilija (formaalista koulutuksestaan riippumatta), samoin on sen toteuttaja.

Visuaalisuuden suuri painoarvo nyky-yhteiskunnassamme selittyy osittain sillä, että näkö on vahvimpia aistejamme. Katugallupissa lempimaalarin tai -maalauksen kysyminen tuottaa kuitenkin huomattavasti laihempia tuloksia kuin musiikin kohdalla. Korkea- ja populaarikulttuurien välisten rajojen murentumisesta huolimatta kuvataide on säilynyt suuren yleisön mielikuvissa melko elitistisenä. Nykyaide on kuitenkin moninaista, se myös hauskaa ja räväkkää, ei pelkästään vaikeaa ja taustatietoa vaativaa. Kuten musiikkiainkin, jokaiselle löytyy varmasti kiinnostavaa kuvataidetta.

Ihmislajin luonteeseen kuuluu pyrkimys ymmärtää itseään, muita ihmisiä ja maailmaa. Taide on syntynyt tästä tarpeesta, ja siksi jokainen ihminen hyötyy sen läsnäolosta. Taiteen toinen tehtävä on lisätä ympäristömme merkityksellisyyttä ja tehdä siitä miellyttävä, mikä sekin lisää elinvoimaa. Kaupunkikuva on täynnä mainoksia, jotka tunkeutuvat henkilökohtaiseen tilaamme lupaa kysymättä. Julkinen tila koostuu arkkitehtuurin, kaupunkisuunnittelun ja mainonnan lisäksi myös suunnitellusta sekä vapaasta julkisesta taiteesta.

Visuaalinen taide soveltuu mainiosti henkisen ja fyysisen ympäristön muokkaamiseen siten, että se tukee hyvän elämän rakentumista.

On tärkeää, että taiteella on omat instituutionsa. On turvattava taiteen arvo perustutkimuksena, traditiota kommentoivana, vaikeanakin toiminnan muotona. Mutta taide ei voi kuitenkaan jäädä vain taidemuseoihin – eihän Jumalakaan asu kirkoissa. Taide on lähtenyt ihmisen tarpeesta ja arjesta, ja on nurinkurista ja surullista, että se akateemistuuksaan on vieraantunut näistä. Esimerkiksi jatkuva vastakkainasettelu taiteen ja urheilun tai toisaalta taiteen ja terveydenhuollon taloudellisen priorisoinnin välillä kertoo siitä, että taidetta ei koeta hyvän ihmiselämän erottamattomana osatekijänä, vaan ylimääräisenä huvina, jota voidaan tarjota, mikäli rahat riittävät. Viimeaikainen tutkimus kuitenkin todistaa, että kulttuurin harrastaminen ja terveenä pysyminen tukevat toisiaan. Ne eivät ole toisilleen vastakkaisia eivätkä vaihtoehtoisia menoeriä.

(Kuva)taidetta tulee siis saada enemmän ihmisten arkeen. Työ on aloitettava kysymällä, missä ihmiset ovat? Pysyvän ja aikasidonnaisen julkisen taiteen lisäämisellä tavoitetaan julkisissa tiloissa liikkuvat aktiiviset ihmisryhmät. Julkisissa laitoksissa kuten kouluissa, työpaikoilla, virastoissa ja hoitolaitoksissa työskentelee ja asuu paljon ihmisiä. Nämä ympäristöt ehdottavat ja mahdollistavat kaksi lähestymistapaa: satunnaiselle ohikulkijoille suunnattuja teoksia ja henkilökohtaiseen kohtaamiseen pyrkiviä teoksia tai tilanteita, joiden suunnittelussa osallistujan ominaisuudet ja toiveet otetaan vahvasti huomioon. Näiden lisäksi tarvitaan kolmas toimintatapa, museot ja nykytaiteen instituutiot, sillä taide ammatillisena toimintana ei voi olla pelkästään demokratiaa ja asiakaspalvelua. Nämä kaikki linjat ovat nähtävissä myös julkisessa kulttuurirahoituksessa. Hallituksen kulttuurin kärkihankkeet kohdistuvat taiteen saavutettavuuteen ja erityisesti prosenttiperiaatteeseen ja lastenkulttuuriin. Prosenttiperiaate tarkoittaa sitä, että prosentti (julkisen) rakentamisen kustannuksista sijoitetaan taiteeseen. Saavutettavuus on erittäin kannatettava asia, mutta on tärkeää muistaa myös taiteellisen perustutkimuksen asema.

Taiteilijalla on konkreettisen menetelmäosaamisensa lisäksi monia meta-taitoja, kuten luovan prosessin tuntemus, kyky heittäytymiseen ja kyseenalaistamiseen. Kaikkea taiteen tekemistä yhdistää kysymys mitä jos. Mitä jos tekisimmekin näin / maailma olisikin tällainen / kohtaisimme ihmisen tällä tavoin? Tämä toisin näkemisen ja luovien ratkaisujen etsimisen taito on kaikilla taiteilijoilla taiteenalasta riippumatta, ja juuri sitä monet muut elämänaalat tarvitsevat talouden tiukentuessa ja tarpeiden sekä toimintatapojen muuttuessa.

Asiakaslähtöinen tuotekehittäminen ei ole ollut kuvataiteen perinteinen toimintamalli. Toisaalta osallistujan tai katsojan huomioiminen ei myöskään

automaattisesti tuhoa taiteen ydintä. Humanistisen ammattikorkeakoulun hallinnoima ESR-hanke Hyvinvoinnin välitystoimisto pyrkii parantamaan taidealan toimintamahdollisuuksia tuottajan taitojen avulla. Parhaimmillaan tuottaja kehittää ja tuotteistaa taiteilijoiden palveluita niin, että ne saadaan punoutumaan sosiaali- ja terveysalan rakenteiden osiksi. Hankkeen tavoitteena on taiteen saattaminen arkiympäristöön tuottajaosaamisen avulla siten, että kaikki asianosaiset hyötyvät: asiakas saa elämäänsä enemmän taidetta, tilaajan (esim. hoitokodit) on helpompi ostaa selkeitä tuotteita ja taiteilija pystyy tuotteistamisen myötä saamaan osaamisestaan riittävän korvauksen. Apuraha on supistuva rahoitusmuoto, ja siksi hankkeessa etsitään uusia rahoitusmahdollisuuksia ja ansaintalogiikoita. Hyvinvoinnin välitystoimiston toiminta vakiinnutetaan hankekauden jälkeen. Sen työskentelyaluetta ovat kaikki taiteenalat, kohderyhmät ja -ympäristöt.

Kaikista taiteilijoista ei tarvitse eikä pidä tulla taiteen soveltajia, mutta moni kykenee siihen ja on siitä kiinnostunut. Hyvinvoinnin välitystoimisto auttaa löytämään palvelutuotteiksi muutettavissa olevan hiljaisen tiedon. Näin taide palaa alkuperäiseen käyttötarkoitukseensa, osaksi mahdollisimman monen ihmisen elämää ja arkipäivää.

Titta Pohjanmäki & Aliisa Kokko

Tuottaja mahdollistaa resursseja säästävän toiminnan taidelähtöisissä nuorten kanssa toteutettavissa projekteissa

Miten laatuksiteerit täyttävä taiteellinen projekti tehdään yhdessä nuorten kanssa? Tätä kysymystä lähdettiin ratkomaan Helsingin kaupungin nuorisoasiainkeskuksen ja Humanistisen ammattikorkeakoulun (jatkossa Humak) toteuttamassa TuOTA yhdessä! -hankkeessa, joka on opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittama. Tarve hankkeelle on noussut käytännön kokemuksista projekteissa, joissa taide- ja nuorisotyön toimijat ovat työskennelleet yhdessä. Helsingin kaupungin nuorisoasiainkeskuksen toiminnassa ammattitaiteilijoiden mukana olo lisääntyy kaiken aikaa. Taiteilijat tuovat toimintaan luovuutta ja rohkaisevat nuoria tuottamaan heille ominaista kulttuuria, mikä vahvistaa nuorten omistajuuden tunnetta. Nuoriso-ohjaajilla ja taiteilijoilla saattaa kuitenkin olla vaikeuksia ymmärtää toistensa työotteita ja työprosesseja. TuOTA-hankkeen yksi tavoite onkin kokeilla ja kehittää työtapa, joka toimii kaikkiin suuntiin niin, että taidelähtöiset projektit nuorten kanssa sujuvat jouhevasti ja optimaalisesti myös aineellisten ja rahallisten resurssien kannalta katsottuna. Kutsumme työtapaan taiteilija-kulttuurituottaja-nuoriso-ohjaaja -malliksi.

Hankkeen aikana luotava perehdyttämispaketti auttaa osaltaan prosessin myötäsukaista etenemistä. Paketti itsessään ei kuitenkaan riitä, käytäntö on osoittanut, että työprosesseissa tarvitaan myös jotakuta, joka vastaa toiminnasta. Tällainen fasilitaattori voi olla esimerkiksi kulttuurituottaja (esim. Pasanen- Willberg 2013). Tässä artikkelissa kuvataan, miten kulttuurituottaja tekee laadukkaan taidelähtöisen projektin mahdolliseksi.

Laadukkaan lasten- ja nuorten kulttuuritoiminnan periaatteita on pohdittu Lastenkulttuurikeskusten verkoston laatuksikirjassa (lapsella tarkoitetaan alle 19-vuotiaita). Siinä luetellut viisi laatuksiteeriä ovat lapsilähtöisyys, ammattimaisuus, saavutettavuus, kokemuksellisuus ja yhteistyö. (Kesäniemi 2013.)

Taiteellisissa projekteissa nuori on täysivaltainen toimija, joka pystyy olemaan osallinen itseään koskevissa päätöksissä ja toiminnassa. Nuorten omaehtoista taiteellista toimintaa tuetaan, ja siihen liittyy vahvasti vuorovaikutteisuus ja jaettu tekijyys. Tämä haastaa myös nuoren kanssa työskentelevät aikuiset tarkastelemaan maailmaa uudella tavalla.

Ammattimaisesti tuotetuissa projekteissa sisällöt suunnitellaan ja toteutetaan tarkoituksenmukaisesti ja taitavasti. TuOTA-projektissa kiinnitetään lisäksi erityistä huomiota nuorten omiin tarpeisiin. Projekteissa työskentelevät aikuiset ovat saaneet kulttuurituotannon, taide- tai kasvatustieteiden koulutuksen tai pätevytyneet muutoin työelämässä. Pedagogisen ja taiteellisen osaamisen keralla toiminnassa välittyy myös työ- sekä asiakasturvallisuudesta huolehtiminen. Moniammatillisen yhteistyön merkitystä ei voi liikaa korostaa: yhteistyön myötä kehitetään ja syvennetään toiminnan sisältöjä ja tehostetaan toiminnan tuotantoa.

TuOTA-projektissa pidetään tärkeänä myös saavutettavuutta, millä tarkoitetaan tässä yhteydessä nuorten tasapuolisia osallistumismahdollisuuksia. On tärkeää huolehtia siitä, että erilaiset kohderyhmät voivat osallistua toimintaan niin halutessaan. Käytännössä tämä näkyy esimerkiksi siinä, että huolehditaan niin fyysisestä kuin henkisestäkin esteettömyydestä. Tapahtumiset järjestetään tiloissa, joihin on esteetön kulku, ja sallivassa ja turvallisessa ympäristössä nuorella on tilaa ja mahdollisuuksia kokea ja ilmaista erilaisia ajatuksia, tunteita ja kokemuksia.

Taiteelliseen työskentelyyn pohjautuvien projektien ominaispiirteiden kirjo on valtava. Jo taidemuoto, työvälineet ja toteutustavat mahdollistavat niin laajan mahdollisuuksien kirjon, että kaikkia erilaisia vaihtoehtoja on mahdollonta luetella. TuOTA-projektissa keskeistä on nuorten työskentelyn jatkuvuus, joka vaikuttaa oleellisesti koko projektin suunnitteluun ja toteutusmuotoon. Koostuuko projektiin valittu nuorten ryhmä nuorten joukosta, joka rakentaa ja toteuttaa oman näkemyksensä ja on mukana pitkän aikaa? Vai noudatetaanko työpajamuotoista työskentelyä, jossa osallistuvien nuorten ryhmän jäsenet ovat esimerkiksi paikallisen nuorisotalon nuoria, jotka saavat vaihtua useasti jo yhden työskentelykerran aikana?

Kohti yhteistyön mallinnusta

TuOTA yhdessä -hankkeen työryhmämallin kehittämisessä tähdätään siihen, että kolme ammattiryhmää oppii ymmärtämään toistensa työprosesseja ja tapoja tehdä töitä. Taiteilija vastaa työn taiteellisesta laadusta. Tuottaja huolehtii siitä, että työympäristö on tarkoituksenmukainen; hänen vastuullaan ovat myös aikataulutus ja resurssit. Nuoriso-ohjaajan tontille kuuluu nuorten ryhmästä huolehtiminen ja nuorten sitouttaminen projekteihin. Jokainen työryhmän jäsen tähtää omien tavoitteidensa toteuttamiseen yhteistyössä toisten kanssa. Tästä kimarasta muodostuu taidelähtöisten projektien laaja vaikuttavuus.

Työryhmätoimintaa voidaan lähestyä kolmesta eri näkökulmasta: taiteellisesta, tuotannollisesta ja ohjauksellisesta.

Taiteellisesta prosessista vastaa ammattitaiteilija. TuOTA-projektin piirissä taiteellisia projekteja toteutetaan myös ei-taiteellisissa yhteyksissä, minkä vuoksi taiteilijan on oltava myös pedagogisesti taitava: ensinnäkin hänen on hallittava taiteellisessa työssä käytettäviä menetelmät ja osattava soveltaa niitä itselleen ehkä oudoissakin ympäristöissä. Lisäksi hänen on löydettävä yhteinen kieli nuorten kanssa, joilla ei ole välttämättä käsitystä eri taideohjelmien puhetavoista ja käsitteistä. Taiteellisessa prosessissa on tavoitteena tarjota nuorelle mahdollisuuksia toteuttaa itseään. (Pasanen-Willberg 2013, 13.)

Kulttuurituottaja vastaa tuotantoprosessista. Kulttuurituottaja on organisaattori, joka verkostoituu ja viestii sekä johtaa tuotannollista toimintaa. Tuottaja vastaa siitä, että kulttuuritapahtuma tai -palvelu suunnitellaan hyvin ja se toteutetaan realistisesti. Tuottajan työsarkaan kuuluu huolehtia myös siitä, että tuotanto tavoittaa asiakkaansa sekä saavuttaa taiteelliset päämääränsä: tuottaja fasilitoi ja osallistaa (ks. Tuottaja 2020).

Ohjausprosessista vastaa nuoriso-ohjaaja. Ohjausprosessi perustuu nuoren kokemus- ja ajattelumaailman avaamiseen ja pedagogiseen kohtaamiseen. Hän tukee taiteilijan ja nuorten kohtaamista ja kokoaa nuorten ryhmän sekä innostaa sitä toimintaan mukaan. Nuoriso-ohjaaja avaa nuorten maailmaa taiteilijalle ja tuottajalle sekä huolehtii siitä, että nuorten tarpeet ja päämäärät ovat kaiken aikaa toiminnan keskiössä.

Mallissa työryhmätoiminta on tuottajan koordinoima kokonaisuus, jossa taiteilija ja nuoriso-ohjaaja ohjaavat päämäärälähtöisesti nuoria taiteellisessa työskentelyssä. Toisin sanoen työryhmä tähtää työskentelyssään siihen, että nuoret sisäistävät taiteellisen työskentelyn idean, innostuvat siitä ja luovat itse taiteellisen sisällön.

Tuottaja hallitsee kokonaisuuden

Tuottaja on projektin käynnistettyä välikappale ohjausryhmän ja työryhmän välillä. On tavallista, että päätöksentekijän roolin ottaa tai se annetaan tuottajalle. Mikäli rooli kuitenkin päätetään antaa jollekin muulle työryhmän jäsenistä, on hyvä ottaa huomioon, että tuottaja on edelleen vastuussa projektin kokonaiskuvan hallinnasta.

Ohjausryhmä määrittelee useimmiten budjetin ja resurssit, joilla projektit toteutetaan. Tuottajan kannattaa kartoittaa resurssit projektin suunnitteluvaiheessa niin, että ne vastaavat projektisuunnitelman ja taiteellisen suunnitelman tarpeisiin. Tuottaja on projektin sujuvuuden mahdollistaja ja ylläpitäjä. Hän valvoo, että työryhmä pysyy annettujen resurssien sisällä ja että projekti etenee projektisuunnitelman mukaisesti.

Edellä sanottu sisältää muun muassa sen, että tuottajan vastuulla on pitää huolta siitä, että kukin työryhmän jäsen on selvillä omasta työnkuvastaan ja sen sisällöstä. Tuottaja myös huolehtii työnkuvien ajantasaisuudesta projektin edetessä, ja jos jostain siunaantuu tehtäviä, joihin ei ole projektin alussa varauduttu, tuottaja hoitaa nuokin tilanteet tavalla tai toisella.

Hyvän tuottajan tunnusmerkkejä ovat kyky delegoida ja reilu työnjako. Tuottajan ei kuulu tehdä kaikkea itse, ja apua saa ja pitää pyytää. Tärkeintä on saada työryhmän jäsenten taidot ja kiinnostuksen kohteet mahdollisimman hyvin ja monipuolisesti valjastettua projektin käyttöön.

Tuottaja laatii projektin valmisteluvaiheessa ajankäyttösuunnitelman. Väli etapien asettaminen auttaa tuottajaa työn teon organisoinnissa ja kannustaa myös muuta työryhmää. Väli etapit tarjoavat mahdollisuuden pysähtyä ja tarkastella jo saavutettuja aikaansaannoksia sekä valmistautua seuraavaan vaiheeseen.

Myös viestintä kuuluu tuottajan vastuulle. Hän huolehtii sekä projektin sisäisen että ulkoisen viestinnän sujuvuudesta, minkä lisäksi hänen kontolleen voi langeta myös markkinointi. Mikäli projektia toteuttavilla organisaatioilla on oma viestintäyksikkö, tuottaja toimii yhteyshenkilönä viestintäyksikön suuntaan. Markkinoinnissa on hyvä muistaa, että taiteilija on usein projektin kasvot ja nimi ulkomaailmalle.

Projektisuunnitelmaan on hyvä jo alun alkaen kirjata myös dokumentointi. Kun esimerkiksi kaikista projektin aikana pidetyistä palavereista ja tapaamisista on laadittu kirjallinen muistio, dokumentointi sujuu vaivattomammin. Tuottaja on vastuussa dokumentoinnin hallinnasta, eli sen suunnittelusta ja toteutuksesta.

Kun tuottaja keskittyy vastaamaan projektin yleisestä sujuvuudesta, muu työryhmä vapautuu keskittymään oman tehtävänsä hoitamiseen. On tärkeää, että tuottaja tiedostaa olevansa projektiryhmän kokonaiskuvan haltija ja ottaa siitä vastuun. Tuottaja suojelee työryhmää ja projektia mahdollisilta haitta- ja häiriötekijöiltä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi byrokraattiset koukerot ja vaatimukset, jännitteiset henkilösuhteet ulkopuolisten toimijoiden kanssa tai negatiivisiin puoliin keskittyvä seuranta. Tuottaja toimii sekä kilpenä että suodattimena tällaisten asioiden ja työryhmän työskentelyn välillä niin, että työryhmä ja nuoret voivat keskittyä omaan työskentelynsä.

Yksi keskeisimmistä tuottajan tehtävistä on luoda toimiva verkosto työryhmäläisten välille. Tuottaja vastaa siitä, että työryhmän keskinäinen yhteistyö toimii läpi projektin ja hän myös ratkaisee mahdolliset työryhmän väliset ongelmatilanteet. Tuottaja sitoo erilaiset työskentelytavat yhteen.

Yhdessä tehden

Työryhmämallissa esitetään sisällöt ja raamit taiteilijan, tuottajan ja nuoriso-ohjaajan toimenkuville projektissa. Kuitenkin käytännön tilanteet sisältävät aina omat erityispiirteensä. Eri projekteissa henkilömäärät ja työsuhteiden laajuudet sekä toiminnan painotukset saattavat vaihdella. Nuorten ryhmä saattaa innostua käsittelemään aihetta erilaisesta näkökulmasta tai työskentelytavalla, johon ei ole etukäteen varauduttu. Mitä enemmän työryhmä onnistuu huomioimaan tämän kaltaisia seikkoja työskentelyssään, sen paremmin se toimii.

Työskentely vaatii työryhmäläisten henkilökohtaisten erityisosaamisten ja taitojen esiin tuomista ja yhdistämistä, tilanteen tiedostamista ja yhteistyötä. Olennaisinta on, että ryhmä tiedostaa omat vahvuutensa ja kykenee löytämään itse kuhunkin tilanteeseen sopivimmat ratkaisut. Projektin edessä työskentely muotoutuu projektin ja tekijöidensä mukaan, ja jokaisen toimijan on otettava vastuu sen etenemisestä. Yhdessä tehden syntyy parasta jälkeä.

Lähteet:

Pasanen-Willberg, Riitta. Tiedätkö mitä osaat? Julkaisussa (toim.) Kuhanen Ilkka. *Taide ja työ – Rakenteita ja osaamista*. <http://www.taikahanke.fi/binary/file/-/id/1/fid/1406/>

Elina, Kesäniemi 2013. *Taikalampun laatukäsikirja*. Raameja laadukkaaseen lastenkulttuuriin. <http://www.lastenkulttuuri.fi/index.php/fi/verkosto>

Tuottaja 2020 -loppuraportti 2012. Kurkistuksia kulttuurituottajan tulevaisuuteen. Björkqvist, Leena & Halonen, Katri & Hero, Laura-Maija & Iso-Aho, Juha & Teye, Outi & Uotila, Pekka

¹Hankkeen ohjausryhmän jäsenet ovat Helsingin nuorisosiainkeskuksesta Kulttuurisen nuorisotyön toimistopäällikkö ja Nuorten toimintakeskus Hapen johtaja Ulla Laurio ja Hapen taidetoimintojen vastaava tuottaja Minna Kaljunen. Helsingin kulttuurikeskuksesta on mukana Malmitalon Operaatio Pulssi! -nuorisohankkeen kulttuurituottaja/koordinaattori Ilona Anttila. Hankkeen projektipäällikkö on Humakin yliopettaja Titta Pohjanmäki ja projektiryhmän muut jäsenet ovat Helsingin kaupungin nuorisosiainkeskuksen tuottaja Ville Vasara, Humakin kulttuurituottaja-opiskelija Aliisa Kokko ja yhteisöpedagogi-opiskelija Jouni Välisalo. Hankkeen kestoaika on 1.9.2014–31.12.2015.

Pasi Toivanen

Strategiana ”yhteinen lapsi” - Suomalaisen teattereiden strategioiden tarkastelua

Suomi on teatterimaa. Teatterin tiedotuskeskus – TINFO:n verkkosivujen (www.tinfo.fi) teatterihausta löytyy kaikkiaan 693 teatterin yhteystiedot. Ammattiteattereita on 291, joista Teatteri- ja orkesterilain piiriin kuuluu 58. Vapaita ammattiryhmiä on 155. (Tinfo 2015). Jos teatterit ripoteltaisiin tasaaisesti ympäri Suomea, lähes jokaisessa kunnassa, joita on tätä nykyä 317 (Kuntaliitto 2015), toimisi yksi ammattiteatteri.

Teattereita riittää, mutta miten ne eroavat toisistaan? Minkälaisia ovat suomalaisten teattereiden strategiat? Miten sodankäynnistä juontuva ja yritysjohtamisessa taajaan viljelty käsite ”strategia” (kreik. στρατός ’sotaväki’) mielletään taidemaailmassa?

Tietosanakirjamäärittelmän mukaan strategia tarkoittaa ”suunnitelmaa, jolla pyritään saavuttamaan tavoiteltu päämäärä”. Liikkeenjohdossa strategia on

- johdon suunnitelma yrityksen tulevaisuudesta
- johdonmukaista, vaikkei aina suunniteltua, tiettyjen periaatteiden mukaista toimintaa
- yrityksen valitsema asema markkinoilla
- yrityksen tavoitetila
- yrityksen liiketaloudellinen juoni (Wikipedia a. vrt. Mintzberg H, Ahstrand Bruce & Lampel J 1998).

Usein sanotaan, että strategiassa linjataan organisaation johtamisen suuret linjat erotuksena operationaalisesta (management) ja ihmisten johtamisen (leadership) tasoista. Jos yritystä johdetaan sattumanvaraisesti ilman strategiaa, vaarana on joutua tuuliajolle. Tällöin organisaatiolla ei ole näkemystä omasta tulevaisuudestaan, se ei tarkkaile ympäristöään eikä analysoi asemaansa markkinoilla: yrityksellä ei ole omaa tahtoa eikä profilia. Strategiatutkimuksessa puhutaan myös henkilöstön strategisista tarpeista: ihmisillä on luontainen tarve ymmärtää, mikä on toiminnan perimmäinen tarkoitus (ydintehtävä) ja mikä on oman työn merkitys kokonaisuudessa. (Ks. esim. Pikkusaari & Seppänen 2015) Strategian olemassaolo vaikuttaa siis merkittävästi myös ihmisten työhyvinvointiin ja työssäjaksamiseen.

Taidealalla ei perinteisesti käytetä liiketalouden käsitteitä. Taide on pyhää, suurempaa kuin mikä tahansa ”tuote”, jota tuotetaan, tuotteistetaan ja myydään. Taiteen kentällä ei tavoitella näkyvästi taloudellista, vaan kulttuurista ja sosiaalista pääomaa (Bourdieu 1985). Taiteilijaksi tuleminen edellyttää itsessään sitä, että taiteilija näyttää taiteilijalta – ei rahamieheltä. Taiteilija tuottaa itsensä taiteilijaksi omaksumalla taiteilijan olemuksen. Taiteilijamyytti toteuttaa itse itseään: epäsovinnainen pukeutuminen, käytös ja rajojen rikkominen ovat taiteilijan hyveitä.

Taiteen kenttä on vapaa, ja siellä puhutaan taiteen kieltä. Taiteella on omat autonomiset instituutionsa, taidelaitokset, taidekoulut, tapahtumat, asiantuntijat, tukijärjestelmät (vrt. Nevanlinna 2015), joissa puhutaan taiteen kieltä. Strategia, visio, missio, arvot, laatulupaus – tämän tyylinen sanailu ei kuulu taiteen kentän puhuntaan. Liiketalousajattelu valtaa kuitenkin vääjäämättä alaa myös taiteen kentällä. Taiteiden suunnittelun korkeakoulu (ent. Taideteollinen korkeakoulu) ja kauppakorkeakoulu elävät, kulttuuriväen suuresta vastustuksesta huolimatta, tätä nykyä sulassa sovussa Aalto-yliopistossa. Maakuntien EU-Suomessa kulttuuri on usein osa alueiden selviytymisen strategiaa: matkailun edistäjä, hyvinvoinnin lisääjä, syrjäytymisen ehkäisijä, taloudellisten kerrannaisvaikutusten tuottaja. Kulttuurihankkeita rahoitetaan vetovoimatekijöinä. Taidelaitosten johtajan virkoja ja toimia täytettäessä hakijoilta saatetaan edellyttää tulosvastuullista talousosaamista ja strategista silmää.

Turun kaupunginteatterin henkilökunnan strategiapuheesta tehdyssä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, millä diskursseilla strategisista kysymyksistä puhutaan. Strategiapuheeksi määriteltiin kaikki teatterin organisatorista perustaa ja toiminnan periaatteita ja tavoitteita määrittelevät puhunnokset. Strategia miellettiin kahdella tavalla Teatteri on kaupunginlaitos ja Me olemme teatteri -diskursseissa. (Saaristo 2011.)

Teatteri on kaupunginlaitos -diskurssissa ”strategia” vertautui negatiivisiin ilmaisuihin: kaupungin johdon tekemä pakollinen dokumentti, nykytilan selittäjä, turhautumisen lähde, epäselvä käsite, ulkopuolinen sana ja tarpeeton. Me olemme teatteri -diskurssissa strategiasta ei puhuttu hallinnon käsitteillä vaan vertauskuvallisesti, symbolisesti. Teatterin sisäinen ”strategia” ylevöityi muotoiluihin: yleisön peili, vaikutteiden lähde, yhteinen lapsi, sitouttaja, arvostuksen mittari, taulu, johtajan päätös ja mahdollisuus kehittyä. (Saaristo 2011, 88–89) Tässä puheessa teatterinjohtaja on Äiti, henkilökunta on Kasvattaja ja yleisö Leikkipuisto, jossa strategia Lapsi leikkii (emt. 90).

Strategia on, vaikei siihen uskoisikaan

Turun kaupunginteatterin strategiapuheesta tehdyssä tutkimuksessa tehty havainto strategian käsittämisestä ulkoisessa ja sisäisessä diskurssissa näyttää pätevän laajemmin suomalaisissa kaupunginteattereissa, jotka ovat kytköksissä kaupunkiin. Viralliset kaupungin kulttuuri-, matkailu, elinkeino-, sivistys- ynnä muut strategiat, puhumattakaan maakuntien liittojen tekemistä kulttuuristrategioista, eivät kosketa, mutta teatterin oma sisäinen strategia elää ja vaikuttaa voimakkaasti. Teatterinjohtajan tulee hallita molemmat diskurssit, ja hänen on osattava työskennellä sekä taiteellisen henkilökunnan ja että hallintobyrokratian kanssa tehokkaasti.

Strategiat teattereiden verkkosivuilla

Teimme Humanistisen ammattikorkeakoulun Johtaminen-opintojaksolla (Helsingin TKI-keskus Ilkka 20.10.2015) oppilasvoimin katsauksen tietoverkosta löytyviin suomalaisten laitosteattereiden strategiakirjauksiin. Seuraavassa muutamia poimintoja:

Suomen Kansallisteatteri

Kansallisteatterin tehtävä

1. Kansallisteatterin tulee olla suomalaisen teatterin tärkein kohtaamispaikka.
2. Kansallisteatteri tarjoaa näyttämöt käyttöön parhaimmille näyttelijöille kirjoittajille, ohjaajille sekä scenografeille.
3. Kansallisteatterin uusi strategia koostuu kahdesta voimasta. Sisäänpäin suuntautuvasta voimasta sekä ulospäin suuntautuvasta voimasta.
4. Sisäänpäin suuntautuva voima tukee taiteellisen henkilöstön kehitystä sekä keskustelua. Lähtökohdat ovat dialogisuus ja rohkeus tuoda esiin omia ajatuksiaan. Jokaisella on mahdollisuus rakentaa omaa taitelijuuutaan. Etsimme parhaita mahdollisia työolosuhteita koko henkilökunnalle.
5. Ulospäin suuntautuva voima on ajattelua ja tekoja. Kansallisteatterista tulee monipuolinen esittävän taiteen tuottaja ja tekijä. Näyttämötaide on keskipisteessä, mutta Kiertuenäyttämön, Lavaklubin ja kaikkien muiden uusien tuotantojen lähtökohdina ovat ammattitaito ja halu tehdä esityksiä, joilla on merkitystä.
6. Kansallisteatteri on koko Suomen teatteri. Sen tulee heijastaa tässä maassa tapahtuvia ilmiöitä. Helsinki–Rovaniemi on jänneväli.
7. Kansallisteatteri on myös ikkuna Eurooppaan. Eurooppalaisella uudella draamalla on myös oltava paikkansa teatterissa.
8. Kansallisteatterin on tehtävä esityksiä, joista yleisö poistuu tyytyväisenä, kylläisenä ja täynnä ajatuksia. Teatteri ei muuta maailmaa, mutta ihmiseen se vaikuttaa.
9. Ennen kaikkea Kansallisteatteri on ihmisten teatteri. Teatterin tulee edustaa me-henkeä ja kantaa vastuuta työntekijöistään. Se tarkoittaa hyvää ja suvaitsevaa käytöstä teatterin sisällä. Me-henki on myös alku teatterin tekemiselle.
10. Kansallisteatteri on taiteellinen teatteri.

– Mika Myllyaho, Kansallisteatterin pääjohtaja-

Kuva 1. Kuvakaappaus sivulta <http://www.kansallisteatteri.fi/info/kansallisteatteri>. Viitattu 20.10.2015

Kansallisteatterin johtaja Mika Myllyahon toimikauden alkaessa 2010 julkaisema 10 kohdan ”Kansallisteatterin tehtävä” on hyvin kirjoitettu selkeä teatterinjohtajan oma linjaus, jota ei varmaankaan ole muotoiltu yhteistyössä työntekijöiden tai omistajan Suomen Kansallisteatteri -säätiön kanssa. Teattereille on yleensäkin tyypillistä, että taiteellinen johtaja päättää taiteellisesta linjasta täysin itsenäisesti.

Myllyahon muotoilemasta Kansallisteatterin tehtävästä käy hyvin ilmi keskeiset strategiaelementit: mitä teatteri on, mitä se haluaa olla, mitä ja kenelle se tekee, millä periaatteilla se toimii. Teatterin toimintaa ulkopuolelta tarkkaillaessa voi hyvin vakuuttua, että Myllyahon ”sisäisestä ja ulkoisesta voimasta” muodostuva strategia on jämerää tekoa ja näkyy muun muassa teatterin ohjelmistovalinnoissa (uutta draamaa) ja siinä, että henkilökunta on päässyt kehittämään omaa taiteilujuuttaan (mm. näyttelijät ohjaavat). Opiskelijat arvioivat Myllyahon strategian oikein hyväksi ja onnistuneeksi. Strategia on ymmärrettävä ja tosi, arjen työtä ohjaava teatterin ”iso kuva”.

Helsingin Kaupunginteatteri

<p>Helsingin Kaupunginteatteri on: Helsingin teatterisäätiön ylläpitämä moderni kansanteatteri joka tarjoaa mahdollisimman hyvää ja monipuolista teatteria mahdollisimman laajalle katsojakunnalle</p>	<p>Toiminnan keskeisiä osia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kaksikielisyys - laaja perheteatteritarjonta - oman tanssiryhmän tuotannot - koko muu monipuolinen teatteritarjonta; - ulkomaisia ja kotimaisia puhenäytelmiä, komedioita ja musiikkiteatteria 	<p>Yleisötyö</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taidekasvatusprojekteja toteutetaan vuosittain mm. päiväkotien, koulujen ja vanhusryhmien kanssa. - Oma yleisötyövastaava
<p>Arvot</p> <ul style="list-style-type: none"> - Klassisuus - Kotimaisuus - Perinteikkyyys - ”Kansanomaisuus” 	<p>Tomintatavat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monia toimipisteitä (monet pienemmät teatterit yhdyttyneet osaksi) - Ainoa ammattiteatterin yhteydessä toimiva tanssiryhmä, samalla Suomen suurin nykytanssiryhmä (kiertuetoimintaa) 	<p>Uusi organisaatiomalli</p> <p>= Teknisen ja tuotannollisen johtamisen malli -> uudistamisen tarkoituksena vahvistaa teatterin tuotantoprosessin ennakkosuunnittelua ja johtamista sekä resurssien tarkoituksenmukaista käyttöä</p> <p>UUSINA teknisen johtajan ja tuotanto johtajan tehtävät</p> <p>Ei sisällöllisiä muutoksia -> toiminnan volyymi jatkuu entisellään</p>

Kuva 2. Opiskelijoiden tekemä verkkoposteri

Helsingin Kaupunginteatterista oppilaat eivät löytäneet perinteistä strategiadokumenttia. Teatteri toimii itsenäisenä vailla hallinnollisia kaupunkikytköksiä. Ohjelmatarjonnasta voi kuitenkin päätellä, että teatteri toimii kaikkia yleisöryhmiä ja suuria yleisöjä palvelevana laitoksena. Kaupunginteatterin

arvoista ”kansanomaisuus” herätti oppilaissa keskustelua. Mitä on kansanomainen teatteri tätä nykyä? – Disney-musikaaleja! Kaupunginteatterin ohjelmisto arvioitiin enemminkin viihteelliseksi kuin taiteelliseksi. Joitakin kannanottoja esitettiin myös siitä, onko perusteltua rahoittaa julkisin varoin viihdelaitosta, jonka merkitys suomalaisen kulttuurin edistäjänä on vähäinen.

Tampereen Teatteri



Kuva 3. Opiskelijoiden tekemä verkkoposteri

Tampereen Teatterin verkkosivuilta (<http://www.tampereenteatteri.fi/fi/tampereen-teatteri/visio-missio-arvot/>) löytyvä strategiamuotoilu oli tarkasteltavista teattereista lähimpänä liikkeenjohdon kieltä. Siinä käytetään termejä arvot, missio ja visio. Arvoista erottui joukkuepeli, joka lienee urheilun ystävänä tunnetun teatterinjohtaja Reino Braggen johtamisdiskurssista kummunnut ilmaus.

Sinisen meren strategia

Voiko teatteri menestyä paremmin uudistamalla strategiaansa? – Mahdollisesti. Ainakin Cirque du Soleil saavutti maailmanmaineen keksimällä sirkuksen uudelleen. Cirque du Soleil’in strategian kirkastusprosessia on kuvattu

ansiokkaasti Kim & Mauborgnen teoksessa *Sinisen meren strategia* (Kim & Mauborgne 2006). Menetelmä on yksinkertainen: välttä punaisen meren kilpailua – hakeudu siniselle merelle, jossa ei ole kilpailua. Pyrkimyksenä on synnyttää uudet markkinat ja tavoitella epätyypillisiä asiakkaita, esimerkiksi niitä, jotka eivät yleensä teatterissa käy eli ”ei-kävijöitä”. (Kim & Mauborgne 2006, 34)

Tampereen Teatteria 1998–2010 johtanut, Kummeli-taustainen Heikki Vihinen ravisutti toimikautensa alussa tamperelaista teatteriyleisöä. Tampereen Teatteri oli aikaisemmin tunnettu jokseenkin konservatiivisesta ohjelmistosta, ja sen yleisörakenne oli sen mukainen. Vihinen uudisti teatterin strategiaa ja tuotti Tampereen Teatterin arvokkaalle näyttämölle Kummeli Revyyin; hienostuneille punaplyysipenkeille istui rähjäinen Kummeli-kansa. Yleisömäärien perusteella esityksestä tuli menestys. Ilmiö oli sikäli harvinainen, että esitys onnistui houkuttelemaan uuden yleisöryhmän, jonka elämäntapaan teatterissa käynti ei mitään ilmeisemmin aikaisemmin ollenkaan kuulunut.

Vastaavia uusien yleisöryhmien ryntäyksiä on nähty Suomen teattereissa sittemmin muitakin. Kristian Smedsin ohjaamaa Tuntematonta Sotilasta esitettiin Kansallisteatterissa vuosina 2007–2009 yhteensä 122 kertaa, lippuja myytiin huikeat 73 265 kappaletta (Wikipedia b.). Yleisössä on varmasti runsaasti niitä, jotka eivät koskaan aikaisemmin olleet käyneet Kansallisteatterissa.

Espoon Kaupunginteatterin Fingerpori-näytelmä 2012–2013 keräsi niin ikään teatterille epätyypillisen yleisön. Näin esityksen ja havaitsin, että yleisö oli huomattavan miesvoittoinen. Espoolaisia insinöörejä, päättelin. Teatterinjohtaja Jussi Helminen mukaan poikkeava yleisörakenne näkyi myös siitä, että normaalisti teatteriravintolassa myytiin kori olutta viikossa, Fingerpori-esityksissä myytiin yksistään kaksi koria illassa (Keskustelu Helmisen kanssa 10.12.2013). Helmisen indikaattori on eittämättä pätevä ja todistusvoimainen osoittaessaan, miten ”ei-kävijästä” tuli kerrankin ”kävijä”.

Lähteet:

Bourdieu, Pierre. *Sosiologian kysymyksiä*. Vastapaino. Helsinki 1985.
Kuntaliitto 2015. Kuntaliiton tilasto Suomen kunnista. Tilanne 16.10.2015.
<http://www.kunnat.net/fi/tietopankit/tilastot/aluejaot/kuntien-lukumaara/Sivut/default.aspx>

Kim W. Chang & Renee Mauborgne. *Sinisen meren strategia*. Talentum 2006. Helsinki.

Mintzberg H, Ahlstrand Bruce & Lampel J. *Strategy safari*. A guided tour through the wilds of strategic management. Prentice Hall, London, 1998.

Nevanlinna, Tuomas. Taiteilija rajalla. *Taideyliopiston lehti verkkolehti-Issue*. Viitattu 21.10.2015. <http://www.issue.fi/tuomas-nevanlinna-taiteilija-rajalla/>

Pikkusaari, Antti & Seppänen, Petri. Miksi johtamisen tulee olla strategista? *Blogi-kirjoitus*. Viitattu 21.10.2015. <http://aedon.fi/pelikentta/strateginen-johtaminen/>

Saaristo, Maria. *Strategia kulissien takana*. Laitosteatterin strategian diskursiivinen rakentuminen. Pro gradu –tutkielma. Turun kauppakorkeakoulu 16.5.2011. <http://aedon.fi/pelikentta/strateginen-johtaminen/>

Teaterunionien 2015. Råd från en enad scenkonstbransch till en kommande kulturminister. *Ruotsin teatteriunionin julkaisuja 2014*. <http://teaterunionen.se/wp-content/uploads/2014/03/Ra%CC%8Ad-till-en-kommande-kulturminister.pdf>

Tinfo 2014. *Teatteritilastot 2014*. Toim. Hanna Helavuori ja Piia Volmari. Painotalo Trinket, Helsinki 2015.

Tinfo 2015. Teatterin tiedotuskeskus *TINFO:n verkkosivujen teatterihaku*. Tilanne 1/2015. <http://www.tinfo.fi/fi/Teatterihaku>

Wikipedia a. Artikkelin hakusanalla ”strategia”. Viitattu 21.10.2015. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Strategia>

Wikipedia b. Artikkelin haulla ”Kristian Smeds”. Viitattu 21.10.2015. https://fi.wikipedia.org/wiki/Kristian_Smeds

Sanna Pekkinen

Tuottajan askelia taiteen osallistavan käytön kentällä

Taide- ja kulttuurilähtöisiä palveluja on käytetty sosiaali- ja terveysalalla jo useita kymmeniä vuosia. Kulttuurin ja taiteen hyvinvointivaikutuksia on tutkittu paljon, ja niiden tärkeys ihmisen kokonaisyhyvinvoinnille on ymmärretty. Ihmisten tasa-arvoinen oikeus taiteeseen ja kulttuuriin tunnustetaan laajasti, ja taide- ja kulttuuriammattilaisille on lisätty aiheeseen liittyvää koulutusta. Toimintaa on rahoitettu lukuisilla erilaisilla hankkeilla. Kuitenkaan kulttuuri- ja taidepalvelut eivät ole arkea tai osa päivittäistä rutiinia varsinkaan hoivalaitoksissa asuville. Mistä kiikastaa?

Tässä artikkelissa esittelen kaksi käytännön esimerkkiä, kuinka kulttuurituotannon näkökulmasta osallistavan taiteen tuotantoon on lähdetty hakemaan pysyvämpiä ratkaisuja. Kohderyhmänä ovat toisaalta jo ammatissa toimivat tuottajat, mutta myös vasta alaa opiskelevat.

Hanna Kosonen laati syksyllä 2013 selvityksen taide- ja kulttuurilähtöisten hyvinvointipalveluiden markkinoista sosiaali- ja terveysalla Hämeen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus luovan alan valtakunnallisen ESR-ohjelman rahoittamana ja Luovien alojen liiketoiminnan kehittämissyhdystys Diges ry:n nimissä. Taide- ja kulttuurialan toimijat halusivat tietää, mikä markkinan koko oli tuolloin, miten kysyntä ja tarjonta kohtasivat, mikä oli kilpailutilanne ja mikä oli tulevaisuuden potentiaali (Kosonen 2013).

Tulokset olivat moninaisia. Yleisesti taide- ja kulttuuripalveluita pidettiin tärkeinä, mutta niiden tunnettavuuden eteen oli tarvis tehdä vielä paljon työtä. Isoissa kaupungeissa tarjontaa oli, mutta maaseudulla ei juurikaan. Palveluiden hankinnassa rahoituksen puute koettiin keskeiseksi ongelmaksi. (Kosonen 2013.)

Sosiaali- ja terveysala toimii pääosin julkisella rahoituksella, ja sen niukkuus ei liene kenellekään yllätys. Rahoitus taide- ja kulttuuripalveluihin pitäisi tulla laitoksiin ulkoapäin. Toisaalta esimerkiksi uuden vanhuspalvelulain mukaista laadukasta hoivaa pitäisi katsoa laajemmin ja sen pitäisi sisältää myös taide- ja kulttuuripalvelut. Kosonen toteaa, että kulttuuri- ja taidepalveluiden hankinta osana esimerkiksi hoivapalveluita tulisi huomioida jo kilpailuttamisvaiheessa. (Kosonen 2013.)

Vaikka palveluja olisikin saatavissa, niiden käyttäminen esimerkiksi hoivalaitoksissa riippuu paljon siitä, millainen suhde henkilökunnalla on taiteeseen ja kulttuuriin. Kosonen toteaa, että ostojen määrä ei riipu palvelunostajan koosta, toimintamuodosta tai siitä, onko toimija julkinen vai yksityinen taho. Palveluita ostavat ne, jotka tuntevat taide- ja kulttuuripalvelut hyvin, ovat saaneet niistä hyviä kokemuksia ja uskovat taiteen ja kulttuurin voimaan. (Kosonen 2013, 2.)

Yksi pullonkaula on se, että kysyntä ja tarjonta eivät aina kohtaa. Sosiaali- ja terveysalan sekä taide- ja kulttuurialan ammattilaiset ovat kielellisesti ja asenteellisesti kaukana toisistaan. Lisäksi sote-rakenteet ovat säänneltyjä ja hierarkisia, taide- ja kulttuuriala taas näyttäytyy hahmottomattomana ja vaikeasti lähestyttävänä. Kulttuuri- ja taidepalveluja ei ole aina helppo ostaa, laatu vaihtelee ja vaikutusten arviointi on vaikeaa. (Kosonen 2013.)

Yksi selvityksessä esiin nostettu ratkaisu on välittäjäportaan luominen sosiaali- ja terveyspalveluiden sekä taide- ja kulttuurialan välille. Kulttuurituottajia kouluttavan organisaation edustajana voin sanoa, että välittäjätaho on jo periaatteessa olemassa. Kulttuurituottaja tuntee taiteen ja kulttuurin lainalaisuudet ja kentät, mutta sosiaali- ja terveysalan toimintaympäristö on hänelle usein vieras ja uusi asia. Kulttuurituottajakoulutuksessa onkin otettu askeleita osaamisen laajentamiseksi myös sote-sektorilta.

Hyvinvoinnin välitystoimisto

Välittäjäportaan puuttuminen taide-, kulttuuri-, sosiaali- ja terveysalan välistä on toki havaittu jo aiemminkin, mutta sitä ei ole osattu ehkä sanoittaa yhtä selvästi kuin Kosonen puutteen tuo esille. Osallistavia taidehankkeita on eri yhteyksissä tehty vuosien mittaan lukuisia. Osallistavalla taiteella tarkoitetaan taidemuotoa, jossa taideteos syntyy aina erilaiseksi riippuen osallistujien panoksesta itse taiteentekotilanteesta (Heikkilä ja Tikka 2015, 22).

Eri hankkeissa on pyritty tuomaan lähemmäksi toisiaan sekä sote-puolen että taide- ja kulttuuripuolen ammattilaisia opettamalla molemmille osapuolille tuotannollisia töitä. Useimmat hankkeista ovat onnistuneet hyvin, ja kokemukset taidelähtöisestä työstä hyvinvoinnin lisäämiseksi ovat olleet lupaavia, mutta perusongelma on edelleen pysynyt samana. Osallistavan taiteen tuotanto ei ole juuri kehittynyt, sillä se ei ole kummankaan ammattialan ydinosaamista.

Tähän pulmaan tarttuu Humakin hallinnoima Hyvinvoinnin välitystoimisto-hanke. Hanke on saanut rahoituksen Euroopan Sosiaalirahastolta vuosiksi

2015–2018. Hankkeen tavoitteena on yhdistää tarve ja tekijät, markkinoida ja tuotteistaa sekä verkostoida ja rakentaa moniammatillista osaamista osallistavan taiteen hyödyntämiseksi sosiaali- ja terveysalalla. Hankkeen laajempina tavoitteina on vaikuttaa sote- ja kulttuurisektoreiden yhteistyön toimintaperiaatteisiin, rahoitusmalleihin ja toimintakulttuureihin verkostomalla eri alojen ammattilaisia alueellisiin toimintaryhmiin. (Hyvinvoinnin välitystoimisto toimintasuunnitelma.)

Hankkeeseen kuuluu myös neuvontapalveluiden kehittäminen. Välitystoimiston asiantuntijoilta voi tarvittaessa kysyä neuvoa, sparrausta ja tukea osallistavan taiteen tuotantoihin. Tämä toiminta on valtakunnallista. (Hyvinvoinnin välitystoimisto toimintasuunnitelma.)

Toimintakulttuuriin päästään vaikuttamaan muun muassa kouluttamalla moniammatillisia tiimejä, jotka muodostuvat taiteilijoista, sosiaali- ja terveysalan ammattilaisista sekä tuottajista. He yhdessä tuotteistavat osallistavan taidepalvelun tai -tuotteen osana lukukauden mittaista Tatu ja Sote taiteen tuotanto hyvinvointialalle -koulutusta. Konkreettista tuotetta tai palvelua tärkeämpi lopputulos koulutusprosessissa on moniammatillisuuden, alojen ristiinpölytyksen ja uuden oppimisen prosessi, joka koulutettavilla on väistämättä edessään. Toki myös tuotteet ja tuotantoprosessit ovat tärkeitä ja merkityksellisiä, monta kertaa ne esimerkiksi edesauttavat työllistymistä. On mielenkiintoista seurata, miten uudet syntyvät tuotteet löytävät markkinat ja miten tuotteet ja palvelut rahoitetaan.

Syksyllä 2015 Tatu ja Sote -koulutuksen aloitti 45 opiskelijaa kolmessa eri ryhmässä eli Turussa, Jyväskylässä ja Lappeenrannassa. Koulutettavat tulivat laajalta maantieteelliseltä alueelta, ei vain koulutuskaupungeista tai niiden lähistöltä. Seuraava koulutus alkaa syksyllä 2016.

Ensimmäiseen koulutukseen hakijoita oli paljon, 154. Silmiinpistävää oli, että tuottajia haki koulutukseen määrällisesti selvästi vähemmän kuin taiteilijoita tai sosiaali- ja terveysalan osaajia. Ehkä markkinointi ei tavoittanut tuottajia riittävästi tai koulutuksen kärki ei ollut ammattituottajien kannalta tarpeeksi terävä. Hankkeessa kuitenkin uskotaan, että myös tuottajat tarvitsevat räätälöityä koulutusta osallistavan taiteen näkökulmasta, vaikka tuotteistaminen, liiketoiminta, markkinointi ja viestintä ovatkin ammatin ydinosia.

Humakin kulttuurituottajan perustutkintokoulutuksessa taiteen soveltava käyttö on ollut opintojaksona vasta kahden vuoden ajan. Vapaasti valittavissa opinnoissa tai harjoitteluna soveltava taide on ollut mahdollista jo aiemminkin, mutta vasta opetussuunnitelmatyössä 2010-luvulla soveltava taide nähtiin niin tärkeäksi tuottajan työn osa-alueeksi, että siitä haluttiin tehdä pakollinen opintojakso kaikille tutkinto-opiskelijoille.

Kulttuurituotannon opiskelijat soveltavaa taidetta tuottamassa

Humakin kulttuurituottaja (AMK) -tutkinnon opetussuunnitelmassa on 5 opintopisteen opetusjakso, jonka nimi on Taiteen soveltava käyttö. Nimellä viitataan taiteeseen, jota sovelletaan tavoitteellisesti erilaisiin ympäristöihin ihmisryhmille, joille taide ja taiteen saavutettavuus ei ole itsestäänselvyys (Heikkilä ja Tikkaaja, 2015, 22). Opintojakson tavoitteena on, että opiskelija ymmärtää taiteen laajan merkityksen ihmisen hyvinvoinnille, hän osaa soveltavan taiteen menetelmiä ja osaa toteuttaa yhteistyöprojektin soveltavan taiteen keinoin (Opinto-opas 2015–2016, 96).

Kevätlukukaudella 2015 toteutettiin ensimmäistä kertaa Humakin Jyväskylän kampuksella soveltavan taiteen opintojakso. Ajatuksena oli, että tuottajaopiskelijat pääsisivät talven ja kevään aikana autenttiseen ympäristöön tutustumaan ja toteuttamaan soveltavan ja osallistavan taiteen menetelmiä yhdessä työelämän kumppanien ja taitelijoiden kanssa.

Opintojakso aloitettiin tammikuussa tutkimalla soveltavan taiteen kenttää Suomessa ja osin Euroopassa. Kolmen teoriapäivän aikana meille kaikille valkeni, kuinka monenlaisia hankkeita, työpajoja, tutkimuksia, koulutuksia, ideoita ja kokeiluja aiheen tiimoilta on viime vuosina tehty. Opiskelijat analysoivat toteutuksia taitelijan, tuottajan ja asiakkaan näkökulmista. Tuloksia arvoitiin kriittisesti, toiminnan vaikuttavuutta ja sen mittaamista mietittiin.

Helmikuussa oli aika käynnistää omat projekti-ideat. Yhteistyökumppaneiksi valikoituivat Jyväskylän kaupungin Hyvinvointia Huhtasuolla ja Albumit auki -hankkeet, Korpilahden toimintakeskus, Gero-Centerin Osallisuutta lähiverkosta -hanke, Jyväskylän yliopiston Affect from Art -hanke, Humakin eMessi-hanke, Jyväskylä Sinfonia ja Tanssiryhmä UMC. Jo näistä hankenimistä ja toimijoista voi havaita, että Keski-Suomessa soveltavan taiteen alalla tapahtuu paljon ja toimijoita on monenlaisia ja tulokulmat aiheeseen vaihtelevat.

Talven ja kevään aikana opiskelijat veivät ryhminä projektiajatuksiaan eteenpäin. Välillä ideoitiin yhdessä, ratkottiin eteen tulleita ongelmia, mietittiin taiteen ja kulttuurin roolia näissä nimenomaisissa hankkeissa. Herkullisia kokemuksia saatiin esimerkiksi Korpilahden toimintakeskuksen kanssa tehdyssä Hyvänmielen ilmauksessa, kun vappuaatoksi tuotettiin kulkue ja tapahtuma Korpilahden satamaan. Kaikille avoin tilaisuus saavutti suuren suosion: paikalle odotettiin noin 300 henkilöä, mutta osallistujia olikin yli 500. Mielenkiintoinen oli myös Lutakon kaupunginosaan ideoitu valtakunnallisena siivouspäivänä tuotettu ympäristötaideteos. Ideana oli yhdessä asukkaiden kanssa rakentaa kierrätysmateriaaleista teos Lutakon rantaraitin varrelle.

Osana Hyvinvointia Huhtasuolle -hanketta kuuden hengen opiskelijaporukka on päässyt pohtimaan keinoja aktivoida ja osallistaa Pupuhuhdan kaupunginosan asukkaita. Työ konkretisoitui lokakuussa, kun alueen asukkaat yhdessä taitelijan kanssa osallistuvat Valonkaupunki-tapahtumaan valaisemalla kerrostaloasuntonsa mitä erilaisimmin installaatioin.

Opintojakson palautteessa opiskelijat kertoivat oppineensa paljon sekä yhteistyöstä työelämän kanssa että niistä mahdollisuuksista, joita taide ja kulttuuri tarjoavat hyvinvoinnin parantamiseksi. Valtaosa näki tämän kaltaisen toiminnan itsestään selväksi osaksi tuottajan työnkuva.

Miten saada taide ja kulttuuri arkipäiväksi kaikille suomalaisille?

Otsikon kysymystä pohditaan tällä hetkellä Suomessa monella taholla. Pääministeri Sipilän hallitusohjelmassa on maininta kulttuurin ja taiteen saavutettavuuden parantamiseksi kaikille suomalaisille. Tavoitteena on laajentaa prosenttitaiteen periaatetta yhteistyössä sosiaali- ja terveydenhuollon kanssa taiteen hyvinvointivaikutusten tukemiseksi. (Sipilä 2015.) Prosenttitaiteella tarkoitetaan periaatetta, jonka mukaan uusien julkisten rakennushankkeiden budjetteihin on jo suunnitteluvaiheessa varattava prosentti taidehankintoihin.

Hyvinvoinnin välitystoimiston kunnianhimoinen tavoite on, että hankekauden jälkeen välitystoiminta jäisi jollakin tasolla pysyväksi. Näkyviä tuloksia saadaan myös Tatu ja Sote -koulutusten kautta. Hankkeen loppuessa meillä on suuri joukko eri alojen ammattilaisia, jotka ovat tehneet moniammatillista yhteistyötä ja tuotteistaneet osallistavaa taidetta. Tuottajaopiskelijoiden koulutuksessa tavoite on sama, mutta mittakaava on ehkä hivenen pienempi. Toivottavasti kipinä soveltavan taiteen kentälle syntyy mahdollisimman monessa tuottajassa ja yksi vaihtoehto tulevaisuuden työkentällä löytyisi, ainakin osalla, vaikkapa soveltavan ja osallistavan taiteen kentältä.

Kulttuurituotannon opiskelijoiden tuottamat tapahtumat ja toiminta tuovat mukavaa vaihtelua kehitysvammaisten, lasten, vanhusten, työikäisten ja eri kaupunginosien asukkaiden arkeen. Jo alusta asti mietimme kuitenkin sattunaisen toiminnan ja vaikuttavuuden suhdetta. Miten taiteen soveltava käyttö saataisiin juurtumaan osaksi kohderyhmien arkea, arkipäiväiseksi ja itsestään selväksi asiaksi? Taide- ja kulttuurinautinnot eivät saisi olla vain luksusta ja juhlapäivien iloa tai riippuvaista hankerahoituksesta tai määrärahoista.

Lähteet

Heikkilä, Mia ja Tikkaaja, Oona 2015. *Tatun ja Soten työkirja*. Vinkkejä osallistavan taiteen tuotantoon taitelijalle, tilaajalle & tuottajalle. Hyvinvoinnin välitystoimisto -hankkeen julkaisuja.

Hyvinvoinnin välitystoimisto toimintasuunnitelma.

Kosonen, Hanna 2013. *Johan nyt on markkinat – vai onko?* Taide- ja kulttuurilähtöisten palveluiden markkinat sosiaali- ja terveysalalla. Loppuraportti.

Luovien alojen liiketoiminnan kehittämissyhdistys Diges ry. <http://www.luovasuomi.fi/article/1779> Viitattu 6.10.2015

Opinto-opas 2015-2016. Humanistinen ammattikorkeakoulu. *Kulttuurituotannon opetussuunnitelma 2013-2018*. <http://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/08/Humak-opinto-opas-2015-2016.pdf> Viitattu 13.10.2015

Sipilä, Juha 2015. *Ratkaisujen Suomi*. Pääministeri Juha Sipilän hallituksen *strateginen ohjelma* 29.5.2015. Hallituksen julkaisusarja 10/2015. Valtioneuvoston kanslia. Edita Prima, 2015

A stylized, abstract map of Finland is rendered in a solid orange color. The map is composed of several irregular, brush-stroke-like shapes that together form the outline of the country, including the Åland islands. The background is plain white.

DIGITALISAATIO JA KULTTUURIN TALOUDEN MURROS

Jari Hoffrén

Hyvinvoinnin maksiimi ja kulttuurituotannon luova tuho?

”Tämä oli sairasta, käsittämätöntä. Tämä oli mielipuolisinta, mihin ihminen on koskaan pystynyt. Tähän me pystymme: tähän on tultu.”

- Jussi Valtonen: He eivät tiedä mitä tekevät

Taiteen, kulttuurin ja hyvinvoinnin kolmiyhteys on tuorein muunnelma taiteen ja kulttuurin paikkaa maailmassa asemoivien käytäntöjen ja ideologioiden teemasta. Edellisenä voi pitää taiteen, kulttuurin ja alueiden vetovoimaisuuden kolmiyhteyttä. Nimittäjä on teemalle sama, taiteen ja kulttuurin yhteiskunnalle tuottama hyöty. Pääosin tuota hyötyä on mitattu taloudellisenä hyötynä panos-tuotos-ajattelun kehyksessä. Näissä kolmiodraamoissa myös kulttuurituotannoilla on moninainen ja jännitteinen roolinsa.

Tässä pamfletinomaisessa, pelkistävässä ajatuskokeessa tarkastelun kohteena ovat kulttuurituotannon rooli ja merkitys sekä niitä koskevat muutokset. Muutoksia ennakoidaan kysymällä, miten hyvinvoinnin, taiteen ja kulttuurin kolmiyhteys voi äärimmillään määrittää kulttuurituotannon käytäntöjä ja merkitystä ja mitä tästä kaikesta voisi tai jopa tulisi ajatella. Kulttuurituotannolla tarkoitetaan tässä kaikkea sitä toimintaa, jolla kulttuurisia sisältöjä aikaansaadaan enemmän tai vähemmän taidelähtöisesti.

Skenaarion lähtökohtana on kaunokirjallinen yksilöllisen hyvinvoinnin huipentamiseen tarkoitettu tekninen innovaatio iAm Jussi Valtosen Finlandia-palkitussa romaanissa He eivät tiedä mitä tekevät. Nykyisiin älypuheliiniin verrattuna iAm on jotakin muuta, sillä käyttäjän ensiarvioissa laite ei ”ollut puhelin. Se ei todellakaan ollut puhelin” (Valtonen 2014, 151). Laite osoittautuu suoraan aivoihin kytkettäväksi, ajatuksella ohjattavaksi käyttöliittymäksi, jonka käyttökokemuksena voi lopulta olla ”ääni- ja kuvaärsykevyyden nirvana, neuroXperience” (mt., 320).

Laitteen hyödyt vaikuttavat ilmeisiltä: ”Koska laite salamannopeasti ja ilman minkäänlaista kitkaa toteuttaa juuri sen, mitä haluaa, enää ei jää koskaan yksin ajatustensa kanssa [...] Myös lukeminen on vaivatonta. Minkä tahansa teoksen saa tilattua laitteelle neuroverkkokirjastosta samalla sekunnilla, kun se tulee mieleen. Mahdollisuudet itsensä sivistämiseen ovat rajattomat”. Ylipäätään ”[o]n ihanaa sukkuroida yhteisöviestimissä kun

juoksee lenkkiä, etsiä artikkeliviitteitä päivällispöydässä kanan rintafileitä syödessä ja katsoa uutiset...säästyy valtavasti aikaa”. (Mt., 431.)

Laite kuitenkin myös addiktoi: ”kokemus paranee eksponentiaalisesti, kun laitetta käytetään”. Lopulta se valtaa ihmisen kokonaan niin, että tämä ei pysty enää olemaan ilman sitä. Myös tarpeet ja halut asettuvat laitteen kautta. Romaanihenkilö kohtaa seksuaalisen fantasiansa katseen, mutta ”[t]ytön katsetta enemmän Joe järkyttyi siitä, miltä sen kohtaaminen tuntui: se oli totta”. Tähän on siis tultu.

Kulttuurituotannon kannalta huomio kiinnittyy ensinnäkin sisällöntuotannon monenkirjavaan osa-alueeseen. iAm jatkaa johdonmukaisesti siitä, missä nyt jo ollaan: digitalisaatio on uudistanut esimerkiksi äänitemarkkinat ja mullistanut sekä musiikin jakelua että elävän musiikin tuotantotoimintaa ja ansaintalogiikkaa, printtimedia on sähköistynyt, työmatkoja taitetaan ja työttömyyspäiviä vietetään digitaalisesti luotuja elokuvia katsellen ja pelaamalla. Sisältöjä on kuitenkin edelleen tuotettava ja niitä on keksittävä, järjesteltävä uudelleen, sovellettava uusiin käyttöyhteyksiin ja päivitettävä. Sisällöntuotanto myös omaehtoistuu ja joukkoistuu teknologian helpon käytettävyyden ja edullisuuden seurauksena – usein laadusta tinkimättä. Vanhankantaiset esitys-, jakelu- ja välitystavat saattavat toisaalta yhä löytää marginaaleista tilaa esimerkiksi retrohenkisten alakulttuurien muodossa. Kysymys sisällöntuotannon ja taiteen samanlaisuudesta tai erilaisuudesta on joka tapauksessa yhä jännitteisesti auki.

Sisällöntuotannon teknologiset muutokset – kuin muunnelman robotisaation teemasta – vaikuttavat voimallisesti jo nyt myös kulttuurialojen työtehtäviin ja -mahdollisuuksiin. Elokuvanäyttelijöiden lisäksi myös teatterinäyttelijöiden seurana esiintyy virtuaalihahmoja ja -paikkoja. Ihmiskorva ei käytännössä erota digitaalisista näytteistä sävellysohjelman koostamaa (taide)musiikkia ihmisten itsensä soittamasta musiikista. Taidenäyttelyssä voi tutkiskella taiteilijan aikoinaan itseltään irti leikkaaman korvan osin aidosta, osin synteettisestä DNA:sta kasvatettua replikanttia; ja kuvamanipulaatiot ovat monelle arkinen itsestäänselvyys. Se maailma, jota iAm käyttäjälleen tarjoaa, olisi todellakin useamman kertaluokan tehostettua todellisuutta (mixed reality).

Sisällöntuotannon joukkoistaminen uudistaa myös sosiaalisia käytäntöjä. Kulttuurielämän tähtien ja heidän fanittajiensa suhteiden rajat hämärtyvät. ”iAmin kehittäjien kerrottiin keräävän valokuvia tuhansilta malleilta, kasvopiirteitä ja ruumiinosia kaikenikäisiltä naisilta ja miehiltä. Tänne [iAmin hahmoiksi ”prototyypipankkiin”] he olivat halunneet, näiden kokemusten osiksi” (mt., 437). Samalla tähteyden rooli taiteen ja kulttuurin sisällön sekä toisinaan myös sanoman ilmaisijana muuntuu pääasiaksi ja itsetarkoitukseksi.

Tämä vetoaa erityisesti nuoriin, sillä ”iAm-hahmoissa he eläisivät ikuisesti, ihmisten kokemuksissa, nuoret selittivät. ’Mä haluan, että mun elämällä on joku merkitys’, yksi nuorista sanoi” (mt.). iAm sulattaa esikuvallisuuden, idollisuuden ja fanittamisen yhteen perustavan hyväksytyksi tulemisen tarpeen kanssa. Yksi taiteen keskeisistä tehtävistä, maailman muille esittäminen, surkastuu vain yksilön itsensä toisille esittämiseen. Minusta pidetään, olen siis olemassa. Minusta pidetään iAm-tietokannassa, olen siis olemassa ikuisesti. iAm toteuttaa haluni ja tarpeeni tuomalla eteeni kaiken haluamani, ja iAm toteuttaa tarpeeni olla muiden hyväksymä, pohjimmiltaan siis haluni olla muiden halun kohde. Yksilöllinen hyvinvointi yksilöllisten tarpeiden täydellistä hipovana tyydyttämisenä saavuttaa näin narsistis-teknologisen maksiminsa, jota kulttuurituotanto sisällöntuottajan roolissa palvelee.

Paitsi kulttuurituotannon edustajien, myös muiden on kuitenkin syytä esittää kysymyksiä. Onko tämä laillista? Kuka tästä hyötyy? Minne rahat menevät? Käyttäjien tulisi tietenkin ymmärtää, että ”[...] laite lähettää valmistajalle ja ohjelmistosuunnittelijoille automaattisesti tietoja käyttäjän sijainnista, somaattisen hermoston reaktioista, valituista mielteistä, hermosolupopulaatioiden massa-aktivaatiosta ja jopa yksittäisten neuronien hermoimpulsseista...nehän tietenkin tallentaa kaiken...myöhemmin käytettäväksi” (mt., 445).

Kulttuuria ja sen kehittymistä kollektiivisina tapoina ja tottumuksina ovat joskus ohjanneet vaikutusvoimaisen perinnön lisäksi uudistavat käytännöt kuten innovaatiot, talous, tiede, kapinat ja taide. Nykyisin kuskin paikalla istuu yhtä tukevammin talous ja eritoten kysyntä, kasvoton ja velvoittava voima, joka on kanssamme. Mutta mistä kallisarvoinen kysyntä oikein tulee? Kauppojen ostostietojen, tiedonhakupalveluiden lokien ja sosiaalisen median sovellusten (jne.) data sekä siihen perustuva kohdennettu mainonta ovat jo pitkään olleet itsestäänselvyys. Kysyntä itsessään on intensiivisemmin kuin koskaan tarkoituksellisesti ja äärimmäisen kohdennetusti tuotettua. iAm pyrkiiikin maksimoimaan asiakastutkimukset tehokkuushuippuunsa. Joskus niin viaton suhde asiakkaan tarveharkinnan, mainonnan ja ostopäätöksen välillä liukenee olemattomiin, sillä kysynnän tuottaminen perustuu ostajan reaaliaikaiseen intensiiviseen havainnointiin, sen perusteella luotujen tarpeiden ennakkointiin ja mahdollisimman välittömään tyydyttämiseen. Tässä datakierteen kohinassa näkymä intensiiviseen sisällöntuotannon tehostamiseen on myös ilmeinen.

Kun kulttuurituotannossa tuotteistaminen ja erilaiset aineettomat oikeudet kiertyvät kohtalonyhteydeksi, iAm-laitteen käyttäjänkin tulee tietää, että ”minkäänlaista lainsäädäntöä ei vielä ole sille, miten ihmisten mielleyhtymiin sekaannutaan kaupallisilla sovelluksilla tai kenelle kaiken sen datan teidän hermostollisista reaktioistanne saa myydä” (mt., 445).

Kulttuurituotannon uhkia ja mahdollisuuksia hapuileva ja sävyltään lähinnä dystooppiseksi osoittautuva ennakoiva ajatuskoe on tahallisen yksipuolisesti kärjistävä. Sen perusteella voi kuitenkin tehdä joitakin havaintoja, jotka merkitsevät myös kaunokirjallisen maailman tällä puolen. Ensimmäinen kohdistuu hyvinvoinnin käsitteeseen. Erityisesti yksilöllisestä hyvinvoinnista on –varsinkin tarvetydytysmuunnelmana – muodostunut lähes kaupallis-kulttuurinen pyhä lehmä, joka jättää helposti varjoonsa kulttuuriselle uusintamiselle olennaisia, tavalla tai toisella laajempaan kommunikaatioon ja jakamiseen perustuvia käytänteitä ja toimintoja sekä niihin perustuvan ajatuksen laajemmasta hyvinvoinnista. (Vrt. Ehrnrooth 2014; Niiniluoto 2015.)

iAm yhdistää tehokkaimmalla mahdollisella tavalla kysynnän ja tarjonnan ilman välikäsiä. Ihminen – yksilö, minä – on suoraan virtuaalisessa yhteydessä toiveisiinsa ja tarpeisiinsa ja ennen kaikkea toiveidensa mukaiseen tarpeentydytykseen. Kaikki tämä tapahtuu vailla aitoa kohtaamista, kamppailematta ja neuvottelematta, ilman vastavuoroista suhdetta todellisuudessa olemassa olevien ihmisten kanssa. Olennainen osa ihmisyyttä ja kulttuuria (sivilisaation merkityksessä), toinen ihminen yksikössä ja monikossa, virtualisoituu ja kaventuu minän monologisten toiveiden toteutumaksi. Tavallaan koko historialle olennainen yksilön ja yhteisön dynamiikka häiriintyy. Kokemusmaailmaa määrittävä, omalähtöinen virtuaalinen täyttymys näyttää poistavan rajallisen inhimillisyyden esteet, syntyy homo economicus.

Taloudellisesta näkökulmasta edellä kuvatulla tapahtumain kululla ei liene suurtakaan merkitystä. Rahatalouden näkökulmasta kyse on luovasta tuhosta, joka järjestelee kysyntää ja tarjontaa sekä siinä sivussa sosiaalisia suhteita ja identiteettejä uudelleen. Narsistisen minäkuluttajuuden vaateiden tyydyttämisessä riittänee tehtävää erityisesti luovien alojen tuotantovoimille ja siten myös aikaansa seuraavalle kulttuurituotannolle. ”Turhuuden talous” voi hyvinkin olla tulevaisuudessa suuri työllistäjä (Soininvaara 2014).

Nykykulttuurin analyysin laajemmassa valaistuksessa homo economicus on kuitenkin pulmallinen konstruktio. Vetäessään huomion itseensä yksilö alistuu yhä intensiivisempien tarkkailu- ja hallintatoimien kohteeksi ja myös kadottaa näkyvistä erilaisten ongelmien mahdolliset yhteiskunnalliset syyt. Jos kaikki ongelmat ovat ”pään sisällä”, niitä pyritään ratkaisemaan myös siellä. Tutkijan havaintoja hyödyntävä kuvitteellinen mutta konkreettinen esimerkki: soveltavan taiteen parissa työskentelevä kulttuurituottaja on saattanut olla mukana esimerkiksi syrjäytymisvaarassa olevien toimijoiden koulutusprojektissa tai -hankkeessa. Entäpä jos esimerkiksi ”[kohderyhmän] koulutuksen puutetta ja työttömyyttä ei [siinä] lähestytty yhteiskunnallisesti, [vaan] ne nähtiin yksilön ”pään sisälle” sijoittuvana psyykkisenä oireistona ja vääränlaisena mielentilana”? (Brunila 2014, 93).

Kulttuurituotannon soveltavat käytännöt voivat tällöin, kietoutuessaan yksilöllisen hyvinvoinnin jatkuvaan edistämiseen, päätyä osaksi terapeutista valtaa. Esimerkkiprojektin nuoria harjoitettaisiin ”ottamaan vastuuta pärjäämisestään ja selviytymisestään itsetutkiskeluun ja halutunlaiseen tunteilmaisuuksiin ohjaavan terapeutin vallan avulla”. Edelleen, “[...] muutos on kiinni nuoresta itsestään [ja] vastuu epäonnistumisista on jäänyt yksin nuorelle”, [jolloin] on menetetty mahdollisuus tarkastella itseä ja omaa elämää osana yhteiskuntaa ja yhteiskunnallisesti” (mt.). Yhteiskunnallisuudella – esimerkiksi kommunikaation kautta koettuna ja jaettuna yhteisenä toimintatilana – on kuitenkin omat mahdolliset hyötynsä. ”[J]os nuorten ainoaksi vaihtoehdoksi jää loputon itsetutkiskelu ja itsevastuullisuus, opettaa se nuorille ainakin sen, ettei mihinkään yhteiskunnassa kannata sitoutua, koska mikään yhteiskunnassa ei myöskään sitoudu heihin” (mt.).

Yhteiskunnallisuus (jaettavuus, kommunikaatio, kiinnittyminen, koettelu, riita jne.) tarjoaakin käänteentekevä näköalan lisähuomioille. Kulttuurin tuotantoa tulee yhä tarkastella taloudellisen vaihdon lisäksi monipuolisemmin osana myös muita yhteiskunnallisia ja inhimillisiä uusintamisen prosesseja, kulttuuri(e)n uusintamista, lopulta kulttuurievoluutiota. Kulttuurituotannon uusintamisessa uusinnetaan itse tuottamisen käytäntöjen lisäksi myös kulttuuria omanlaisenaan todellisuutena, elämää, merkityksiä, uskomuksia ja rakenteita koskevien tulkintojen tiloina, käytäntöinä ja mahdollisuuksina. Kulttuurituotantojen ja -palveluiden liikevaihdon, kasvun ja lisäarvon lisäksi tuotetaan myös elämäntulkintojen, yhteiskunta-arvioiden, erilaisten esteettisten todellisuuksien, yhdessä- ja erikseen olemisen tapojen luomisen, kehittämisen ja esille saamisen sekä kokemisen ja jakamisen mahdollisuuksia, käytäntöjä ja kritiikkiä.

Yhteiskunta eli elävä todellisuus arvioi ja koettelee itseään ja toimintaansa koko ajan, ja on tehnyt näin kautta aikain. Tällä hetkellä itsearviointi ja -koettelu on kuitenkin jäämässä taloudellisen diskurssin puristuksessa yhä enemmän varjoihin. Yhteiskunnan osana kulttuuri arvioidaan pelkistetyksi vain mahdollisen taloudellisen hyötynsä kautta. Hyöty korvaa merkityksen, sen koetteluun ja etsintään.

Kulttuurin uusintamisen hahmottaminen laajemmin edellyttää siis yhä myös muita kielipelejä kuin taloudellisen vaihdannan diskurssia tullaakseen asiallisesti jäsennetyksi. Olennainen osa ratkaisua voi tuntua lattealta, mutta on ratkaisu – tuttu, vanha ja hyvä. Taiteella (toimintana) ja taidetta koskevalla moniäänisellä keskustelulla on yhä yhdessä tieteen ja niille ominaisen vapauden kanssa parhaat mahdollisuudet arvioida yhteiskuntien ja kulttuurin sisältöjä ja suuntaa (”merkityksellisyttä”) juuri luovan avoimuuden ja epä määräisyytensä (tekisi mieli sanoa: aidon innovaatiopotentialinsa) vuoksi. Taiteen ei todellakaan tarvitse jäädä omalakisuuksiin kuplaansa. Filosofin Hegelein sanoin taide ei edelleenkään ole ”luonnollisen itseriittoinen vaan

olemukseltaan kysymys, puhuttelu, jonka on määrä synnyttää vastakaikua toisen rinnassa, kutsu muille mielille ja hengille” (Hegel 1838/2013, 127). Tämä pitänee paikkansa myös silloin, kuin taideteoksen luominen joukkoistuu.

Taiteen hyödyt ovat usein toisen kertaluokan hyötyjä eli välillisesti ilmaantuvia. Lääketieteen termein: terveet ihmiset ja yhteiskunnat paitsi kehittävät itseään, myös tutkivat ja etsivät itseään, epäillen, kokeillen, välillä raskaasti epäonnistuen. Taide ja vapaus ruokkivat luovuutta, avainta ulos ylisuunnittelun, alisuunnittelun, perusteettoman vallankäytön ja yksipuolisen maailmankuvan labyrinteista merkityksellisempään elämään. Noin aluksi.

Kun uudet teknologiset mahdollisuudet, tieteen ja taiteen löydökset ja kiistat sekä luovuuden itsepäisyyksiä kunnioittava innovatiivisuus törmäävät, voi syntyä myös muita lupaavia yhteiskunnallisesti koeteltuja uusintamismäyymiä. Muun muassa kestävä kehitys, yrityselämän uudelleenorganisointuminen ja joukkoistumisella testattava yhteiskuntavastuu voivat ehdollistaa rajustikin merkityksettömyyteen vajonneen, privatisoituneen kuluttaja-minän kosmista yksinäisyyttä. Tässä muutoksessa kulttuurituotannolla on keskeinen sija.

iAm:n luoma dystopia saattaa siis vaihtua myös varovaiseksi utopiaksi, jonka sisältöjä ja merkitystä niin taide kuin kulttuuri laajemminkin luo, avaa ja kannattelee. Ihmisestä lähtevä kulttuurituotanto – digitalisoitunut mediatuotanto, uusi sirkus, peliteollisuus, kuvataide, uudet liikuntalajit, tapahtumat, musiikin tuhannet äänet, kestäväään rakentamiseen erikoistunut ympäristöestetiikka, liike-elämän luova konsultointi ja niin edelleen – voi toimia tarpeentyydyttäjän roolinsa lisäksi myös merkityksellistäjänä ja mahdollistajana sanoen yhä: weMay.

Itsepäisyyttä ja etäisyyttä välittömän tarpeentyydytyksen seirenilauluihin tulee kuitenkin sietää tavalla, johon niin talouselämä kuin poliittinen valtakin suhtautuu usein liian kärsimättömästi. Kuvatkoon uudistavaa, luovaa ja merkityksellistävää itsepäisyyttä taidemusiikin nykysäveltäjän kommentti. Tulokseen erikseen vielä mainituksi, että 1) säveltäjä on nainen ja elossa 2) hän hyödyntää nykyteknologiaa yhdistäessään ihmisääntä, live-elektroniikkaa ja monialaisia performansseja. Säveltäjä Maija Hynninen:

”Elän nyky-yhteiskunnassa niin kuin kanssaihminenikin. Musiikkini heijastaa nykyaikaa. Kysymättä ympäristöltäni, mitä halutaan tällä hetkellä kuulla, teen musiikkia, joka antaa minua ympäröivälle maailmalle enemmän kuin mitä se huomaa pyytää. Kuulijan toiveitten pohtiminen ja seurailu on mielestäni kuulijan aliarvioimista ja samalla holhoavaa yläpuolelle asettumista. Ennalta-arvaamattomuus, uskaliaisuus, innovatiivisuus – nämä ovat nykysäveltäjän ja hänen mielessään kasvavan musiikkiteoksen ominaisuuksia.”

weMay?

Lähteet ja tausta-aineisto:

Brunila, Kristiina: Kaikilla hyvä mieli? *niin & näin* 80. 1/2014, 92–93.

Ehrnrooth, Jari: *Toivon tarkoitus*. Kirjapaja 2014.

Hegel, Georg W. F.: *Taiteenfilosofia*. (1835–1838) Gaudeamus 2013.

Heinämaa, Sara 2015. ”Suomen kriisi kadottaa yhteiset merkitykset kuten 1930-luvun natsi-Saksassa kävi”. Vieraskynä. *Helsingin Sanomat* 7.11.2015.

Hynninen, Maija 2015. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/10/07/saveltajana-suomessa-maija-hynnisen-puheenvuoro>

Kaleva, Jari-Pekka 2015. Taiteilijuuden uudet raamit – katsaus digitaalisten sisämarkkinoiden poliittiseen säätelyyn kulttuurituotteiden ja – palveluiden luomisen ja jakelun näkökulmasta. *Kulttuuripolitiikan tutkimuksen päivät*. Työpäperi. 15.10.2015.

Linturi, Risto 2015. Technology as an enabler of sustainable well-being in the modern society. *Sitra Studies* 130. <https://www.sitra.fi/en/julkaisu/2015/technology-enabler-sustainable-well-being-modern-society>

Niiniluoto, Ilkka 2015. *Hyvän elämän filosofiaa*. SKS 2015.

Soininvaara, Osmo 2014. Turhuuden talous. *Blogikirjoitus* 2014. <http://www.soininvaara.fi/2014/10/26/turhuuden-talous/>

Valtonen, Jussi 2014. *He eivät tiedä mitä tekevät*. Tammi 2014.

(van Gogh in korva) Diemut Strebe: Sugarbabe. Näyttelyssä Free Radicals: Sugarbabe & Other Works. Ronald Feldman Fine Arts, 7.11.-5.12.2015. http://www.feldmangallery.com/pages/home_frame.html

Pekka Vartiainen

Kun brändi kirjoittaa kirjan

Muutama viikko sitten vierailin erinomaisen mielenkiintoisessa konferenssissa Helsingissä. Kyseessä oli EARS² (Europe Asia Roundtable Sessions) eurooppalaisten ja aasialaisten luovien alojen toimijoiden vuosittainen kokoontuminen. Näitä median, markkinoinnin, musiikin, esittävien taiteiden ja suunnittelijoiden yhteisiä verkostotapaamisia on järjestetty vuodesta 2012 lähtien. Osallistujilla on runsaan viikon aikana mahdollisuus esitellä viimeisimpiä tuotteitaan ja keskustella alojensa tulevaisuudennäkymistä sekä solmia kauppasuhteita, niitäkin. Paikalla oli tänä vuonna yli 300 osallistujaa kymmenistä eri maista.

Tapaamisen maantieteellinen akseli virittyi Helsingin, Beijingin ja Shanghaiin välille. Päävastuun organisoinnista kantaa ja tapaamiset koordinoi suomalaisen tahon, minkä vuoksi suurin osa tilaisuuksista onkin järjestetty Suomessa. Kulttuuriviennin näkymät siintävät järjestäjien ja heidän taustallaan toimivien organisaatioiden silmissä. Tavoitteena on rakentaa vastapooli tai vaihtoehtoinen kulttuurinen ja taloudellinen linkki perinteisen Eurooppa–Amerikka-yhteistyön rinnalle. Aasiassa luova sektori on nopeimmin kasvava ala maailmassa, joten aivan höttöiselle pohjalle verkostoa ei ole pystytetty.

Vuoden 2015 teemana oli Etelä-Korea, jonka teknologinen ylivoima ja vahva ote viihdeteollisuuden muokkaavat tällä hetkellä koko maanosaa ja itse asiassa koko maailmaa. Viimeisimmät innovaatiot, liittyivät ne sitten videopeleihin, virtuaalitodellisuuteen, animaatioon, muotiin tai musiikkiin ovat osa korealaista populaarikulttuurin ilmiötä (K-pop), joka on kyennyt hyödyntämään amerikasoitumisen omaksi edukseen. Tänäpäin korealaiset poika- ja tyttöbändit, televisio-ohjelmat ja monet muut myydään takaisin reilulla hinnalla Eurooppaan ja Pohjois-Amerikkaan, puhumattakaan Kiinasta ja Japanista, jotka ovat koreasoitumisen pääasialliset kohdemaat. K-popin maailmanmarkkinoiden valtaamisesta yksi hyvä esimerkki on korealaisen popparin Psy'n Gangnam Style-video, joka You Tuben kautta saavutti ensimmäisenä maailmassa miljardin katsomiskerran rajan.

Elokuun lopun Helsingissä keskusteltiin siis Aasian kasvavista markkinoista ja kuultiin useita mielenkiintoisia kuvauksia teknologisista ja kulttuurisista avauksista, joista löytyy sekä taloudellista että luovaa potkua alan toimijoille Euroopassa. Kaikki ei tule Amerikasta, eikä kaikkien tarvitse mennä

Amerikkaan. Valoa taloudellisessa ja henkisessä kurimuksessa eläville saat-
taa löytyä myös kaukaa idästä. Ja ovathan jo monet suomalaisetkin siellä ko-
keilemassa onneaan.

Yksi suomalainen menestys- tai yritystarina liittyy Rovioon, joka on kirjalli-
suuden kustantajana kolkutellut Kiinan markkinoita usean vuoden ajan. Yhtiön nimi liitetään pikemminkin peliteollisuuteen kuin kirjallisuuteen, mutta myös kirjat kuuluvat sen toimintastrategiaan³. Kustannustoimintansa Rovio käynnisti 2011, ja syksyyn 2015 mennessä se on lanseerannut vaikuttavan määrän nimekkeitä eri puolilla maailmaa; tässä sitä ovat auttaneet maail-
malla jo valmiiksi tunnetut yhteistyökumppanit kuten National Geographic ja Disney.

Pääosan Rovion kirjakustannuksesta muodostavat lapsille suunnatut kuva-
ja satukirjat, joissa seikkailee leegio vihaisia lintuja tai niihin kytkeytyviä hahmoja. Listalta löytyy kuitenkin myös muutama tietokirja. Näissä esi-
tellään uusia markkinointimenetelmiä (Pascal Clarysse: Disruptive Marketing) käyttäen esimerkkinä yhtiön omia toimintatapoja tai kuvataan haastatteluiden avulla sitä, miten teknologiset menestystarinat ovat olleet yhtäläillä naisten kuin miesten ansiota (Tuuti Piippo: Futuremakers). Lauri Järvilehdon teoksessa Learning as Fun haistellaan oppimisen uusia tuulia pelien ja leikin pedagogiaa soveltaen.

Kirjat ovat vain yksi osa Rovio Entertainmentin tuoteperhettä, jossa peli-
en, animaatioiden, teemapuistojen, elokuvien ja lisenssituotteiden avulla tavoitellaan paikkaa globaaleilla markkinoilla. Roviossa kirjallisuutta kus-
tannetaan brändi edellä: tärkeintä on löytää ne kuluttajat, jotka eivät ehkä (vielä) pelaa tai kuluta aikaansa huvipuistoissa. Tällaisia ovat vaikkapa kirjallisuuden parissa viihtyvät lapset ja aikuiset.

Kirjat ovat siis Roviolle oheis- tai sisäänheittotuote yhtiön muuhun toiminta-
taan ja samalla mahdollisesti myös omillaan pärjäävä toiminta-alue. Ennen kaikkea, kirjat ovat tuote. Siksi lapsille suunnatuissa kirjoissa ei ole teki-
jöitä, vaan ne ovat yhteistyön tai nimeämättömän tiimin tulosta. Kirjojen sisältämistä tarinoista neuvotellaan asiakkaan kanssa, ja neuvotteluissa sovitaan muun muassa juonenkäänteistä ja ylimääräisistä sanallisista tai kuvallisista efekteistä, kirjojen värisävyjä koodataan niitäkin kulttuurisen-
sitiivisesti; esimerkiksi se, mikä meillä toimii sinisenä, vaatii ehkä Kiinassa punaväriä.

Kustannussopimus allekirjoitetaan, kun kaikista yksityiskohdista on päästy sopimukseen. Brändi kääntyy kiinaksi tai intiaksi tai miksi tahansa muuksi kulttuuriksi, mutta säilyttää aina jotakin, mistä lukijat kautta maailman voivat sen tunnistaa. Rovion kustannustoiminnan ydin on juuri siinä, että kirjat ovat näkyvämmässä osassa kuin niiden tekijät. Kirjailijan sijasta

linnut ja possut vievät lukijat mielikuvitusmatkalle maahan, jossa jo odotavat tuttujen pääosan esittäjien muut muodot (pelit, lelut, laitteet).

Tavallaan tämä Rovion ”kirja vailla tekijää” -lähtökohta on kirjallisuuden autonomiaa puolustaneiden uskriitikoiden ja jyrkimpien poststrukturalistien toiveuni. Teksti irrallaan kirjailijaan liitetyistä epiteeteistä kuulostaa raikkaalta kirjoihin edelleenkin kytkettyjen romanttisten tekijyyttä korostavien lähtökohtien rinnalla. Ettäkö kirja palautuisi aina tekijään ja olisi tulosta kirjoittajan pään sisällä vellovista tunteista ja ajatuksista!

Todellisuudessa Rovion kirjat eivät ole päässeet kovin kauaksi tekijöistään, vaikka heitä ei mainita. Näidenkin lintukirjojen taustalla lymyävät samat lainalaisuudet, jotka ovat ohjanneet kirjakustantamista kautta aikain. Kopioitavuus, tunnistettavuus, harmittomuus johdattavat meidät modernin sarjatuotannon ytimeen, josta jo filosofi Walter Benjamin väänsi yhteiskuntakriittistä rautalankaa 1930-luvulla.⁴

Jäljittely ja vanhan toistaminen on aina kuulunut taiteen tekemiseen, eikä oma aikamme muodosta tässä poikkeusta. Ainoa, mikä on muuttanut kaiken, on jäljittelyn tehostumisen mahdollistava teknologia ja siihen liittyvä kapitalistinen ansaintalogiikka. Mitä tehokkaammin, nopeammin ja suurempia yleisöitä tavoitellen taidetta tehdään, sitä kauemmaksi loitonnutaan taiteen ytimeä, sen sisimmästä olemuksesta.

Rovion kirjakustannus seuraa uskollisesti tuota teknisen uusinnettavuuden toimintaperiaatetta, jonka alkutahdit Benjamin kuuli 1930-luvun Saksassa. Vihaisten lintujen höyhenten alta kurkkivat onnelliset osakkeenomistajat.

² <http://www.ears.asia>.

³ <http://www.rovio.com/en/our-work/books>

⁴ Ks. Benjamin, Walter (1936) "Taideteos teknisen uusinnettavuutensa aikakaudella" (käännös Markku Koski) Teoksessa Koski, Markku, Rahkonen, Keijo & Sironen, Esa (toim.), Messiaanisen sirpaleita. Jyväskylä: Kansan sivistystyön liitto / Tutkijaliitto 1989, s. 139–173.

Antti Pelttari

Markkinointi on aina viestintää

Olen jo useamman vuoden ajan vääntänyt kättä opiskelijoiden kanssa viestinnän ja markkinoinnin integroinnista. Tällä hetkellä molempia ainekokonaisuuksia opetetaan sekä Humakissa että muissa oppilaitoksissa omina opintojaksoinaan, yliopistoissa jopa eri tiedekunnissa. Näin on siitä huolimatta, että käytännössä niiden erottaminen toisistaan alkaa olla täysin mahdoton tehtävä. Tämän vuoksi olen teettänyt viestinnän kursseilla opiskelijoille viestintä- ja markkinointisuunnitelmia pelkkien viestintäsuunnitelmien sijaan.

Tapaisuuteni on herättänyt hämmennystä ja huolta, varsinkin kun perinteinen (kaiken järjenvastainen) kahtiajako viestintä- ja markkinointiosastojen välillä on edelleen yleinen käytäntö myös työelämässä. Toisinaan opiskelijani ovat palanneet työharjoittelusta kiukkuksina. Ensimmäisen vuoden opiskelijoilla on yhtenä työtehtävä viestintä- ja markkinointisuunnitelman laatiminen, ja joissakin työharjoittelupaikossa ohjaajat ovat pitäneet opiskelijoiden minulta saamia ohjeita virheellisinä tai suorastaan ammattitaidottoman opettajan luomuksina.

Googlessa hakusanalla markkinointi- ja viestintäjohtaja löytyy muutamia päinvastaisiakin esimerkkejä. Esimerkiksi Fonectalla, Outotecilla, Tamrolla & Saarioisella näyttäisi olevan markkinointi- ja viestintäjohtajat. Viestintä- ja markkinointijohtaja löytyy myös muutamilta yrityksiltä (Kamux ja ISS palvelut Oy). Kuvaavaa kuitenkin on, että hakutuloksien määrä kymmenenkertaistuu kun etsi tietoja viestintä-, markkinointi tai myyntijohtajista erikseen. Osastojen yhdistäminen ja johtaminen keskitetysti ei todellakaan ole Suomessa vielä valtavirtaa.

Mitä ihmettä on IMC?

Integroidusta markkinointiviestinnästä (integrated marketing communication, IMC) ei suomeksi löydy aiheesta juuri tietoa. Wikipedian suomenkielisessä artikkelissakin kerrotaan vain, että integraatioajattelu pitää sisällään organisaation kokonaisuudessaan, mutta se korostaa markkinoinnin,

myynnin ja viestinnän rooleja ja niiden yhteispeliä. Integraatiossa on kahdeksan ulottuvuutta, ja integraatiota voidaan soveltaa käytäntöön myös taktisissa operaatioissa, vaikka se määritelmänsä mukaisesti korostaa strategisen markkinoinnin roolia. (https://fi.wikipedia.org/wiki/Integroitu_markkinointiviestint%C3%) Kirjoja aiheesta on suomeksi julkaistu vain muutama. Paras niistä lienee Markku Vierulan *Suuri Integraatiokirja* (2014), jossa ai-
hettä lähestytään strategisen suunnittelun näkökulmasta.

Yhdistetty markkinointiviestintä tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että yrityksissä viestintää, markkinointia ja myyntiä johdetaan keskitetysti ja interaktiivisesti sen sijaan, että jokaiselle toiminnolle olisi olemassa oma osastonsa. Vain tällä tavalla voidaan varmistaa, että kaikkien toimijoiden yrityksestä laatimat ja ulospäin suunnatut viestit ovat yhdenmukaisia ja puhuvat samaa kieltä toistensa kanssa kaikessa viestinnässä.

Nykyinen siiloutunut tilanne on lähinnä koominen. Viestintäosaston (humanistit) suunnittelevat tiedotteita ja ylläpitävät ja vaalivat ehkä mustasukkaisinakin omia mediasuhteitaan. Viestinnässä korostuu tosiasiapohjainen koko yrityksen toiminnasta kertominen. Tämän ulkoisen yritysviestinnän ja yhteiskuntasuhteiden vaalimisen kohderyhmänä ovat medioiden lisäksi muut keskeiset sidosryhmät kuten vallanpitäjät, sijoittajat, henkilökunta, alihankkijat ja ehkä naapuritkin. Myös sisäinen viestintä ja henkilökunnan motivointi sekä uusien ihmisten rekrytointiin liittyvät asiat ovat olleet osa viestintäosaston toimenkuvaa. Keskeistä on, että viestinnässä ei tehdä maksettua mainontaa.

Markkinointiosastoilla (kauppakorkeakoululaiset) mietitään puolestaan juuri maksullisen markkinoinnin kikkoja. Luodaan iskulauseita ja maalataan sanoilla ja kuvilla ihmisten mieliin muistijälkiä. Toteutetaan markkinointikampanjoita, esitteitä ja muuta mainosmateriaalia. Tavoitteena on saada asiakkaat ostamaan yrityksen tuotteita. Markkinoinnilla pyritään myös huolehtimaan kanta-asiakkaista ja hankkimaan uusia asiakkaita, mutta nyt ei tehdä (ainakaan kovin laajasti) koko yrityskuvan muokkaamiseen liittyvää brändityötä vaan enemmänkin tuote- ja palvelukohtaista kampanjoitua.

Suurimmat erot yritysten markkinoinnin ja viestinnän välillä ovat kohderyhmäajattelussa ja siinä, tuotetaanko viestejä tosiasiapohjalta vai vedotaanko enemmän mielikuviin. Yhtä kaikki, molemmissa rakennetaan brändimielikuvaa. Ja molempiin pätee myös hyvin yleisäntö siitä, että valehdella ei saa, mutta että kaikkea ei tarvitse kertoa. Lisäksi on niin, että aika harva asiakas osaa edes sanoa, mikä viesti on markkinointia ja mikä viestintää. Poikkeuksen asiaan tekee korkeintaan yrityksen sisäinen viestintä, joka ei ehkä ihan kaikilta osin ole puhdasta markkinointia. Toisaalta visioiden, missioiden ja yhteishengen rakentamisestakaan markkinointiosaaminen ei mene hukkaan.

Nykyinen asetelma, jossa humanistit viestivät ja kaupparokkeakoululaiset markkinoivat on vähän kuin lätkämätsi jossa hyökkääjät ja puolustajat lyövät välillä kiekkoja myös omaan reppuun. Kun tähän viestinnän ja markkinoinnin eri leireihin (siiloihin) lisätään vielä myyntiosaston myyntimiehet, jotka pahimmassa tapauksessa toimivat kukin omilla tahoillaan ja tavoillaan, on yrityksellä liedellä porisemassa soppa, jonka mausteista ja raaka-aineksista ei oikein kenelläkään kokeista ole tarkkaa tietoa. Moisen sopan tarjoaminen asiakkaille sisältää aina enemmän riskejä kuin mahdollisuuksia. Suuressa integraatiokirjassa tuolloinen Fonecta OY:n markkinointi- ja viestintäjohtaja Jukka-Pekka Vuori on tiivistänyt oivallisesti integroidun markkinointiviestinnän ydinajatuksen:

”Se onko myynti, markkinointi vai viestintä kasvun moottori, ei ole relevantti kysymys. Tärkeintä on se, miten nuo osa-alueet saadaan pelaamaan saumattomasti yhteen. Siitä syntyy kasvu.” (<https://kirja.elisa.fi/ekirja/markkinointi-myynti-ja-viestinta-suuri-integraatiokirja>)

Maailma muuttuu reaaliaikaiseksi

Markkinoinnin ja viestinnän integraation puute korostuu tänä päivänä vielä paljon voimakkaammin kuin aikaisemmin. Tämä johtuu monestakin eri seikasta. Yksi on mainosvälitteisten medioiden syvenevä kriisi, joka uhkaa jättää perinteiset mainostoimistoihmiset kokonaan vaille työtä. Kun ei enää ole mediaa, jossa kustannustehokkaasti mainostaa tuotteitaan ja kun yhä harvempi kuluttaja haluaa vastaanottaa maksettua mainontaa, niin miksi maksaa mainonnasta?

Yhä useammat yritykset eivät sitä itse asiassa enää teekään. Ne rakentavat viestintänsä sosiaalisen median ja niin kiinnostavan toiminnan varaan, että siitä tullaan oikein erikseen tekemään uutisia ja lehtijuttuja. Näin toimii esimerkiksi Novita. Se on perinteinen käsityölanvoja valmistava suomalaisen perheyhtiö, jonka voisi hyvin kuvitella olevan tänä päivänä konkurssin partaalla, koska lankojahan saa paljon halvemmalla esimerkiksi Virosta. Asia on kuitenkin päinvastoin. Novita on menestyvä yritys, jonka markkinointi on jo vuosien ajan nojannut oman asiakasyhteisön palvelamiseen ja kutomista harrastavien asiakkaiden kuuntelemiseen. Yritys lähti jo kymmenisen vuotta sitten luomaan markkinointia sen asiakkaita yhdistävän käsityöharrastuksen pohjalta. Keskeiseksi markkinoinnin teemoiksi nousivat käsityön ympärille muodostuneen harrastajayhteisön toimintaedellytysten parantaminen ja yhteisön kasvun tukeminen. Tämän markkinoinnin runkona toimii oma, neljä kertaa vuodessa ilmestyvä asia-

kaslehti. Harrastelehdet eivät ole kuolemassa sanomalehtien rinnalla, pikemminkin päinvastoin.

Novita-lehden tilaajille tarkoitettulla internet-sivustolla toimiva Novita-klubi tarjoaa käsityön harrastajille puitteet ja välineet pitää helposti yhteyttä toisiinsa ja jakaa ideoita keskenään. Klubista onkin muodostunut aktiivinen harrastajayhteisö, joka ruokkii yritystä koko ajan uusilla ideoilla ja ajatuksilla. Novitan internet-sivustolta löytyy myös Neulomo, jossa on yli 300 käsityöharrastajien ylläpitämää blogia. Keskeisintä Novitan markkinoissa on oman sitoutuneen yhteisön luominen ja heidän palveleminen. (<http://akatemia.fi/2009/06/novita-panostaa-markkinoinnissaan-harrastajayhteisön-palvelemiseen/>)

Oman sitoutuneen asiakasyhteisön luominen ja palveleminen on myös kulttuurialalla toimivien yritysten ja yhteisöjen menestyksen avain. Tämän kaltaisen liiketoiminta on tulevaisuuden liiketoimintaa, ja varsinkin kulttuurin ja taiteen toimijoille tämä tarjoaa erinomaisia mahdollisuuksia. Tämän tyylistä liiketoiminnasta viestittäessä ole mielekästä erottaa toisistaan viestintää ja markkinointia, vaan kaikki toiminta tähtää oman tuotteen tai palvelun (kustannus)tehokkaampaan ja laadukkaampaan myyntiin ja myynnin edistämiseen. Digitaalisen liiketoiminnan haltuun ottaminen kokonaisvaltaisesti on tässä jutun juonena, ja siihen tarvitaan sekä viestintää että markkinointia.

Kiinnostavien sisältöjen tekemisen merkitys ei ole kadonnut mihinkään myöskään digitalisoituvassa kilpailussa, päinvastoin, se on entistäkin tärkeämpää. Kilpailun kovuus ja reaaliaikaisuus vaativat kuitenkin yhä tehokkaampaa yhteistyötä ja oikeanlaista reagoitokykyä myös ajankohtaisiin ilmiöihin. Myynnin on oltava asiakkaiden iholla ja kerrottava muulle organisaatiolle kentällä tekemistään havainnoista: ostokäyttäytymisestä, asiakkaiden odotuksista ja toiveisista. Kerätty informaatio on saatava integroitua markkinointiviestintään, jotta asioihin voidaan reagoida. Myös kaikenlainen tuotekehittely on integroitava osaksi tätä samaa palautejärjestelmää.

Myös visuaalisuus korostuu. Pelkillä puheilla ei enää ketään vakuuteta. Asian esittämisen tukena tulee olla havainnollistavaa esite-, grafiikka-, kuva- ja videomateriaalia, sopivassa suhteessa tätä kaikkea, mielellään vielä huumorilla tai ajankohtaisuudella höystettynä.

Reaaliaikaisuuteen liittyen viestinnän kentälle on hiipinyt viime vuosina uusi käsite: särkevätön viestintä. Ajatus sisältää vaatimuksen organisaatioille: niiden on oltava entistä joustavampia – niiden on kyettävä sopeutumaan muuttuvaan ympäristöön sekä ymmärtämään asiakkaitaan ja muita sidosryhmiään entistä paremmin. Tämä särkevättömyys edellyttää reagoitokyvyn lisäksi sitä, että koko organisaatio puhuu samaa kieltä.

TBWA/Helsingin toimitusjohtaja Sami Tikkanen totesi markkinointiviestinnän viikolla 2015 pitämässään esityksessä, että tulevaisuudessa heidän toimistossaan tärkeimpien asiakkaiden tilanteita seurataan jatkuvasti, jotta ajankohtaisiin uutisiin voidaan reagoida reaaliajassa. Markkinointiviestintä ei siis todellakaan ole enää kampanjaviestintää. Sen sijana se on reaaliaikais- ta yhteydenpitoa asiakkaisiin ja heidän arkensa jakamista. Jokainen kohtaaminen asiakkaan kanssa netissä tai livenä tai livenä netissä on tehtävä asiakkaalle palkitsevaksi ja helpoksi. Asiakaslähtöisyys on palvelua, ja jos palvelua ei ole, asiakas lähtee ja hänen takaisin houkutteleminen on usein työn ja tuskan takana.

”Menestyvän brändin tehtävä on luoda maailmasta jollain omalla tavallaan parempi tai viihtyisämpi paikka. Tätä tarkoitustaan varten brändi suunnittelee tuotteita ja/tai palveluita. Tähän tehtäväänsä se tarvitsee kuluttajia ja kykyä kuunnella heitä” (Tommi Laiho). (<http://www.marmai.fi/blogit/laihonklinikka/aihe+josta+kukaan+ei+ole+samaa+mielta/a2307474>)

Jyrki Simovaara

Joka päivä syntyy uusi kulttuurialan yritys

Kulttuuri on kasvuala. Se on hienoisessa kasvussa meneillään olevista talousvaikeuksista huolimatta. Kulttuuri ja liike-elämä lähentyvät toisiaan vääjäämättä. Kohtaaminen ei aina ole ongelmaton, mutta molemmat oppivat toisiltaan. Tässä artikkelissa tarkastelen yrittäjyyden ja kulttuurialan yhteisloa tutkimusten, tilastojen ja havaintojen valossa.

Luova talous ja kulttuurin kytkennät talouselämään nousivat suomalaisen kulttuuripolitiikan keskusteluun 2000-luvun alussa. Lähtökohtana keskustelussa oli kulttuurin ja kaupallisen maailman perustavanlaatuisen erilaisuus. Niiden yhteensovittamista pidettiin erittäin hankalana ja epätodennäköisenä.

Talouden toimialojen vertailussa kulttuuri ja taide sisältyvät luoviin aloihin. Luovan alan ja luovan talouden käsitteet ovat paljon kulttuurialaa laajempia, ne kattavat mediaa, mainostoimistoja, ohjelmistosuunnittelua, pelialaa ja muita liike-elämän keskeisiä tukipalveluita, joita ei mielletä kulttuurialan osiksi. (Heiskanen 2015.)

Vuonna 2011 pelialaa edustava Koopee Hiltunen korosti luovan talouden toimijoiden erilaisuutta. Samassa kehitysseminaarissa istui uniikkeja taideteoksia tuottavia taiteilijoita ja kansainvälisille markkinoille monistettavia pelituotteita tuottavia pelialan yrityksiä. Hiltusen mielestä näin erilaisia toimijoita ei voi kehittää samoilla keinoilla. Hän ehdotti luovan kulttuuri-toimialan erottamista luovasta teollisuudesta. (Hiltunen 2011).

Artikkelissaan ”Taiteen ja kulttuurin uusi asemointi talouteen” Ilkka Heiskanen tuo esiin Lawrence Lessigin ajatuksen kahdesta rinnakkaisesta taloudesta. Kaupallinen talous perustuu ajatukseen ”tehdystä työstä maksetaan”. Sen rinnalla elävä yhteisöllinen vaihdantatalous sisältää monia erilaisia motiiveja ja tavoitteita, jotka eivät ole yhteensoivia kaupallisen talouden motiivien kanssa. Lessig varoittaa, ettei toimintamalleja voi siirtää talousmallista toiseen. (Heiskanen 2015, 161.)

Suomessa on vahva kansalaisjärjestökenttä, jossa kaupallisen toiminnan ja yhteisöllisen toiminnan yhteenliittämistä on harjoiteltu vuosisatoja. Kulttuurikenttä perustuu vahvasti 1800-luvun lopun kansalaistoimintaan.

Luovan talouden kehittämisen kysymystä voisi pyrkiä ratkaisemaan edellä esitetyn kahden talouden ajattelun kautta.

Nykyiset rahoitukset ja kehittämistoimet kohdistetaan usein koko laajaan luovien alojen kenttään ja niiden vaikutukset voivat olla täysin erilaiset riippuen siitä, ollaanko vaihdantaloudessa, julkisrahoitteisessa vai kaupallisessa maailmassa. Yksi esimerkki onnistumisesta kahden erilaisen talouden yhteensovittamisessa voisi olla avoimen lähdekoodin yhteisöt. Niissä ohjelmistokoodi tehdään talkoilla ja jaetaan kaikille, mutta monet yritykset hyödynävät näin syntynyttä yhteisöllistä koodipääomaa ja rakentavat sen varaan kaupallisia tuotteita, palveluita ja liiketoimintaa.

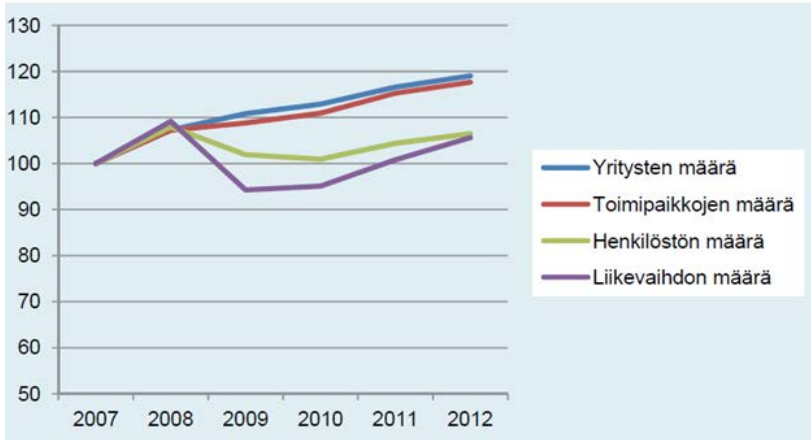
Toinen esimerkki voisi olla urheiluseurojen toiminta. Urheilun ruohonjuuritasolla epäkaupallinen seuratoiminta ja kaupallinen toiminta limittyvät yhteen. Seurat järjestävät talkoilla toimintaa ja tapahtumia, joihin kaupalliset toimijat pääsevät mukaan maksamalla mainos- ja myyntipaikoista. Monissa tapahtumissa myös kuluttajille myydään pääsylippuja. Urheiluväen tavoittamisesta ovat valmiita maksamaan ne kaupalliset tahot, joiden tuotteita ja palveluita urheilijat ja yleisö ostavat, esimerkiksi urheiluvälinemyyjät, vakuutusyhtiöt, terveydenhoitopalvelut ja kuntosalit. Monet urheilijat perustavat taiteilijoiden tapaan yrityksiä sitten kun heiltä kysytään riittävästi vaikkapa valmennus- tai koulutuspalveluita. Ja jotkut elättävät itsensä ammattiuurheilijoina. Ruohonjuuritaso pyörii tästä kaupallisesta sivujuonesta huolimatta vaihdantalouden ehdoin ja hyötyy toiminnan ympärillä olevasta kaupallisesta taloudesta.

Kulttuurialalla eron tekeminen talkootoiminnan, julkisrahoitteisen toiminnan ja kaupallisen toiminnan välillä on usein epäselvä. Osittain sekaannus voi johtua rahoitusjärjestelmästä, jossa valtionosuusjärjestelmä poimii kansalaistoiminnan piirissä syntyneitä toimijoita pysyvien ja ammattimaisuutta edellyttävien tukien piiriin. Toisaalta kulttuurialan ammattilaisetkaan eivät aina tule toimeen ilman apurahoja. Yksi sekaannuksen lähde voi olla myös päätään nostanut keskustelu taiteesta perusoikeutena, jossa yksi tulkinta on se, että taiteilijalla pitäisi olla toimeentulon edellytykset markkinoista ja työmarkkinoista riippumatta.

Kulttuuri kaupallisin silmin

Kaupallisen talouden puolella kulttuuriosaamisen tarpeellisuus nähdään tähän tapaan:

Kulttuuriin liittyvä osaaminen on tärkeä osa luovaa alaa, mutta luovaa alaa ei tule nähdä pelkästään kapeana kulttuurin tuottamisena. Se edistää kulttuurisen pääoman hyödyntämistä henkisessä, sosiaalisessa ja tuotannollisessa kehityksessä. Oman ja muiden kulttuurien ymmärtäminen on etu erityisesti käyttäjä- ja asiakaslähtöisessä innovaatiotoiminnassa. (Luovat alat. Toimialaraportti. 2014. Sami Peltola, Matias Ollila, Timo Metsä-Tokila)



Kuvio 1. Luovalla alalla toimivien yritysten määrä, toimipaikkojen määrä, henkilöstön määrä ja alan liikevaihdon kehitys vuosina 2007-2012 (Vuosi 2007 = 100, Lähde: Toimiala online/ Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri).

Työ- ja elinkeinoministeriön toimialaraportissa vuodelta 2014 luovien alojen kasvua ja kehitystä tarkastellaan numeroiden avulla. Siinä todetaan, että luoville aloille on nopeasti syntynyt uudenlaisia palveluita, joissa houkuttelevia sisältöjä tarjotaan liike-elämälle ja kuluttajille. Luovilla aloilla toimi raportin laatimisen hetkellä 43 500 henkilöä noin 12 000 yrityksessä, joiden yhteenlaskettu liikevaihto on yli kuusi miljardia euroa. Kuvio 1 yllä kertoo havainnollisesti kulttuurialan yritysten määrän selkeästä kasvusta. Samankaltaista kasvua on nähtävissä muillakin palvelualoilla. (Työ- ja elinkeinoministeriö. Toimialaraportti. 16.12.2014).

Yritystoiminnan näkökulmasta luovilla aloilla nähdään kolme isompaa osa-aluetta:

1. Luovan median toimialan muodostavat av-viestintä, radio, TV, kirjallisuus ja musiikki. Jakelukanavat kehittyvät voimakkaasti digitaalisessa ympäristössä ja toiminta on osittain kansainvälisen kilpailun piirissä.
2. Luovien palveluiden ryhmä palvelee liike-elämää esimerkiksi muotoilun, arkkitehtuurin, mainonnan ja luovan kehittämisen kautta. Palveluliiketoiminnassa asiakkaiden saama hyöty on keskeinen arvon mitta.
3. Taiteen ja kulttuurin rooli ei liiketoimintana ole merkittävä, mutta festivaalit, näyttelyt, tapahtumat ja esitykset muokkaavat liiketoimintaympäristöjä ja tekevät alueista houkuttelevia.

Media	Palvelut	Taide ja kulttuuri
Digitaaliset ekosysteemit Monistettavat tuotteet Kansainvälinen liiketoiminta	Poikkitoimialainen liiketoiminta Paikallisesta kansainväliseen	Paikalliset ja alueelliset luovien alojen ekosysteemit Aluetaloudellinen vaikutus
Julkaisutoiminta, musiikki, radio, televisio, kirjat, lehdet, audiovisuaalinen ala, peliteollisuus	Muotoilu, arkkitehtuuri, muoti, vaatesuunnittelu, mainonta, markkinointiviestintä, kulttuurin hyvinvointituotteet, luovat metodit työelämässä	Festivaalit, tapahtumat, esittävä taide, galleriat, museot, kuvataide ja muu visuaalinen taide, käsi- ja taideteollisuus

Taulukko 1. Luovien alojen kolmijako-määrittelmä (Lähde: Valtioneuvoston periaatepäätös aineettoman arvonluonnin kehittämisohjelmasta, 2014)

Tilastojen mukaan jopa edellä mainitun vaihdantatalouden ja taiteellisen luomisen alueille on syntynyt paljon uusia yrityksiä. ”Taiteellisen luomisen” ja ”esittävien taiteiden” nimillä kulkevilla toimialoilla sekä kasvu on nopeaa sekä yritysten määrässä että liikevaihdossa mitattuna. Nämä toimialat ovat kuitenkin pieniä, joten pienikin kasvun vire näkyy tilastoissa reippaana nousuna. Taiteellinen luominen eli taiteilijan työ ei kuitenkaan ole liiketoiminnan osa-alue, joten voidaan kysyä, onko yritysten määrän kasvu näillä toimialoilla relevantti kehityksen mittari.

Osittain yritysten määrän lisääntyminen johtuu työelämän rakenteiden muutoksista. Ennen palkkatyönä teetettyä tuotantotyötä ja taiteellista työtä teetetään yhä hanakammin yrittäjän työnä, koska siinä tilaajan vastuut ovat pienemmät ja usein kokonaiskulu on pienempi. Samasta syystä myös julkisen sektorin kulttuuripalveluja siirretään yritysten toteutettavaksi, ja jälleen uusia yrityksiä tarvitaan. Taiteen, viihteen ja virkistykseen toimialalle syntyy lähes 500 uutta yritystä vuodessa. Joka päivä syntyy uusi kulttuurialan yritys.

Julkinen talous

Valtio ja kunnat tukevat sekä pyyteettömän kulttuurielämän vaihdantalouden että ammattimaisen kulttuurituotannon olemassaoloa. Pysyvien julkisten tukien piirissä olevat kulttuurilaitokset toimivat pääosin julkisten tukien varassa. Esimerkiksi Valtionosuuden piirissä olevat 200 teatteria, orkestereita ja museota saavat keskimäärin 77 prosenttia tuloistaan julkisista tuista. (OKM 2013.)

Taiteen tukijärjestelmämme pyrkii takaamaan pitkäjänteisen ammattimaisen taiteen tekemisen. Toistaiseksi taiteen tuelle ei ole asetettu esimerkiksi yleisömääriin sidottuja tavoitteita, joilla sen kehitystä ohjailtaisiin enemmän ympäröivän maailman asettamien toiveiden mukaan. Viime vuosina on tehty selvityksiä mahdollisista kriteereistä ja mittareista, joilla taiteen julkisen tuen yhteiskunnallista vaikuttavuutta mitattaisiin ja ohjattaisiin, mutta päätöksiä ei ole saatu aikaiseksi.

Julkisista tuista puhuttaessa on hyvä muistaa, että kuluttajamarkkina on myös kulttuurialalla moninkertaisesti suurempi kuin julkiset tuet. Suomalaiset käyttävät noin 10 prosenttia kulutuksestaan erilaisiin kulttuurimenoihin. (Kulttuuritilasto 2013, 183.) Yli kuuden miljardin potti pyörii monenlaisten kulttuurituotteiden ja -palveluiden myynnissä, eikä mitään rahoituskaavakeita tarvitse täytellä siihen käsiksi pääsemiseksi. Elinkeinonharjoittamisen vapaus on perusoikeus siinä missä taiteen vapauskin.

Lähteet:

Heiskanen, Ilkka 2015. Taiteen ja kulttuurin uusi asemointi talouteen. Teoksessa *Taiteen ja kulttuurin kentät*. Toim. Heiskanen, Ilkka, Kangas, Anita ja Mitchell, Ritva.

Kulttuuritilasto 2013. Tilastokeskus.

Sorjonen, Hilppa & Ruusuvirta, Minna 2013: Teattereiden, orkestereiden ja museoiden valtionosuusuudistus 2008 – 2010: vaikutus laitosten talouteen ja toimintaan. CUPORE.

Saukkonen, Pasi 2014. Vankka linnake, joustava sopeutuja vai seisova vesi? Suomalaisen kulttuuripolitiikan viimeaikainen kehitys. CUPORE.

Metsä-Tokila, Timo & Peltola, Sami & Ollila, Matias 2014. *Luovat alat*. Toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriö.

Niila Tamminen

Joukkorahoitus - uusi idea?

Mietitäänpä hetki ihmisten toimeliaisuutta. Olemme metsästäjä-keräilijä-talouden jälkeen siirtyneet pikkuhiljaa kohti suurempia yhteisöjä perheistä kyliin, kylistä kaupunkiin ja valtioista globaaliin talouteen. Koko tämän ajan olemme opetelleet työnjakoa: osa ihmiskunnasta tuottaa ruokaa, toiset rakentavat taloja ja niin edespäin. Mitä pidemmälle olemme kulkeneet, sitä eriytyneemmäksi on työnjako ja sitä myötä yhteiskuntamme monimuotoisuus kehittynyt. Samalla kun tämä monipuolisuus (ja monimutkaisuus) on lisääntynyt, on myös pankkitoiminta tullut luonnolliseksi osaksi kokonaisuutta.

Laajamittaista kauppaa käyneiden italialaisten varainhoidosta alkunsa saanut pankkitoiminta levisi ja vakiinnutti asemansa teolliselle ajalle tullessaan. Juuri talletuspankkitoiminnassa voimme nähdä myös joukkorahoituksen alkua: ihmiset panivat ansaitsemiaan rahoja säästöiksi pankkiin, joka vuorostaan lainasi pääomia niitä tarvitseville – korkoa vastaan. Korko oli pankin ansaintamalli, ja korko määritteli suhteen asiakkaaseen, rahan tarvitsijaan. Isommissa hankkeissa pankin asiantuntemusta hyödynnettiin, ja pankit myös halusivat varmistaa sijoitustensa riskien hallinnan tarkastelemalla esimerkiksi rahan käyttötarkoitusta ja lainaajan maksukykyä. Tässä varhaisessa institutionaalisessa rahoitusmuodossa ei antolainaja juuri pystynyt vaikuttamaan rahan käyttöön, vaan se oli pankin päätäntävallassa. Myöhemmin osuustoimintaliikkeen ja osuustoiminnallisten pankkien synnyn myötä rahan lainaaminen sai joukkoistamisen kaltaisia muotoja.

Osuustoimintaliike levisi Suomeen 1800-luvun lopulla, ja joukkovoima sai uusia muotoja myös meidän maassamme: syntyi osuustoimintaliike. Osuustoiminnan tarkoituksena oli edistää siihen osallistuvien toimeentuloa tai elinkeinon harjoittamista. Hyvin pian osuustoiminta sai erilaisia muotoja; syntyi osuuskauppoja, tuottajaosuuskuntia ja osuuspankkeja.

Noista ajoista on kulunut jo yli sata vuotta, ja erilaisten hankkeiden rahoitus on yhä monipuolistunut. Koko kansakuntaa koskevaa rahoitusta säätelee valtio, joka kerää veroja ja päättää näin kerättyjen varojen käytöstä kaikkien hyväksi. Pienemmässä mitassa valtaa käyttää esimerkiksi kulttuuripuolella taiteen edistämiskeskus. Myös erilaiset säätiöt ja yhdistykset tukevat kulttuurialan toimijoita sekä taloudellisesti että muilla tavoin. Yleisimmin

myönnetään apurahoja, avustuksia sekä lainoja. Näissä rahoitusmuodoissa rahan lähde jää usein kauas peittoon, ja vain sen antaminen tapahtuu enemmän tai vähemmän näkyvästi.

Myös maailmaa yhä pienentävä internet on luonut mahdollisuuden rahan keräämisen suuremmalta joukolta kuin mitä vakiintuneet instituutiot tai toisaalla ystävät, tuttavat ja sukulaiset (FFF: Friends, Fools and Family) ovat olleet. Netin kautta siirtyy konkreettisen tiedon lisäksi arvoja; siellä syntyy ilmiöitä ja uusia joukkoja täysin ennen kuvittelemattomissa olevilla tavoilla. Uudet tuotteet voivat olla saatavilla vain verkossa, tai niiden hankinta on mahdollista verkon välityksellä. Tämä kaikki on muuttanut ja muuttaa yhä enemmän tapoja, jolla vuorovaikutussuhteita muodostuu, kaupaa käydään ja joissa sekä raha että tavara ja palvelut vaihtavat omistajaa. Nykyisin on mahdollista useilla eri verkkosivuilla lainata rahaa tuntemattomille, antaa sitä hyvään (tai huonoon) käyttötarkoitukseen ilman vastinetta, ostaa juuri syntyneen yrityksen osakkeita, osallistua hankkeiden suunnitteluun ja toteutukseen, tukea kehitystyötä ja toivoa saavansa myöhemmin sijoituksensa takaisin joko rahana tai syntyneen hyödykkeenä tai ostaa vielä syntymätön tuote etukäteen. Nämä kaikki ovat osa joukkoistamista, tai tarkemmin joukkorahoitusta. Suuri joukko tukee jotain yksittäistä toimijaa, oli se sitten henkilö, ryhmä ihmisiä tai yhdistys tai yritys. Melkein mitä tahansa maan ja taivaan väliltä. Ja se, mitä olemme tähän mennessä nähneet, on vasta alkua.

Joukkorahoituksen suosio on kasvanut räjähdysmäisesti teknologisen kehityksen ja internetin laajenemisen myötä. Vauhtia ovat kiihdyttäneet taloudellisen kriisin aikana myös pankit, jotka ovat kiristäneet lainaehtojaan; pieniin kehitysprojekteihin ei pankista ole lainaa kannattanut hakea aiemminkaan. Euroopassa lähes puoli miljoonaa erilaista projektia rahoitettiin yli 700 miljoonalla eurolla joukkorahoituksella vuonna 2012. Sen jälkeen luvut ovat liikkuneet miljardin paremmalla puolen. Vertailuna esimerkiksi bisnesenkeleiden sijoituksiin (noin 700 miljoonaa vuonna 2010) tai riskisijoittajien (Venture Capitalists) tekemiin sijoituksiin (noin 7 miljardia vuonna 2012) luvut ovat jo erittäin merkittäviä. Silti perinteinen pankkisektori on rahoittajana esimerkiksi Euroopassa vielä toistaiseksi omaa luokkaansa (6 triljoonaa euroa vuonna 2012).

Joukkorahoituksen neljä päätyyppiä ovat vastikkeeton ja vastikkeellinen joukkorahoitus, lainat sekä osakepohjainen (equity) joukkorahoitus. Vastikkeeton rahoitus on kyseessä silloin, kun joku antaa toiselle rahaa odottamatta vastinetta. Lain silmissä se on lahjoitus, ja Suomessa lahjoitusten keräämistä säädellään rahankeräyslailla. Lahjoitusten keräämiseen tarvitaan lupa poliisilaitokselta (alueellinen) tai poliisihallitukselta (laajempi). Maailmalla vastikkeeton rahoitus on yleistä, ja Suomessakin sitä harjoitetaan laajalti, vaikka se on pääosin rajoittunutkin hyväntekeväisyysjärjestöjen toiminnaksi.

Vastikkeellinen rahoitus kattaa muun muassa ennakkomyyynnit. Aina vastikkeena ei ole valmis lopullinen tuote, vaan rahoituksen hakija tarjoaa (usein käytetyn joukkorahoitusalan ohjaamana) erilaisia vastikkeita yksinkertaisista kiitoskorteista kustomoituihin uusiin tuotteisiin ja vaikka illallisiin hakijan kanssa. Tässäkin mielikuvitukselliset ja tukijoiden erilaiset toiveet huomioonottavat vastikkeet mahdollistavat myös sellaisten tukijoiden mukaantulon, jotka eivät muuten siihen välttämättä lähtisi. Vastikkeita on myös suhteellisen helppo keksiä tutkimalla, minkälaisia vastikkeita muut ovat tarjonneet, ja niiden lukumäärää ja variaatiota on helppo lisätä tarpeen mukaan. Tärkeää on kuitenkin tuntea mahdolliset tukijat ja tarjota sopivia vastikkeita eri hintaryhmissä. Yleisin tukitasojen skaala on eurosta 150 euroon.

Perinteisempiä tukimuotoja edustavat lainat ja pääomapohjaiset rahoitukset. Myös nämä toiminnot ovat siirtyneet paljolti internetiin, mikä on helpottanut niiden käyttämistä. Lainoja haetaan ja saadaan mitä erilaisimpiin tarpeisiin. Joidenkin luovien alojen kehityshankkeisiin lainalla rahoittaminen ei ehkä ole paras vaihtoehto. Lainan hakemisen vaivalla voisi saada tuotteita jo myytyä: tukijoille voi tarjota konkreettisia vastikkeita jo rahoitusta haettaessa. Useimmin lainoja haetaan ja myönnetään tätä nykyä henkilökohtaisiin menoihin. Osa lainasivustoista on suunnattu lainanantajille. Tällaiset sivustot tarjoavat asiakkailleen tavallisesti joko hyvää tuottoa tai mahdollisuutta toimia eettisesti.

Kaupallisten menestystarinoiden takaa löytyy yleensä osake-, jäsenyys tai osuuspohjaisia joukkorahoituksen muotoja. Niissä tukija antaa rahaa ja saa vastikkeeksi jotain, esimerkiksi osakkuuden tulevaan yritykseen. Lisäksi tukija pääsee vaikuttamaan hakijan tulevaisuuteen – tavallista on, että tukija saa esimerkiksi jonkinasteisen päätösvallalla hakijan yrityksessä); tukija voi myös saada suurempaa tuottoa, kun projekti myöhemmin menestyy. Taloudellisten intressien kasvaessa tämän tyylliset rahoituksen tavat houkuttelevat yhä enemmän myös ammattimaisia sijoittajia. Näyttääkin siltä, että ala voi ainakin hetkellisesti keskittyä tiettyihin käsiin. Jo nyt on merkkejä siitä, että ”suursijoittajat” nappaavat parhaat projektit kakun päältä joko yksin tai jonkinlaisella konsortiolla rahoittamalla koko projektin itse. Näin varsinaiselle suurelle joukolle jää vain (taloudellisesti) huonompia hankkeita tuettavaksi.

Tukemisen kynnyksestä on helppo madaltaa esimerkiksi helpoilla maksutavoilla ja tukijoille sopivalla tarinalla projektin synnystä merkityksestä. Kannattaa muistaa myös sopivat ja hauskat vastikkeet.

Yksi merkittävimmistä joukkorahoituskanavista maailmalla on yhdysvaltalainen Kickstarter.com. Suurimmat sen kautta rahoitetut yksittäiset hankkeet ovat monien tuntema älykello Pebble, joka sai yhteensä yli 70 000 tukijalta yli 20 miljoonaa dollaria. Alkuperäisenä toiveena oli saada rahoitusta puoli miljoonaa dollaria, joten kerätty rahasumma oli 40-kertainen haettuun

nähdessä. Luovilta aloilta suuri rahoitettu projekti on esimerkiksi Amanda Palmer & The Grand Theft Orchestra Album -hanke, joka tavoitteli levyn tekoon 100 000 dollaria. He saivat lähes 1,2 miljoonaa. Exploding Kittens korttipeli (ei siis digitaalinen peli vaan ihan oikea fyysinen korttipeli) sai yli 200 tuhannelta tukijalta lähes yhdeksän miljoonaa dollaria. He toivoivat saavansa kymmenen tuhatta. Summat voivat vaikuttaa suomalaisesta maisemasta katsottuna suurilta, mutta täytyy muistaa internetin olevan maailmanlaajuinen. Se mahdollistaa ihmisten osallistamisen ympäri maapalloon, ja samanmielisiä voi löytää lähes mistä tahansa kolkasta tai yhteiskuntaluokasta.

Euroopassa joukkorahoitus on kasvanut yli 100 prosentin vuosivauhtia, ja joukkorahoitettujen hankkeiden suuruus on vuonna 2014 ollut yhteensä lähes 3 miljardia euroa. Koko maailman luvut ovat tästä vielä moninkertaiset. Isossa Britanniassa joukkorahoitus ohitti vuonna 2014 suuruusluokassa yksityisen rahoituksen. Joukkorahoitus on siellä jo muuttanut koko perinteisen pääomarahoituksen kenttää. Perinteisten rahoittajien kiinnostus tuen tarvisijoiden silmissä on laskenut samalla kun uudet rahoituskanavat ovat kasvattaneet kiinnostavuuttaan. Yritysten saama joukkorahoitus Britanniassa on vuonna 2014 ollut keskimäärin 103 000 euroa, ja projekteilla on ollut keskimäärin 800 tukijaa. Yksityisten vastaavat luvut ovat 8000 euroa ja 200 tukijaa per projekti.

Tämä kaikki on vasta alkua. Tekniikka mahdollistaa ”turhien” välikäsien kuten pankkien ja muiden instituutioiden poisjättämisen. Nämä perinteisesti rahoitusmarkkinoita hallinneet tahot kohtaavat tulevaisuudessa yhä suurempia muutoksia ja rahoituksen hakijat huomaavat olevansa yhä oudommassa maisemassa, jossa asiakasyteisyyttä saattaa olla tuhatkertaisesti.

Toisaalta myös rahoituksen hakijoita on paljon. Toisin sanoen myös kilpailu rahoituksesta kasvaa. Enää ei haeta pelkästään rahoitusta omalle projektille. Pelissä on myös uskottavuus, markkinointi ja sitä kautta menestys. Ilman tuotteistettua ja hyvää ideaa on vaikea saada aikaan suureen menestykseen tarvittavaa hypeä, vaikka oman projektinsa saisikin rahoitettua joukkojen avulla. Nälkä kasvaa syödessä. Tilannetta ei helpota sekään, että mukaan peliin ovat astuneet suuret toimijat. Suuret yritykset, ne joilla ei ole vaikeuksia saada hankkeitaan rahoitettua, ovat astumassa mukaan leikkiin. Heidän tavoitteensa tällä kentällä on saada sitoutettua asiakkaita, myydä tuotteita ennen kuin ne ovat valmistuneet sekä saada näkyvyyttä omille tuotekehitysprojekteilleen. Esimerkiksi BMW käytti uuden malliston lanseeraukseen joukkorahoitusta, ei rahan puutteesta, vaan juuri lojaliteetin ja näkyvyyden lisäämiseksi.

Toinen voimistuva suuntaus on, että perinteiset bisnesenkelit ja pääomasijoittajat kahmivat parhaat projektit itselle ja rahoittavat hankkeet kokonaan itse. Näin ”joukkorahoitukselle” jää vain (taloudellisesti) heikoimmat

hankkeet. Tämäkään ei ole päätepysäkki, mutta nämä muutamat huomiot kuvaavat tätä voimakkaasti elävää kenttää. Mutta yksi asia on varma: tulevaisuus on monimuotoisempi kuin osaamme tällä hetkellä kuvitella. Tärkein kysymys täällä Suomessa lienee se, ovatko rahoitusta tarvitsevat ja joukkorahoitusta käyttävät luovan alan toimijat kartalla ja riittävän nokkelia hyötyäkseen jo nyt käynnissä olevasta valtavasta muutoksesta. Viimeistään nyt on aika asettaa itsensä kartalle.

Timo Parkkola

Digittääkö aikapommi? Tuottaja bittien virrassa

Kansantaloustieteen professori Alf Rehn puhui syyskuun 30. 2015 Turun ammattikorkeakoulun järjestämässä Digitopia – Entä jos emme voi mainostaa -tapahtumassa tapansa mukaan poleemisesti ja vähän aiheensa vierestä. Puheenvuorossaan hän herätteli kuulijoita kyseenalaistamaan koko sanan digitalisaatio, ainakin noin leikkisästi. Esimerkiksi mainosalan ongelmaksi hän nosti vanhan kunnan remediaation: vanhoja sisältöjä nostetaan osaksi uusia kanavia sen sijaan, että luotaisiin kokonaan uusia kommunikaatiomuotoja tai kommunikaatiokokeiluja.

Turun Logomolla pidetyssä seminaarissa Rehn nosti esille myös best practise -ajattelun. Hänen mukaansa nyt ollaan tilanteessa, jossa olemme jo tutustuneet ”näihin ubereihin ja muihin uusiin leluihin”. Tässä on ongelmana se, että ”jäämme helposti jauhamaan ainoastaan niistä ja hivelemään itseämme näillä mahtavilla esimerkeillä ja ajattelemaan että tässä on nyt se best practice, paras mahdollinen käytäntö.” Oikeasti best practise voidaan Rehnin mukaan kääntää muotoon shit that used to work. Digitaalinen maailma on niin nopea, että kaikki, mikä näyttäisi toimivan ja voidaan nostaa esimerkiksi, on jo kuoleva prosessi: tunnettu, tiedetty, olemassa. Käytännössä pitäisi siis pystyä ajattelemaan, mitä tulee seuraavaksi.

Omalla tavallaan Rehn on harvinaisen oikeassa sanoessaan, että loppujen lopuksi ilmiössä on mielenkiintoista se, että ”me ollaan niin helvetin huonoja ja hitaita digitalisaatiossa”. Selaillessani tätä artikkelia varten, ja historiallista perspektiiviä saadakseni, MIT:n Media Labin perustajan Nicholas Negroponten alun perin vuonna 1995 julkaisemaa teosta *Digitaalinen todellisuus*, törmäsin jatkuvasti asioihin, jotka ovat jo kaksi vuosikymmentä sitten olleet totta, mutta joista yhä tänäkin päivänä kiistellään. Tällaisia asioita on vaikkapa multimodaalinen oppiminen tai esimerkiksi se, muuttaako joukkoistamisen myötä katoava taiteilijuus myös taiteen jotenkin rahvaanomaiseksi? Käsiteltyjen tekniikoiden ja teknologioiden näkökulmasta tuo 20 vuotta sitten kirjoitettu teos on auttamatta vanhentunut. Esimerkiksi digitaalisilla leluilla leikkijä ei ole enää aikoihin istunut keskittyneesti tietokoneen ääressä. Nykyajan digileikkijä liikkuu satunnaisesti välineestä ja kanavasat toiseen, ja tästä leikistä on tullut osa normaalia jokapäiväistä elämää. (Vrt. Negroponte 1996.)

Koko keskustelua digitaalisuudesta vaivaa yhtä aikaa tavaton nopeus ja tavaton hitaus. Tekniikka kehitty nopeasti ja mahdollistaa uusia toimintamalleja, mutta ihmiset reagoivat niihin melko hitaasti. Kuvaavaa tässä on esimerkiksi se, että William J. Byrnesin teoksen *Management and the Arts* rahoituksen hankintaa käsittelevä luku Datamanagement ei suinkaan käsittele esimerkiksi ”Crowdfundingia” eli vertais- tai joukkorahoitusta vaan todellakin lahjoittajatietojen luokittelua ja järjestämistä (Byrnes 2009, 393–395). Sinänsä erilaiset asiakastiedon keräämiseen luodut järjestelmät ovat merkittäviä, mutta vuonna 2009 olisi jo voinut ajatella, että esimerkiksi vertaisrahoitukseen liittyvät näkökulmat olisivat olleet ainakin idullaan, onhan näitä ”analogisesti” käytetty esimerkiksi fan clubien kautta jo pitkään.

Myös sukupolvien väliset erot vaikuttavat. Siirtymä digitaaliseen ympäristöihin opetelleista reliikeistä digitaalisiin ympäristöihin syntyneihin diginatiiveihin ei tapahdu hetkessä, se on pitkä prosessi. Hidaste on myös se, että opettajat vielä tapaavat olla oppilaitaan huonompia sekä tiedon, osaamisen että käyttöönoton ja ymmärtämisen alueilla. Myös ”puhtaissa” diginatiiveissa on omat ongelmansa. Usein heidän osaamisensa rajoittuu yksinkertaisiin Click and drop -tyyppisiin ohjelmiin ja applikaatioihin, ja tiedonhaussa todellisuus sekoittuu herkästi fiktion. Syväosaaminen siis puuttuu. (Vrt. Rehn 2015 & Kupiainen 2013.)

Tuottajan digitaalinen osaaminen?

Missä uuden digitaalisen osaamisen lajit kulttuurin saralla näkyvät? Oikeastaan sanapari digitaalinen ja kulttuuri on hieman hankala yhdistelmä. Kun puhumme kulttuurista, puhumme jostain syvästi inhimillisestä. Sen sijaan digitaalisesta puhuttaessa ollaan jossain nörttimaailmassa, vaikka nolalla ja ykkösellä toki numeroina kulttuurinen ulottuvuutensa onkin. Digitaalinen kulttuuri itsessään on rajapintatoimintaa. Se on kahden maailman välissä ja siksi joskus vähän vaikeammin ymmärrettävissä. (Vrt. Suominen 2013.) Tuottaja puolestaan nähdään tavallisesti jonkinlaisessa välittäjän roolissa. Maunu Häyrynen määrittelee kulttuurituottajaa esimerkiksi seuraavasti:

Kulttuurituotannon koulutusta yhdistävät korkeakoulusta ja erilaisista lähtökohdista riippumatta ammatillinen, manageriaalinen ja välineellinen suhde kulttuuriin. Näin ymmärrettynä kulttuurituotanto ei toimintana ole riippuvaista kulttuurialasta tai taidestatuksesta vaan ennen muuta tuotteistettavuudesta sekä jakelu ja kulutusmekanismien hallinnasta. (Häyrynen 2009, 11.)

Digitaalisten välineiden ja toimintatapojen tuntemus ja siihen liittyvät kokonaisuudet nousevat siis keskeisiksi toiminnassa käytettäviksi välineiksi jo tätä kautta. Esimerkiksi markkinointi on ollut monilta osin digitaalista jo pitkään. Digimarkkinointi ei välttämättä myöskään seuraa aina perinteistä suunnitelmallisuutta, jossa kampanja mietitään valmiiksi soveltuvan kohderyhmän näkökulmasta, viedään loppuun asti ja analysoidaan kuinka toivottu kohderyhmä onnistuttiin valituilla toimenpiteillä saavuttamaan. Pikemminkin digitaalinen todellisuus aiheuttaa sen, että markkinointi (ainakin onnistuessaan tai oikein pahasti epäonnistuessaan) karkaa tuottajan käsistä ja sosiaalinen media ryhtyy itse tuottamaan markkinointimateriaalia ja arviointoja. Tässäkin on kuitenkin muistettava, että sosiaalinen media ei ole kasvoton jokin, vaan koostuu yksilöistä, jotka asemoituvat eri tavoin omiin kohderyhmiinsä.

Keskeisiä muita hallittavia asioita on lukuisia. Digiympäristöihin leviävä kokonaisuus ei toimi, jos se ei kiinnosta. Perinteisempiäkin markkinointimuotoja ja niiden osaamista tarvitaan, mutta digi-maailmassa täytyy kyetä sävyttämään, mikä vaatii erityistä tarkkuutta siinä, mitä lasketaan levitykseen. Tulee ymmärtää, minkälaista materiaalia diginatiivit haluavat levittää. Moni joukkorahoituskampanja on kuollut siihen, että vaikkapa pelistä levitetty tiiseri ei ole ollut graafisesti riittävän mielenkiintoinen, esitelty riittävän kiinnostavaa toiminnallisuutta tai vaikkapa tullut esille jostain mielenkiintoisesta kanavasta.

Kiinnostavuutta voi myös lisätä. Esimerkiksi pelillistämisen elementit kuuluvat nykyisellään jokaisen tuottajan perusosaamiseen – tai ainakin pitäisi kuulua. Pelillistäminen ei myöskään ole vain digimaailman omaisuutta, vaan digimaailma ja tietokonepeleistä tutut palkitsemisjärjestelmät ovat siirtyneet myös analogiseen maailmaan entistä vahvemmin. Voiko kulttuuria kuluttamalla saavuttaa jotain muuta? Voiko oopperassa käymällä pelata itsensä seuraavalle kulttuuriselle tasolle?

Myös taide ja kulttuuriset tuotteet itsessään digitalisoituvat. Elokuva on ollut digitaalisten efektien tykitystä jo pitkään, ja joskus halveksituista syntetisaattoreista on ajat sitten siirrytty omia lainalaisuuksiaan noudattavaan elektroniseen musiikkiin, joka taas puolestaan on alkanut punoutua perinteisempään ilmaisuun ja soitinvalikoimaan. Musiikissa myös äänitstekniikka on normaalisti jo täysin digitaalista. Harva bändi tai äänittäjä kanniskelee masternauhakeloja mukanaan, vaikka ”puritanismi” tässäkin asiassa on moniarvoiseksi muuttuneessa yhteiskunnassa täysin hyväksytty toimintamuoto ja kerää niin ikään omat faninsa. Pieni vinylimies elää tämänkin artikkelin kirjoittajassa.

Myös rahoitus on digitalisaation kautta muuttunut ja hakee erilaisten joukkorahoituskanavien kautta kokonaan uusia muotoja ja sitä kautta uusia rahoittajia. Tässä tulee vahvasti esille uusyhteisöllisyyden ymmärtäminen. Usein joukkorahoitus ei ole perinteisessä mielessä rahoitusta, jolle rahoittaja

etsii myös taloudellista tuottoa. Pikemminkin rahoittajan palkkio voi tulla mahdollisuudesta kuulua joukkoon tai mahdollisuudesta vaikkapa rakentaa edelläkävijän identiteettiä. Kysymys voi olla myös yhdessä tekemisestä, kuten joukkoistamisessa usein on. Lahjakkaat huippuammattilaiset saattavat tuottaa jopa korvauksetta materiaalia osaksi kaupallistakin taideteosta, koska haluavat olla osa teoksen tuotantotiimiä ja tekijäkaartia. Osallisuuden merkitys digitalisaatioissa on valtava.

Osa digitalisaation merkityksestä tulee myös näkyvyydestä ja sen hallinnasta, joka myös kuuluu kulttuurituottajan osaamiseen. Nykyiset digitaaliset kanavat mahdollistavat huomattavasti laajemman näkyvyyden kuin aikaisemmin, missä piilee myös pieni ansa. Kaikkea voidaan taltioida, ja on itsestään selvää, että jokaisessa asiallisessa tuotantotiimissä on henkilö, joka pystyy tekemään suhteellisen laadukasta videota, ääntä tai muuta kuvamateriaalia sekä helposti luettavaa tekstiä levitettäväksi eri jakelukanaviin. Samalla kuitenkin tulisi tuntea jakelukanavat hyvin, mikä ei ole aivan itsestään selvää. Ne eivät näet ole samoja eri ikäryhmillä tai erilaisista asioista kiinnostuneilla ihmisillä, ja lisäksi kulttuuria harrastavat ihmiset ovat tottuneet valitsemaan ja rakentamaan itselleen sopivia kokonaisuuksia eri kanavista. Lisäksi tiedon pitäisi myös olla saatavissa. Esimerkiksi QR-tagit, responsiiviset nettisivut ja some-viestintä ovat välttämättömyyksiä, koska ihmiset eivät jaksakaan nähdä loputtomasti vaivaa tiedon hakemiseksi. Pelkästään sekavat nettisivut saattavat karkottaa yleisön tapahtumasta. Alkuhaparoinnin jälkeen ihmiset ovat jo tottuneet laatuun myös digitaalisessa maailmassa.

Oman mausteensa aihealueeseen tuo myös se, että näkyvyys on muuttunut yksisuuntaisesta ”tuote näkyy kuluttajalle” -viestinnästä näkyvyydeksi, jossa kuluttaja haluaa näkyä. Näkyvyydessä pitäisi siis myös ottaa huomioon, että nykyisin ihmiset taltioivat kaikkea ja haluavat myös jakaa taltiointinsa eteenpäin. Se on yksi osa entistä yhteisöllisemmäksi muuttuvaa kulttuurin kulutusta.

Kulttuurituottajan digiosaamiseen vaikuttaa myös se, että osallisuus on uuden individualismin seurausta. Henkilö osallistuu ollakseen jonkinlainen, identifioituakseen johonkin, mutta myös erottautuakseen omana itsenään. Tämä puolestaan vaatii sekä kulttuuristen tuotteiden yksilöllistämistä ja yksilöllisyyden mahdollistamista mutta myös esimerkiksi markkinoinnin monipuolistamista niin, että se mahdollistaa erilaisia reittejä löytää, kokea ja kuluttaa sekä osallistua. Asia ei ole uusi. Ihmiset ovat aina hakeneet yksilöllisiä kokemuksia kertoakseen niistä muille. Digitaalisten kanavien myötä nopeus ja mahdollisuudet ovat kasvaneet lähes rajattomiksi ja mahdollistavat myös lähes täysin fiktiivisen identiteetin luomisen. Seikkailullekin voi ottaa mukaan vaikkapa kolmiulotteisen hahmon menneisyydessä, kuvata itsensä keskellä seikkailua tuon hahmon kanssa yksilöllisellä tavalla ja jakaa kaiken ystävilleen. Ja näitä mahdollisuuksia myös odotetaan ja halutaan.

Jo nämä muutamat esimerkit havainnollistavat sen, että maailma on jo muuttunut. Digitaalisuudessa on otettava huomioon yhteisöllisyys, vuorovaikutteisuus ja yksilöllisyys – kaikki erikseen ja yhdessä. (Vrt. Tuomi 2009, 312–329.)

Entäs ihminen?

Muutamalla äkinäisellä esimerkillä siis päädytään lähelle ajatusta, että myös kulttuurituotannossa jylläävät nollat ja ykköset, musiikki tehdään tietokoneella ja ihmisetkin rakentelevat itsestään digitaalisia kolmiulotteisia hahmoja. Mihin jäi se kulttuuri, jonka todettiin olevan syvästi inhimillistä toimintaa? Kuten Alf Rehn puheenvuorossaan Logomolla hieman toisesta näkökulmasta totesi: ”meillä on tässä kaiken keskellä jotain niinkin analogista kuin asiakas”. Siis ihminen.

Tarpeet joihin vastataan, ovat yhä ihmisen tarpeita. Parhaista käytännöistä sen sijaan tulee tekniikoita ja teknologioita, ja sitä kautta on vaarana että ammattilaiset jäävät pyrittämään niitä, vaikka digitaalinen osaaminen mahdollistaisi entistä luonnollisemman lähestymisen:

”Meidän keskustelu on kuitenkin vielä ihan liikaa kiinni teknologioissa, joita tulee ja menee, kun pitäisi puhua siitä että miten avamme keskustelun erilaisien kohderyhmien – ihmisten – kanssa siellä heidän arjessaan.”

Digitaalisia työkaluja pidetään yhä hintavina hankintoina, josta joku it-alan konsulttifirma laskuttaa muutamia satoja miljoonia. Näin ei kuitenkaan enää ole. Ajan myötä niistä on tullut aiempaa edullisempia ja lisäksi ne saattavat sittenkin olla juuri se keino, joka mahdollistaa pääsyn siihen oikeaan aiheeseen: ”miten keskustellaan niiden ryhmien kanssa, joiden kanssa ei aiemmin ole voitu keskustella.” (Rehn 2015.)

Yksi digitalisaatiokeskustelun kummallisuus onkin juuri se, että se liitetään jatkuvasti teknologioihin, joita tulee ja menee ja jotka muuttuvat jatkuvasti helpommiksi ja helpommiksi ja saavutettavammiksi. Olennaisempaa olisi pohtia sitä, miten teknologioita käytetään ihmisen lähelle pääsemisen keinona. Teknologiaa ja kulttuuria voi myös yhdistellä aivan uusilla tavoilla. Jo yksinkertainen paikkatieto voi lisätä esimerkiksi historiakokemusta huomattavasti.

Samalla on kuitenkin muistettava, mistä ihmiset pitävät. asiat saivat mielellään olla kiinnostavia. Niiden pitäisi mahdollistaa yhdessä oleminen ja yhdessä tekeminen mutta myös yksilöllisyys ja mahdollisuus nousta näkyville

sekä ryhmän jäsenenä että henkilönä, persoonana. Digitaalisuuden ymmärtäminen voikin siis olla teknologioiden ymmärtämisen sijasta paljon enemmän ihmisen ja elämänpiirien ymmärtämistä. Ja hyvä on ymmärtää myös se, että ihmiset tapaavat olla kärsimättömiä. Se taas vaatii uusia kanavia, uusia sisältöjä ja uusia tapoja esittää asia. Siis luovuutta, sitä, missä kulttuurin ja taiteen ammattilaisten pitäisi olla parasta a-ryhmää.

Nopeasti muuttuvassa ja digilaineilla surffailevassa kulttuurissa pitää siis luoda uutta ja saada aikaan. Uuden ei välttämättä tarvitse olla mitään ihmeellistä, mutta itsensä toistamista kerta toisensa jälkeen ei kukaan jaksa. Ehkä tämä on juuri se asia, jonka vuoksi tuottajan taitoja digitaalisessa todellisuudessa kartoittavan artikkelin lähteitä etsiessä törmää jatkuvasti kahteen sanaan: kokeilu ja leikki. Niillä on taipumusta nostaa esille se kolmaskin sana: luovuus. (Esim. Suominen 2013; Kupiainen 2013; Saarikoski 2009.)

Lähteet:

Byrnes, William J. 2009. *Management and The Arts*. Fourth Edition. Oxford: Elsevier.

Häyrynen, Maunu 2009. ”Mukana menossa kulttuurituotanto”. Teoksessa: Grahm, Maarit & Häyrynen, Maunu (toim.) *Kulttuurituotanto: Kehykset, käytäntö ja prosessit*. Tietolipas 230. Helsinki: SKS.

Kupiainen, Reijo 2013. ”Diginatiivit ja käyttäjälähtöinen kulttuuri”. *Widerscreen* 16.4.2013. <http://widerscreen.fi/numerot/2013-1/diginatiivit/> (Lainattu 21.10.2015)

Negroponte, Nicholas 1996. *Digitaalinen todellisuus*. Suom: Petteri Bergius. Helsinki: Otava.

Rehn, Alf 2015. Mainonnan monet tulevaisuudet – digitaaliset unelmat ja analoginen asiakas. Seminaariesitelmä 30.9.2015.

Saarikoski, Petri 2009. ”Yhteisöpeliiä rakentamassa. Juhana-herttuan Aikakapseli 2006-2008”. Teoksessa: Grahm, Maarit & Häyrynen, Maunu (toim.) *Kulttuurituotanto: Kehykset, käytäntö ja prosessit*. Tietolipas 230. Helsinki: SKS.

Suominen, Jaakko 2013. ”Kieltäydyn määrittelemästä digitaalista kulttuuria – eli miten muuttuvalle tutkimuskohteelle ja tieteenalalle luodaan

jatkuvuutta”. Widerscreen 2.6.2013. <http://widerscreen.fi/numerot/2013-2-3/kieltaydyn-maarittelemasta-digitaalista-kulttuuria/> (Lainattu 21.10.2015).

Tuomi, Pauliina 2009. ”Osallistun, Vaikutan? Euroviisut ja vuorovaikutteisen mediateknologian mahdollisuudet”. Teoksessa: Grahn, Maarit & Häyrynen, Maunu (toim.) *Kulttuurituotanto: Kehykset, käytäntö ja prosessit*. Tietolipas 230. Helsinki: SKS.

A stylized orange map of Finland is positioned in the lower-left and bottom-center of the page. The map is composed of several irregular, brush-stroke-like shapes in a vibrant orange color, representing the geographical outline of the country. The text is centered in the upper-middle part of the page.

**NÄKÖKULMIA
KULTTUURITUOTTAJIEN
KOULUTTAMISEEN**

lina Maria Piilinen

Tietäjästä tiennäyttäjäksi - kymmenen vuotta humakpedagogiikkaa

Tulin töihin Humakiin kymmenen vuotta sitten. Silloin ajatukseni oli jakaa omasta kentällä hankitusta viisaudestani opiskelijoilla, jotta heistä tulisi mahdollisimman hyviä kulttuurituottajia. He osaisivat nähdä kulttuurin monimuotoisuuden, tuotteistaa vaikeitakin taideprojekteja ja hakea sponsorirahoja kulttuurin sisältöjä unohtamatta. Huomasin aika pian, ettei opettamisen todellisuus vastaa lainkaan sitä kuvaa, jonka olin itselleni luonut. Ensimmäinen Taiteen tuntemuksen kurssini oli fiasko, löysin oman näkökulmani opetukseen vasta kurssin loppupuolella, se ei ollut taitelijan, ei taiteen tutkijan eikä oikein taiteen tuottajankaan näkökulma, vaan tarkastelin taidekenttää enemmän taiteen kuluttajan näkökulmasta. Se oli minulle tutuin näkökulma ja siksi ainoa oikea pohja opetukselleni. Tästä kipuilusta syntyi pohja-ajatus omalle opettajuudelleni, kohtaaminen ja pyrkimys toisten ihmisten näkökulman ymmärtämiseen. Seuraavan Taiteen tuntemuksen kurssin lähtökohdaksi otin taitelijan ja tuottajan kohtaamisen, sillä kohtaaminen mahdollistaa aidon vuoropuhelun ja vasta toisen tekemisen ymmärtämisen kautta voi välittää tietoa eteenpäin. Ja juuri siitähän taiteen tuottamisessa on kysymys.

Taiteen tuntemuksen kurssien suunnittelusta on jo kauan ja uuden opetussuunnitelman myötä ei kurssikaan enää ole tuon niminen. Tuli muita kursseja, toiset onnistuivat paremmin ja toiset huonommin, koko ajan kuitenkin vierastin rooliani kaikkietietävänä puhuvana päänä, jolla oli hallussaan viimeisin tieto asioista. En kokenut sopivani perinteiseen opettajan rooliin. Humakin alkuvuosina tein myös pedagogiset opintoni Jyväskylän ammattikorkeakouluun. Silloin luin lainaamastani pedagogian oppikirjasta, että opettajuuteen kasvaminen kestää noin viisi–seitsemän vuotta. Tämän jälkeen ihminen tietää, haluaako hän olla opettaja vai ei. Huokaisin helpotuksesta ja ajattelin, että hyvä, minun ei siis vielä tarvitsekaan tietää pidänpö tästä vai en.

Heti Humakiin tultuani pääsin hopsaamaan eli tekemään henkilökohtaista opintosuunnittelua opiskelijoiden kanssa. Huomasin heti pitäväni siitä, ja huomasin myös aika pian olevani siinä hyvä. Minulla oli kärsivällisyyttä kuunnella opiskelijan puhetta ilman, että näpräsin toisella kädellä kännykkääni. En myöskään ollut heti tyrkyttämässä opiskelijoille omia näkemyksiäni siitä, mikä harjoittelu heille sopisi parhaiten ja mille alalle heidän

mielestäni kannattaisi erikoistua. Sain pyytäessäni heti toisena vuonna uuden aloittavan vuosikurssin ohjattavakseni, olin todella tyytyväinen ja ajattelin, että pystyn kertomaan heille kaiken Humakista kun olen itsekin juuri kokenut saman hämmennyksen. Pidin heille alkuesittelyn, jossa opettajuuteni motoksi olin valinnut Arno Kotron lauseen ”Tietä voi myös näyttää antamalla sitä”. Se kuulosti hienolta ja kiteytti hyvin millainen opettaja halusin olla, kannustaja, rohkaisija ja taustalla vaikuttava. En kuitenkaan vielä tiennyt, kuinka kauaskantoinen tuo lause olisi sekä minun että tulevaisuuden opettajuuden kannalta.

Valmentajapedagogiikan ja työelämän liitto

Muutamien vuosien päästä tuosta hetkestä Humakissa päätettiin tehdä laaja pedagoginen uudistus, ja opetussuunnitelmien uudistamisen yhteydessä aloitettiin työelämäläheisen pedagogisen mallin kehittäminen. Uudistustyö pohjautui valmentajapedagogiikkaan, jonka keskeinen tavoite on vahvistaa ryhmässä toteutuvaa toimintaa ja oppimisen prosessia. Tällaisen oppimisen koetaan olevan todellista työelämää, jossa keskeistä on yhdessä tekeminen ja monialainen yhteistyö. Oppimisen pitää tapahtua mahdollisimman paljon työelämän todellisissa tilanteissa. Sinänsä tämä ei vielä ollut kovin radikaali uudistus, koska työelämälähtöisyys ja monialainen toiminta ovat olleet yksi Humakin vahvuuksista aina perustamisesta lähtien. Näin opiskelijat ovat pystyneet rakentamaan ammatillisia verkostojaan jo opintojen aikana. Myös ryhmissä työskentely oli tuttua toimintaa sekä opiskelijoille että lehtoreille. Valmentajapedagogiikassa nämä vanhat asiat on puettu uuteen muotoon. Edelleen opiskelijan työskentely edellyttää sitoutumista, itseohjautuvuutta, jatkuvaa reflektointia ja luovaa ongelmanratkaisua.

Uutta oli pedagoginen tausta, jolle valmentajapedagogiikka rakentuu. Integratiivinen pedagogiikka on opetuksen ja ohjauksen teoreettinen viitekehys, joka rakentuu ammatillisen kasvun ympärille. Siinä painotetaan ammatillisen kasvun kokonaisuuden ymmärtämistä. Integratiivisen oppimisen päämääränä on teoreettisen, käytännöllisen, sosiokulttuurisen ja itsesäätelytiedon samanaikainen vahvistuminen. Tavoitteena on myös opiskelijoiden itseohjautuvuuden ja vastuun asteittainen lisääntyminen sekä työelämävalmiuksien kehittyminen opintojen aikana.

Kokenut kasvatustieteilijä Päivi Tynjälä muotoilee asian näin:

”Teoreettinen tieto on luonteeltaan yleispätevää ja muodollista tietoa, jota voidaan esittää esimerkiksi kirjoissa tai luennoilla. Käytännöllistä tietoa

puolestaan syntyy käytännön kokemuksen ja tekemisen mukana. Käytännöllinen tieto myös jää usein hiljaiseksi, sanattomaksi tiedoksi jos sitä ei pureta reflektoinnilla. Kun reflektiivinen tarkastelu ulotetaan oman toiminnan ulkopuolelle, kuten työyhteisöön tai koko ammattialaan, voidaan puhua toiminnan säätelyä koskevasta tiedosta. Sosiokulttuurinen tieto puolestaan on sosiaalsiin ja kulttuurisiin käytäntöihin sekä erilaisiin työväleneisiin kiinnittynyttä tietoa, joka erilaisissa toimintakonsepteissa muodostaa asiantuntijatiedon kehiksen. Sosiokulttuuriseen tietoon, kuten esim. työyhteisöjen kirjoittamattomiin sääntöihin voi päästä osalliseksi ainoastaan osallistumalla käytännön toimintaan sosiaalisissa yhteisöissä.” (Tynjälä, Päivi. 2010. Asiantuntijuuden kehittämisen pedagogiikka.)

Valmentajapedagogiikka korostaa oppijan omaa aktiivista roolia ja vastuuta omasta oppimisestaan aiempaa enemmän. Nyt opiskelijan odotetaan rakentavan ymmärrystä oppimisestaan koko opintojen ajan: opiskelijan odotetaan analysoivan aktiivisesti omia kokemuksiaan ja tulkitsevan niitä sekä ratkaisevan eteen osuvia tehtäviä ja pulmia uusilla ja luovilla tavoilla. Tätä en koe kovinkaan suureksi muutokseksi Humakin pedagogiassa, sillä itsearvioinnilla ja reflektoinnilla on aina ollut vahva rooli humakilaisen oppimisen prosessissa. Humanistiseen arvomaailmaan kuuluu kyky analysoida ja perustella omia valintoja, ja opiskelijan ammatillisen kasvun kaari on ollut sisäänrakennettuna Humakin opetussuunnitelmissa aina. Valmennuspedagogiikan myötä se on nostettu esiin ja asetettu keskiöön.

Selvimmän tämä näkyy uudessa opetussuunnitelmassa Ammattilaiseksi kehittyminen ja ammatillisen kasvun prosessi -kurssilla, jossa opiskelijat saavat heti ensimmäisenä vuonna täytettäväkseen oman osaamisensa kompetenssitaulukon. Siihen he listaavat nykyisen osaamisensa tason ja kyseisen vuoden oppimistavoitteensa. Näitä kompetenssitaulukoita päivitetään vuosittaisissa kehityskeskusteluissa, jolloin opiskelija ja valmentaja ovat perillä opiskelijan osaamisen karttumisesta opintojen aikana. Uutta oli myös henkilökohtaisten ohjauskeskusteluiden, eli hopsien, muuttuminen kehityskeskusteluiksi. Niihän työelämässäkin pidetään.

Valmennuspedagogiikka muutti myös arviointia. Se siirtyi enemmän reaaliaikaan, nyt opiskelijan suorituksia arvioidaan koko oppimisprosessin ajan. Työelämän painotukset ja periaatteet ovat tässäkin taustalla, arvioinnin kohteena ovat nyt konkreettiset työsuoritukset. Ne kertovat, miten työtehtävät tai projekti eri vaiheineen ovat onnistuneet, mutta samalla arvioinnin kohteena on koko oppimisprosessi ja siihen liittyvät suoritteet. Aika haastavaa.

Opettajasta valmentajaksi – mitä se oikeasti tarkoittaa?

Valmentajapedagogiikan mukanaan tuomista muutoksista tärkein on silti opettajan työn muuttuminen. Opettaja ei ole enää selkeästi yhden asian asiantuntija, vaan hän joutuu ottamaan vastuuta opiskelijoiden oppimis- ja opiskeluprosessista kokonaisvaltaisemmin.

Valmentajapedagogiikan mukaisesti valmentajan tehtävänä on tukea ja ohjata opiskelijoiden ryhmän muodostusprosessia, keskinäisen luottamuksen rakentumista, osallisuutta, yhteistyötä sekä yhteisöllistä oppimista. Ideaalitilanteessa valmentaja pystyy ottamaan toiminnassaan huomioon ryhmän vaiheet ja ryhmässä mahdollisesti tapahtuvat muutokset. Yksi keskeisistä tehtävistä on vahvistaa ryhmän innostavaa työskentelyilmapiiriä ja rohkaista opiskelijoita työskentelemään luovasti. Tarvittaessa valmentajan pitää puuttua ryhmän työskentelyn epäkohtiin tai havaitsemiinsa ristiriitoihin ja samalla tukea ryhmäläisten kykyä itsenäiseen ja itseohjautuvaan ongelmanratkaisuun ja ristiriitojen selvittämiseen. Osaamislista on pitkä ja se saattaa säikäyttää ”siis oikeesti, pitääkö mun nykyään olla joku ryhmän tsemppari”, saattaa joku turhautunut lehtori kysyä. Kyllä, sitä valmentajuus juuri tarkoittaa. Mutta miten yhdistää oma, ehkä jo rutinoitunutkin, tapa opettaa valmentajapedagogiikan vaatimaan ohjaukselliseen taustalla olemiseen? Omaa roolia ei muuteta hetkessä.

Uskon vahvasti, että huolella suunniteltu ja hyvin toteutettu valmentajapedagoginen opetuskokonaisuus toimii hienosti. Opiskelijaa motivoivat varmasti enemmän oikeat työelämän toimeksiannot kuin pelkkä tunnilla istuminen, oppimisesta tulee mielekkäämpää ja opinnoista monipuolisempia. Opiskelijoiden työelämätaidot vahvistuvat ja sosiaalinen kyvykkyys kehittyy opintojen aikana, kun koko ajan pitää neuvotella eri tahojen kanssa.

Ehkä valmentajapedagogiikan on ajateltu säästävän lehtoreiden työaika. Heillä ei enää mene niin paljon aikaa opintosuorituksien arviointiin, sillä osa arvioinnista on tehty jo opintoprosessin aikana. Myös ryhmäsuoritusten arviointi säästää aikaa, monta arviota tulee tehtyä yhdellä kertaa. Myös tuntisuunnittelun ajatellaan helpottuvan, kun lehtori ei enää iltaisin väsää seuraavan päivän luentoa. Tosielämässä lehtorien työ määrää ei valmentajapedagogiikassa oikeastaan vähene, se vain muuttaa muotoaan ja saattaa jopa lisääntyä. Nyt aikaa pitää varata enemmän koko opintojakson suunnitteluun ja yhteistyökumppanien hankintaan, sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen sekä opiskelijoiden ryhmätyöskentelyn valvomiseen. Pitää olla yhteyksissä opiskelijoiden lisäksi koko ajan myös työelämän edustajiin sekä avata työelämällä korkeakouluun ja oppimiseen liittyviä käytänteitä ja avata opiskelijoille työelämän käytänteitä. Toimia välittäjänä.

Ohjaava valmentaja

Samaan aikaan, kun valmentajapedagogiikka tuli uuden opetussuunnitelman pohjaksi, olin opiskelemassa opinto-ohjaajaksi Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa. Olin huomannut työssäni ohjaamisen kiinnostavan minua koko ajan enemmän, ja olin selkeästi valinnut itselleni ohjaamiseen liittyviä työtehtäviä, kuten Otetta opintoihin-kurssin, jonne rästisuorituksia keränneet opiskelijat tulivat paitsi tekemään rästejään niin myös pohtimaan, miksi niitä rästejä ylipäätään kertyi. Olisiko omissa opiskelumenetelmissä kenties jotain parannettavaa? Tätä kurssia vedän yhä kahdesti vuodessa, ja pidän siitä.

Valmentajapedagogiikka kuulosti tuolloin kiinnostavalta, juuri sellaiselta opettajuudelta missä olisin kotonani, ryhmän parissa, taustalla, valmiina auttamaan, jos apuani kaivataan. Sellaiselta, jossa opiskelijat toimivat itsenäisesti ja kantavat vastuun tekemistään, mutta ongelmien ilmetessä ja prosessin jumittuessa tulisin esiin ja ottaisin valitusryöpyn niskaani. Kysyisin ja kuuntelisin. Ymmärtäisin mutta en liikaa. Toisin ryhmään toivoa ja tuuppisin heitä hellästi eteenpäin, niin että yhteinen tavoite tuntuisi taas mielekkäämmältä saavututtaa. Motivoisin. Tekisin todeksi sen hienon lauseen, että tietä voi myös näyttää antamalla sitä. Ja näin olen näinä kolmen vuoden aikana tehnytkin.

Nyt kymmenen vuoden jälkeen tiedän myös, että ohjaaminen on minun tapani opettaa.

Kirsi MacKenzie

Opetusmateriaalin laatimisesta: Sju konstnärsporätt – seitsemän taiteilijamuotokuvaa ja Nordiska landskap

Olen toiminut kielten lehtorina Humanistisessa ammattikorkeakoulussa vuodesta 2005. Työnkuvaani on kuulunut opettamisen lisäksi vastuu kulttuurituotannon ja viittomakielentulkinnon koulutusohjelmien kieltenopetuksen suunnittelusta ja sisällöistä. Alusta saakka oleellinen osa työtäni on ollut ala-kohtaisen opetusmateriaalin valmistaminen, koska näihin koulutusohjelmiin ei ole tarjolla valmiita oppikirjoja. Opetusmateriaalin kehittämisessä on ollut itseni lisäksi mukana opiskelijoita sekä kulttuuri- ja viittomakielialan ihmisiä ja ystäviä.

Sju konstnärsporätt

Sain Svenska Kulturfondenilta vuonna 2012 apurahan dvd-hankkeelle, jota varten kuvasin ja haastattelin seitsemää suomenruotsalaista taiteilijaa. Tämä dvd on erityisesti tarkoitettu kulttuurituotannon koulutusohjelmaan, ja suunnitelmassa onkin myöhemmin vastaavan dvd:n tekeminen myöskin tulkkauslalle. Saamani apuraha kattoi ammattimaisen videokuvausfirman palkkaamisen, ja lopullisen editoinnin tein yhdessä firman kuvaajan kanssa. Ilokseni lähes kaikki pyytämäni taiteilijat olivat halukkaita osallistumaan projektiin. Sain haastateltavakseni Märta Tikkasen, Antonia Ringbomin, Jan-Erik Anderssonin, Jerry Wahlforsin, Kim Simonssonin, Tiina Lindforsin ja Monika Fagerholmin. Dvd:llä esiintyy siis eri alojen taiteilijoita eli kirjailijoita, näyttelijä, tanssija, kuvanveistäjä, elokuvantekijä ja ympäristötaiteilija. Tein kysymykset haastatteluihin itse, ja toimin itse myös haastattelijana. Esitin kysymykset hyvinkin hitaassa tempossa, jotta sain ne myös kirjoitettua editointivaiheessa kuvan yhteyteen ja opiskelijoiden olisi helpompi seurata tekstiä. Pyysin myös haastateltavia puhumaan hieman selkeämmin ja hitaammin, ja aihepiirit liikkuvat haastatteluvaiheessa helpoista vaativimpiin aiheisiin. Kukin haastattelu on noin 20 minuutin mittainen.

Hanke ei sujunut kimmelluksitta. Projektin loppuvaiheessa sain juuri ennen haastattelua kuulla uudelta kuvaajalta, että firma oli vahingossa nauhoittanut kaikkien tekemiäni haastattelujen päälle. Olin tehnyt pitkiä

haastattelumatkoja muun muassa Korppoon saaristoon tapaamaan Antonia Ringbomia, ja jouduin palaamaan sinne uudestaan ja tekemään muutkin menetetyt haastattelut toisen kerran. Kaikki materiaali oli hävinnyt bittiavaruuteen. Haastattelut olivat kuitenkin ikimuistoisia, ja tunnelma oli rento ja erittäin avoin, joka mielestäni välittyi myös haastatteluissa hyvin.

Ruotsin opettajien täydennyskoulutushankkeessa 2012–2013 tein dvd:n haastatteluista oppimateriaalipaketin, jossa oli runsaasti monipuolisia tehtäviä, sanastoa sekä myöskin puhtaaksikirjoittamani haastattelut. Opetusmateriaalin tekemiseen meni runsaasti aikaa, ja valmiista paketista tuli hyvin laaja, 155 sivun mittainen.

Materiaali sopii kokonaisuudessaan erityisen hyvin kulttuurialan AMK-opettajien käyttöön, mutta se on hyvin käyttökelpoinen myös muilla koulutusaloilla. Olen yrittänyt tehdä materiaalista mahdollisimman monipuolista, luovaa ja vaihtelevaa, jotta opiskelijoiden mielenkiinto säilyisi ja tehtäviä olisi mukava tehdä. Materiaali on sopivan haasteellista, ja tehtäviä on runsaasti eritasoisille opiskelijoille. Tämä on tärkeää, sillä opiskelijoiden lähtöaso saattaa vaihdella paljonkin. Sju konstnärsporträtt on ensimmäistä kertaa tarjolla valinnaiskursseina tänä vuonna Kauniaisten kampuksella. Opetusmateriaali löytyy linkin takaa <https://wiki.hamk.fi/pages/viewpage.action?pageId=31884466>

Nordiska landskap

Työssäni kielenopettajana ahkeroin avatakseni opiskelijoiden kielikorvia, mutta vapaalla fokus siirtyy luonnon muotoihin. Päädyin luontokuvauksen pariin sattumalta matkalla Galapagossaarille tammikuussa 2011, jolloin otin ensimmäiset luontokuvani. Siellä tapasin NAFO-ryhmän ja opettaja Andy Hornerin sekä kuulin ensimmäisestä Axxellin tarjoamasta ainutlaatuisesta kolme vuotta kestävästä koulutuksesta, joka tähtää luontovalokuvaajan erikoisammattitutkintoon. Aloitin opiskelut Axxellissa huhtikuussa 2011 käytännössä nollasta. Valokuvauksen perustekniikka oli aluksi haastavaa, mutta kiinnostusta ja motivoituneisuutta oli alusta asti.

Heti opintojeni alussa päätin erikoistua pohjoismaisiin maisemiin. Sydäntäni lähellä on erityisesti arktinen luonto, ja ehdoton suosikkikohteeni on Islanti, jonne olen tehnyt monta kuvausmatkaa. Islanti on täynnä luonnonihmeitä ja vaihtelevia henkeäsalpaavia maisemia. Valmistuin luontovalokuvaajaksi vuonna 2015, ja loppuyöni oli näyttely pohjoismaisista maisemista. Muutamat näyttelyn kuvista ovat peräisin kurssimatkoilta, mutta suurin osa niistä

on otettu vuonna 2014, jolloin panostin todella paljon omiin kuvausmatkoihin Pohjoismaissa.

Näiden vuosien aikana kuvallinen ilmaisuni on kehittynyt ja olen löytänyt oman tyylini. Yritän työskennellä paljon eri visuaalisten elementtien parissa: muoto, väri, liike ja linjat. Pidän epätodellisista ja hieman unenomaisista kuvista. Pyrin maisemakuvissani korostamaan kolmiulotteisuutta ja syvyyttä.

Yhteistyössä Hanaholmenin Svenska nu-verkoston kanssa valmistui syyskuussa 2015 digitaalinen opetusmateriaalipaketti ”Nordiska landskap” ruotsin opetukseen. Verkossa on tarjolla myös aiheeseen liittyvä esitys ja työpajoja. Tämä projekti on itselleni TKI-työtä eli oman osaamisen myymistä. Tämä tarkoittaa, että kouluissa pitämistäni esityksistä maksetaan luonnollisesti korvaus Humakille. Materiaali sopii myös erittäin hyvin valinnaisaineeksi Humakiin. Olen ehdottanut sitä myös itsenäisesti tehtäväksi kesäkurssiksi.

<http://svenskanu.fi/nordiskalandskap/>
<http://svenskanu.fi/naturfotograf-kirsi-mackenzie/>

AMK-opettaja opetusmateriaalin laatijana

Ammattikorkeakoulujen kieltenopetuksen tavoitteena on antaa opiskelijoille työelämän asiantuntijatehtävissä ja työn kehittämisesä tarvittava sekä kirjallinen että suullinen kieli- ja viestintätaito. Kieltenopetuksessa tulisi tämän vuoksi korostua kommunikatiivisuus, autenttisuus, kansainvälisyys ja myös elinikäinen oppiminen.

Olen pohtinut perusteellisesti, millaiset opetusmenetelmät edistävät oppimista ja ovat samalla motivoivia ja innostavia. Kaikki laatimani opetusmateriaali on alakohtaista. Valmentavilla kursseilla pääpaino on ollut kielen rakenteissa, mutta tehtävät ovat hyvin monipuolisia ja sisältävät paljon kommunikatiivisia harjoituksia ja pelejä. Pidän tärkeinä autenttisia elämäntarinoita ja oikeita kielenkäyttötilanteita. Todelliset viestintätilanteet lisäävät harjoitusten mielekkyyttä. Kaikissa harjoituksissa olen miettinyt tarkkaan, miten harjoittaa hyvää lukutekniikkaa sekä miten opettaa niin ammattisanastoa kuin kirjoittamista luovasti ja tehokkaasti.

Olen käyttänyt runsaasti aikaa opetusmateriaalin laatimiseen, ja sen kehittämisesä on ollut mukana opiskelijoita, kulttuuri- ja viittomakielialan ihmisiä, ystäviä ja mieheni. Suomenruotsalaiset opiskelijat ovat esimerkiksi kirjoittaneet itsestään, tehneet ääninauhoituksia ja esiintyneet videoilla. Teen myös

hyvin paljon yhteistyötä Hanasaaren kulttuurikeskuksen kanssa, ja ruotsin tunneilla käy säännöllisesti vieraita sirkusakrobaateista sarjakuvapiirtäjiin. Tämän lisäksi käymme opiskelijoiden kanssa teatterissa ja Hanasaaren elokuvanäytöksissä.

Opettamistani kielistä ruotsi on haasteellisempi, koska opiskelijoiden lähtötaso on vuosien mittaan laskenut, ja motivaatio ei aina ole paras mahdollinen. Olenkin erityisesti ruotsin kohdalla panostanut opiskelijoiden motivoimiseen ja rohkaisemiseen. Koen laadukkaan opetuksen kaikkein tärkeimmäksi tehtäväkseni.

Juha Iso-Aho

Kulttuurituottajaopiskelijat oikeudellisten kysymysten pohtijoina

Kulttuurityön juridiset kysymykset sisällytettiin uutena opintojaksona vuonna 1998 aloitetun Humanistisen ammattikorkeakoulun kulttuuripalvelujen koulutusohjelman opetussuunnitelmaan vuonna 2003. Ensimmäisiä kertoja opintojakso toteutettiin kuitenkin vasta lukuvuonna 2004–2005 Kauni-
aisissa ja Joutsenossa. Olin suunnittelemassa ja toteuttamassa toista näistä ensimmäisistä kurssitoteutuksista tästä aihepiiristä silloisella Joutsenon kampuksella kevätlukukaudella 2005, ja siitä alkaen olen opettanut tätä opintokokonaisuutta vuoteen 2015 saakka.

Vuoden 2003 jälkeen koulutusohjelman nimi on muuttunut kulttuurituotannon koulutusohjelmaksi ja opintojaksoa on toteutettu neljällä eri nimellä kolmessa eri laajuudessa. Lakitieto on kuitenkin vakiintunut pysyväksi ja, toisin kuin alkuvaiheessa, myös pakolliseksi osaksi kulttuurituottajan opintoja.

Kurssista kirjaksi

Olin ehdottanut oikeudelliset kysymysten mukaan ottamista kulttuurituotannon opetussuunnitelmaan kulttuurituotannon kentällä erityisesti festivaali-
johtajana saamani kokemuksen pohjalta. Olin joutunut käytännön tilanteissa miettimään, mitä juridisia merkityksiä piilee erilaisten sopimusten pykälien takana ja mitä tarkoittaa, kun tuottaja allekirjoittaa nimensä erilaisiin papereihin. Tekijänoikeuskysymykset ja viranomaislupiin liittyvä byrokratiaviidakko olivat myös tulleet tutuksi – usein niin sanotusti kantapään kautta.

Dramaattisimmissa tilanteissa olin joutunut perintäkirjeen jo käteeni saaneena lakimiesten avustuksella selvittämään, olenko henkilökohtaisesti vastuussa tapahtumaorganisaation puolesta allekirjoittamistani esiintymissopimuksista. Lisäksi minun piti vastata keskusrikospoliisin etsivälle, miten oli mahdollista, että ulkomaiselle taholle kirjoittamallani kutsulla maahan oli päässyt salakuljetuksesta epäilty henkilö.

Ensimmäistä kurssitoteutusta keväällä 2005 rakentaessani lähdin liikkeelle näistä omista havainnoistani, ja aloitimmekin kartoittamalla opiskelijoiden

kanssa heidän omia käytännön tilanteissa esille nousseita juridiikkaan liittyviä kysymyksiään. Nämä jäsenyivät nopeasti kolmen pääteeman alle: Tuottaja työntekijänä ja työnantajana, Tuottajan, taiteen ja taiteilijoiden suhde sekä Tuottaja ja yhteiskunta.

Alkoi tiedonhakuprosessi, jossa opiskelijat pienryhmissä etsivät tietoa työläinsäädännön perusteista, sopimus- ja tekijänoikeudesta sekä kulttuurialaa koskevasta lainsäädännöstä lupineen ja ilmoituksineen. Omaa tiedonhakua tuettiin muutamilla asiantuntijaluennoilla. Hiukan uhkarohkeaan menettelytapaamme rohkaisi silloin Humakin kulttuurituotannon lehtorina vaikuttanut juristi ja artisti Harri Saksala, joka totesi suomalaisen oikeuskäytännön perinteeseen kuuluvan vahvasti sen, että kansalaiset ajavat omia asioitaan ilman kalliita juristiarmeijoita.

Kurssin päätyttyä viiden viikon kuluttua aloituksesta meillä oli muutama mallinen materiaalia, joista yhdessä opiskelija Elina Lyijynen kanssa toimitimme Humakissa vuodesta 2005 oppikirjana käytetyn teoksen Unohda hyvä veli – toimi oikein kulttuurituottajana (Iso-Aho – Lyijynen 2005). Käsikirjoitus tarkistutettiin parilla juristilla, ja saimme tarkistajilta vihreää valoa julkaisuhankkeellemme. Paras arvio tuli etukäteen huolestuneesti kirjaan suhtautuneelta tekijänoikeusjuristilta: ”tekstihän oli ihan ok, ajattelin vain liian juristimaisesti”.

Ensimmäisen kurssin tuotoksena tehtiin kirja paitsi siitä syystä, että ajattelin sen motivoivan opiskelijoita tiedonhankintaan, myös siksi, että kulttuurialan juridiikkaa erityisesti käsittelevää kirjallisuutta ei oikeastaan ollut olemassa. Sitten on ilmestynyt useita erinomaisia teoksia, kuten Lottaliina Lehtisen Muusikon sopimusopas (Lehtinen 2011), Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas (Lampinen 2011) sekä Hannele Koivusen ja Leena Marsion Reilu kulttuuri? – Kulttuuripolitiikan eettiset ulottuvuudet ja kulttuuriset oikeudet (Koivunen – Marsio 2006).

On totta, että merkittävä osa esimerkiksi vero- tai työläinsäädännöstä on toimialoista riippumatonta, mutta myös oman alan erityiskysymykset huomioon ottavaa materiaalia tarvitaan. Unohda hyvä veli on jo kymmenen vuotta vanha ja kaipaa päivitystä, mutta se toimii edelleen kulttuurituottajan muisti- ja linkkiliistana, väylänä ajantasaisen tiedon äärelle.

Rakkaalla opintojaksolla on monta nimeä

Humakissa opetettiin kulttuurialan lakiasioita Kulttuurityön juridiset kysymykset -nimisenä opintojaksona lukuvuosina 2003–2005. Silloin opintojakso oli laajuudeltaan seitsemän ja puoli opintopistettä ja sen sisältöä kuvattiin näin:

Luennoilla käydään läpi niitä kulttuurituotantojen osa-alueita, kuten tekijänoikeuksia, sopimuksia ja työlainsäädäntöä, joilla tuottaja joutuu tekemisiin juridisten kysymysten kanssa. Luentoihin liittyy oppimistehtäviä ja kirjallisuutta, jonka pohjalta opiskelijat laativat esseen joltakin kulttuurityöhön liittyvän juridiikan alueelta.

Melko pian ensimmäisten kokeilujen jälkeen, opetussuunnitelmauudistuksen yhteydessä, opintojakso sai vuosiksi 2006–2008 uuden nimen, Kulttuurituotannon oikeudelliset kysymykset, ja samalla se laajeni kymmenen opintopisteen kokonaisuudeksi. Opintojaksosta oli ensimmäistä kertaa tarjolla lähiopetukseen perustuvan version lisäksi myös itsenäisinä opintoina toteutettava vaihtoehto, jossa

Opiskelija perehtyy kulttuurituottajan oikeudellisiin vastuisiin ja velvoitteisiin sekä oikeuksiin kirjallisen taustamateriaalin avulla. Hän oppii tunnistamaan kulttuurityössä tarvittavan oikeudellisen tiedon laajuuden sekä kykenee kurssin suoritettuaan hankkimaan tarvittavaa lisätietoa. Oppimistehtävien ja case-esimerkkien kautta opiskelija oppii laatimaan sopimuksia ja toteuttamaan kulttuurituotantoja lakien ja hyvien käytäntöjen mukaisesti.

Kontaktiopetuspainotteisessa toteutuksessa opiskelija perehtyy juridiikan peruskäsitteisiin sekä sopimus-, tekijän-, yritys- ja markkinointioikeuden keskeisimpään sisältöön. Hän opiskeli myös kulttuurilainsäädäntöä, sopimusten laatimista sekä tapahtumatuottamisen lupakäytäntöjä. Kurssi jakaantui kahteen osioon: (1.) Peruskäsitteet/Sopimusoikeus/Tekijänoikeus (5op)
(2.) Yritys- ja markkinointioikeus/Kulttuurilainsäädäntö/Lupakäytännöt (5op). Kurssiin kuului luentotentti.

Jo vuonna 2009 opintojakso sai jälleen uuden nimen, Oikeudelliset kysymykset (edelleen 10 op), jolla sitä on tarjottu lukuvuoteen 2014–2015 saakka vuosina 2009–2013 voimassa olleen opetussuunnitelman mukaisesti. Opintojakso oli sijoitettu pääsääntöisesti opiskelijoiden toiseen opintovuoteen.

Opintojakson tavoitteiksi määriteltiin, että opiskelija tuntee juridiikan peruskäsitteet ja ymmärtää niiden merkityksen, tuntee työelämää ja erityisesti kulttuurialaa säätelevän keskeisen lainsäädännön, osaa soveltaa oikeudellista tietoa tuotannollisissa tehtävissä sekä osaa hankkia oikeudellista tietoa ja seurata lainsäädännön kehitystä ja sitä koskevaa julkista keskustelua.

Opintojen sisältöinä ovat olleet juridiikan peruskäsitteet, lainsäädännön perusteet, kulttuurilainsäädäntö, lupakäytännöt, sopimusoikeus, työlainsäädännön keskeiset osat, verolainsäädäntö (lähinnä henkilövero ja arvonlisävero), tekijänoikeudet/immateriaalioikeudet sekä perustiedot EU-lainsäädännön vaikutuksista.

Tämänhetkisessä eli lukuvuoden 2013–2014 alusta voimassa olevassa kulttuurituotannon opetussuunnitelmassa opintojakso sai jälleen uuden nimen ja laajuuden. Nyt Humakissa opetetaan Tuottajan lakitietoa viiden opintopisteen kokonaisuutena. Tavoite- ja sisältökuvaukset eivät ole olennaisesti enää muuttuneet, vaikka laajuus on puolittunut:

Opiskelija:

- tuntee oikeustoimilain sekä sopimuksia sääntelevän lainsäädännön ja osaa laatia kulttuurituotantoon liittyviä sopimuksia
- tuntee immateriaalioikeuksia ja tekijänoikeuksia koskevan lainsäädännön perusteet ja osaa hyödyntää niitä työssään
- tuntee työsopimuslain sekä siihen liittyvät oikeudet ja vastuut
- osaa käyttää asiantuntijapalveluita ja arvioida niiden tarpeen.

Sisältö:

- lainsäädännön perusteet ja keskeinen käsitteistö
- oikeudellisen tiedon hyödyntäminen tuottajan työssä
- kulttuurituotannon kannalta keskeisen lainsäädännön tuntemus
- sopimusten laatiminen ja neuvottelemine
- työsuhteiden ja toimeksiantosuhteiden tuntemus

Nimi- ja laajuusmuutokset kertovat tarpeesta reagoida kulttuurituotannon kentällä tapahtuneisiin muutoksiin. Ensin opintojakso laajeni, koska vasta herännyt tietoisuus aihepiirin keskeisyydestä kulttuurituottajan työssä korosti sen merkitystä. Myöhemmin kulttuurituottajan kompetensseihin on liitetty yhä uusia osaamisalueita ja toiset, kuten juridiikka, ovat joutuneet antamaan tilaa. Nimen osalta kehitys on mennyt selkokielisempään ja konkreettiseen suuntaan, mikä on pelkästään hyvä asia.

Tiedon louhintaa ja keskustelun melskettä

Varsinaisia juridiikan asiantuntijoita ei kulttuurituottajista ole ollut tarkoituskaan kouluttaa. Sen sijaan heistä on toivottu leipoutuvan tietoisia ja uteliaita kulttuurialan toimijoita, jotka löytävät oikeudellista tietoa tai asiantuntija-apua silloin, kun sitä tarvitsevat. Ja mikä on ehkä yhtä tärkeää, tuottajia, jotka ovat valmiita osallistumaan kulttuurisiin oikeuksiin sekä eettiseen ja kestävään toimintaan liittyvään yhteiskunnalliseen keskusteluun ja vaikuttamaan omaan työkenttäänsä tätä kautta.

Omat kokemukseni kulttuurituotannon oikeudellisten kysymysten opettajana viime vuosilta liittyvät vetämäni itsenäisenä ja verkkotyöskentelynä vuosina 2009–2015 toteutettuun opintojaksoon. Osallistujia on ollut vuosittain 20 – 40, joten kuuden viime lukuvuoden aikana olen lukenut noin puoleltoista sadan kulttuuriopiskelijan ajatuksia kulttuurituotannon etiikasta, kulttuurialan lainsäädännön ohjaavasta vaikutuksesta, tekijänoikeuksista ja piratismista, alalla vallitsevista sopimuskäytännöistä kestävästä tapahtumatuotannosta sekä median roolista oikeudellisen tiedon välittäjänä.

Opintojakso on koostunut kuuden oppimistehtävän paketista sekä tentistä. Tehtäviin on sisällytetty sekä tiedonhankinta- että pohdintaosuuksia. Verkkopintojen osuus on tarkoittanut lähinnä mediaseurantatehtävään liittyvien uutispoimintojen jakamista ja toisten opiskelijoiden löytöjen kommentointia. Opiskelijoita on myös pyydetty jakamaan omat Tuottajan etiikka -tehtävään liittyvät pohdintansa muille opiskelijoille kurssin oppimisalustalla.

Opiskelijoiden teksteistä ovat välittyneet yhtä aikaa kulttuurialan julkisen keskustelun keskeiset teema ja niiden muutokset sekä opiskelijoiden arvo maailmassa tapahtuneet siirtymät. Syvälinen perehtyminen tähän aineistoon ei mahdu tämän artikkelin raameihin, mutta joitakin vuosien mittaan mieleen jääneitä havaintoja haluan nostaa esiin.

Kulttuurituottajaopiskelijoille on pääsääntöisesti erittäin tärkeää, että he voivat henkilökohtaisesti seisoa tuotantojensa sisällön takana. Ainakaan he eivät halua olla mukana tuotannoissa, jotka ovat ristiriidassa heidän eettisen vakaumuksensa kanssa. Kulttuurin tasa-arvoinen saavutettavuus, erilaisten vähemmistöryhmien ihmisoikeudet ja kulttuuriset oikeudet, eläinten oikeudet ja luonnonvarojen kestävä käyttö näyttävät olevan enemmistölle opiskelijoita ammatillisen toiminnan ohjenuorana.

Suhde taiteen, lain ja etiikan väliseen rajankäyntiin on ambivalentimpi. Ammatillisuuden nimissä korostetaan ehdotonta lakien noudattamista, mutta toisaalta saatetaan ymmärtää vaikkapa Jani Leinosen Ronald McDonald -tempauksen tai Pussy Riotin kaltaisia lain rajojen rikkomisia, jos päämäärä koetaan eettisesti hyväksyttäväksi. Sen sijaan Teemu Mäen kuuluisan niin sanotun kissantappovideon ymmärtäjää ei opiskelijoiden teksteissä ole tullut vastaan.

Joskus mielipiteet jakautuvat. Kun suurta konserttijärjestäjää syytetään kaupungin järjestyssäännön ja konsertin kestolle asetettujen rajoitusten tahallista rikkomisesta, toisille se on virkamiesten pikkusieluisuutta, toisille taas isoa rahaa kumartamatonta suorasekäisyttä. Toisaalta taas täysin ilman mitään lupia alusta saakka järjestettyä Ravintolapäivää vastaan kenelläkään ei tunnu olevan mitään.

Kulttuuripolitiikan ja kulttuurialan lainsäädännön ohjaavia ja mahdollistavia vaikutuksia pohdittaessa kulttuurituottajaopiskelijoiden kanta näyttäisi olevan se, että rahoitusta tulisi ohjata enemmän uusille, pienille ja vapaille toimijoille perinteisten laitosten sijaan. Yleisesti ottaen ajatellaan, että kulttuurin lainsäädännöllä olisi pyrittävä mahdollistamiseen ja saavutettavuuden parantamiseen. Ylhäältä päin tulevaa sääntelyä puolestaan karsastetaan.

Kulttuurialan sopimuskulttuuri on kehittymässä parempaan suuntaan, sikäli kuin opiskelijoiden vastauksista voi päätellä. Unohda hyvä veli -kirjan nimi viittaasi aikanaan siihen, että kulttuurialalla on perinteisesti totuttu luottamaan vähän huonommankin kaverin sanaan ja kirjallisten sopimusten vaatimista on pidetty nipottamisena, turhana byrokratiana ja suorastaan epäluottamuksen osoituksena. Enemmistö nuoren sukupolven tuottajista tuntuu sen sijaan pitävät kirjallisia sopimuksia, jos ei aivan itsestään selvyyksinä, niin joka tapauksessa ehdottomasti suositeltavimpana käytäntönä. Tilannetta on tosin helpottanut se uudemman ajan käytäntö, että asiat sovitaan usein sähköpostilla, jolloin keskusteluista ja sopimuksista jää automaattisesti dokumentti.

Viime vuosina julkisuudessa välillä kiihkeänä käynyttä tekijänoikeuskustelua on ollut mielenkiintoista seurata kulttuurituottajaopiskelijoiden tulkitsemana. Piratismia kannattaa vain harva opiskelija, joskin tekijänoikeusjärjestöjen liialliseksi koettua valtaa kritisoidaan jonkin verran. Samoin suhtaudutaan kriittisesti taloudellisesti merkityksettämiin tekijänoikeusrikkomuksiin (kuten katusoitto) puuttumiseen. Taiteilija on joka tapauksessa opiskelijoiden mielestä kuitenkin ansainnut palkkansa työstään myös tekijänoikeuskorvauksien muodossa. Suurten tuotanto-organisaatioiden kuten levy-yhtiöiden intressien voitoista oltaisiin sen sijaan valmiita nipistämään kuluttajan hyväksi.

Yhtä asiaa olen hämmästellyt vuodesta toiseen. Yksityishenkilölle palkkaa esimerkiksi esiintymisestä maksettaessa tarvittava verokortti tuntuu olevan varsin tuntematon asia suurelle osalle nuoremmista sukupolvista, kuten myös tähän liittyvä työnantajan ennakonpidätysvelvollisuus. Näin voisi ainakin päätellä esiintymissopimustehtävistä sekä itsenäisissä tehtävissä että tentissä. Toinen usein korjaamista vaativa käsitys on se, että määräraikaisen työsopimuksen saisi irtisanoa yksipuolisella ilmoituksella. Molemmissa asioissa kyseessä saattaa olla heikko signaali, joka kertoo laajemminkin työelämän muutoksista.

Kaiken kaikkiaan kulttuurituotannon opiskelijoiden oikeudellisia kysymyksiä kohtaan osoittama kiinnostus ja myös perustiedot sekä tiedonhankintataidot ovat heidän teksteistään päätellen yleisesti ottaen hyvällä tasolla. Mieluisa yllätys on ollut se, että usein pakkopullaksi koettu mediaseuranta on tässä opintokokonaisuudessa osoittautunut opiskelijoiden kommenttien

perusteella motivoivaksi ja palkitsevaksi tehtäväksi. Tuleva kulttuurituottaja haluaa tietää mitä kentällä tapahtuu, mistä keskustellaan ja miten asioihin voisi vaikuttaa.

Lähteet:

Iso-Aho, Juha – Lyijynen, Elina 2005. Unohda hyvä veli – toimi oikein kulttuurituottajana. Humanistinen ammattikorkeakoulu.

Koivunen, Hannele – Marsio, Leena 2006. Reilu kulttuuri. Kulttuuripolitiikan eettinen ulottuvuus ja eettiset oikeudet. Opetusministeriö.

Lampinen, Jari 2011. *Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas*. Suomen Ympäristö- ja Terveysalan Kustannus Oy.

Lehtinen, Lottaliina 2011. *Muusikon sopimusopas*. Tietosanoma.

Oikeudelliset kysymykset -opintojakson tehtävät ja vastaukset vuosilta 2009–2015. Tekijän hallussa.

Terhi Dahlman

Kulttuurituotannolla kohti kestäväää hyvinvointia

Suomessa joudutaan tekemään nopeita uudistuksia ja toimintatapojen muutoksia, jotta pystymme vastaamaan muuttuvan maailman haasteisiin ja säilyttämään yhteiskuntamme taloudellisen tehokkuuden ja kilpailukyvyyn, sosiaalisen yhteenkuuluvuuden ja oikeudenmukaisen tulonjaon. Suomalaista hyvinvointiyhteiskuntaa muokkaavat makrotasolta maailman taloudellisen vallan siirtyminen kohti Kiinaa, luonnonvarojen niukkeneminen, kasvavat pakolaisvirrat, väestön ikääntyminen ja vääristynyt huoltosuhde. Turvallisuudelle uusia uhkia luovat nationalistinen liikehdintä, fundamentalismin lisääntyminen ja kyberturvallisuuden haavoittuvuus puhumattakaan kylmän sodan jännitteistä, joiden puristukseen Suomi geopolittisen sijaintinsa vuoksi tahtomattaankin joutuu. Sisäisesti elinkeinorakenteen muutos, kasvavat tuloerot ja heikentynyt taloustilanne koettelevat ihmisten arjessa selviytymistä ja uskoa hyvinvointivaltioon.

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra pyrkii olemaan tulevaisuusorganisaatio, joka ennakoii yhteiskunnan muutosta, etsii käytännön toimintamalleja vastaamaan muutoksen tuomiin haasteisiin ja vauhdittamaan kestäväää hyvinvointiin tähtääväää liiketoimintaa. Loppuvuodesta 2014 laadittu *Sitra Työpaperi* kannustaa suomalaisia organisaatioita ottamaan tulevaisuuden suunnittelussaan huomioon julkisen talouden haasteet, elinkeinoelämän uudistustarpeet ja toiminnan sopeuttamisen maapallon kantokyvyn rajoihin. Sitran kestäväää hyvinvointia tavoittelevassa visiossa Suomi kuvataan pienenä, yhteistyökykyisenä ja hyvin koulutettuna maana, joka kykenee vastaamaan nopeasti makroympäristön tuomiin haasteisiin ja ottamaan uusia hyviä toimintamalleja ketterästi käytäntöön. Kestävään hyvinvoinnin vision kirjoittajat määrittelevät tarkoittavan hyvän elämän tavoittelua maapallon kestokyvyn rajoissa. ”Siinä luonnonympäristö luo perustan ja asettaa ehdottomat rajat inhimilliselle toiminnalle. Näiden rajojen sisällä sosiaalinen ja inhimillinen pääoma sekä talousjärjestelmä ja hallintamallit ovat tärkeitä mahdollistajia ihmisten hyvinvoinnille, eli perimmäiselle tavoitteelle.”

Sitra Työpaperissa taloudellinen-, sosiaalinen- ja ekologinen kestävyys toteuttavat yhdessä kestävään kehityksen periaatetta. Työpaperissa haastetaan pohtimaan, kuinka kullakin toimialalla käytännön toiminnassa voitaisiin soveltaa kestäväää hyvinvointiin tähtääviä periaatteita. Päätin ottaa haasteen vastaan ja tutkia tarkemmin näitä kuutta periaatetta Humanistisen

ammattikorkeakoulun (Humak) kulttuurituotannon koulutuksen näkökulmasta. Uuden opetussuunnitelman ja muutoksessa olevan organisaation tulevaisuustyölle on hyvä etsiä tueksi asiantuntijoiden, esimerkiksi Sitran tutkijoiden, visioita.

Ajattelumme ja toimintatapojemme on mukauduttava muutoksiin, niin pienessä ammattikorkeakoulumme mikromaailmassa kuin koko maapallolla. Yhteiskunnan ja kaikkien eri toimialojen toimijoiden resilienssi eli kyky hyödyntää yllättäviä muutoksia uuden oppimisen ja vahvistumisen lähteenä kulkee Sitran esittämien periaatteiden läpileikkaavana tavoitteena.

Hyvinvointiin on tartuttava kokonaisvaltaisesti

Länsimaissa on jouduttu heräämään tosiasiaan, ettei pelkkä taloudellinen ja materiaallinen rikkaus tuo ihmisille hyvinvointia. Henkisen hyvinvoinnin ongelmat ovat kansantaloudellisestikin merkittävä haaste, ja ne saavat aikaan syrjäytymistä ja ennen aikaista eläköitymistä. Kulttuurin ja taiteen on todettu olevan tehokas keino lisätä ihmisten kokonaisvaltaista hyvinvointia ja terveyttä. Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittama, vuosina 2010–2014 toteutettu *Taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia -toimintaohjelma* (Taiku), antoi vakuuttavaa näyttöä siitä, kuinka kulttuurilähtöisten menetelmien käyttö saa aikaan myönteistä kehitystä.

”Erilaiset taidelähtöiset toimintamuodot sosiaali- ja terveydenhuollossa ovat osoittaneet vaikuttavuutensa. Taidetoiminta on otettava vahvasti huomioon edessä olevassa sote-uudistuksessa erityisesti ennalta ehkäisevässä toiminnassa. Taiteen merkitys on tiedostettu myös työhyvinvoinnin kannalta. On olemassa tutkimusnäyttöä siitä, että kulttuurin harrastaminen vaikuttaa myös työhyvinvointiin. Mitä enemmän käy teatterissa tai konserteissa, sitä parempi on työhyvinvointi”.
(Peruspalveluministeri Susanna Huovinen 2014).

Kuinka Humakin kulttuurituotannon koulutus voisi vastata entistä paremmin annettuun haasteeseen? Nykyisessä opetussuunnitelmassa näitä tärkeitä teemoja on otettu huomioon jo paljon. Opetussuunnitelmassa on esimerkiksi Taiteen soveltava käyttö -niminen jakso, jonka useissa moniammatillisissa projekteissa taiteen ja hyvinvoinnin teema on keskiössä. Koulutuksen kolmantena tai neljäntenä opiskeluvuotena on mahdollista valita kolmesta eri vaihtoehdosta Eriytyvät suuntautumisopinnot; Tuottaja yhteiskunnallisena toimijana. Opintojakson työpaikalla tehtävän harjoittelun voi toteuttaa erityisryhmien (seniorit, maahanmuuttajat, vammaiset, eri tavoin sairaat

ihmiset, vangit tai muut laitoksissa olevat ihmiset jne.) hyvinvointia edistävien kulttuuritoimijoiden organisaatioissa. Harjoittelupaikan toimintaa pyritään myös parantamaan kehittämistehtävän avulla. Toisaalta opintojakson voi suorittaa yhtä hyvin edistämällä kansalaisjärjestön tavoitteita tai ihmisten omaehtoista kulttuurintuotantoa, esimerkiksi katukulttuuria. Eriytyvien suuntautumisopintojen lisäksi opetussuunnitelmassamme on vapaasti valittavissa opinnoissa kymmenen opintopisteen laajuinen harjoittelu: Syventävä perehtyminen moniammatilliseen yhteistyöhön, monikulttuuriseen työhön tai yhteiskunnalliseen tuottajuuteen.

Yhteiskunnan haasteisiin vastaaminen on jokaisen toimialan velvollisuus. Mielestäni kulttuurituottajan yhteiskunnallinen toiminta on jokaiselle opiskelijallemme tärkeä sisältö ja ammattitutkinnon olennainen osa. Tuottaja voi olla vaikuttaja. Hänellä on tutkinnon suoritettuaan käytössään tehokkaita välineitä (tiedotus, kampanjat, tapahtumatuotanto, mediataidot jne.) ja verkostoja (taiteilijat, järjestöt, aktiiviset kansalaistoimijat, yritykset, julkisen sektorin toimijat jne.), joiden kautta hän voi edistää yhteiskunnalle hyödyllisiä ja yksilöille ja yhteisöille oikeudenmukaisia ja hyvinvointia vahvistavia asioita. Oppilaitoksen rooli on toimia rohkaisijana, aktivoijana ja vastuun rakentajana tuleville vaikuttajille.

Taiteen ja kulttuurin käyttö hyvinvoinnin edistämiseen on myös yksi rahoitusta ja hankekumppaneita todennäköisimmin saavista kulttuurituotannon osa-alueista. Sellaisissakin yhteyksissä, joissa taidetta ja kulttuuria ei pidetä itsessään arvokkaana, ymmärretään tutkimustulokset, joiden mukaan kulttuuri edistää hyvinvointia, hoitaa pahoinvointia ja vähentää kliinisen lääketieteen tarjoaman hoidon tarvetta. Ymmärrys lisää halukkuutta rahoittaa tällaista toimintaa, mikä on niukoista resursseista päätettäessä kasvavassa määrin välttämätöntä kulttuuritoiminnan jatkuvuuden takaamiseksi.

Sitra Työpaperissa kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin tukeminen on niin tärkeä tulevaisuuden toimintaperiaate, että Taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia -sisältöjä kannattaisi lisätä omana opintojaksonaan kulttuurituottaja amk -tutkintoon. Myös työyhteisöjen kehittämiseen kulttuurituotanto antaa monenlaisia välineitä, menetelmiä ja toimintaratkaisuja. Kulttuurituottaja työyhteisön kehittäjänä -kokonaisuus antaisi opiskelijoillemme työelämässä tarvittavaa osaamista sekä laajat työmarkkinat valmistuneille ammatillisille. Opintoja kulttuurin hyvinvointia ja terveyttä tukevista kulttuuripalveluista, työhyvinvoinnista ja työyhteisöjen kehittämisestä sekä yhteiskunnallisen vaikuttamisen sisällöistä voisi entistä enemmän tarjota myös maksupalvelutuotteina ja räätälöityinä erilaisille toimijoille.

Maapallon kantokykyyn on sopeuduttava

Sitra linjaa työpaperissaan, että Suomen on muututtava resurssiviisaammaksi, vähäpäästöisemmäksi ja että koko yhteiskuntamallimme tulee muuttua ekologisesti kestävää elämää tukevaksi. Kulttuurituotannon opetuksessa kestävä kehitys ja ekologinen tuotanto sisältyvät jo tällä hetkellä tuottamisen opintojaksoihin integroituina sisältöinä. Mielestäni ne ovat keskeisiä meidän kaikkien tulevaisuutta ajatellen, ja olisi hyvä sisällyttää ne tuleviin opetussuunnitelmiin omana kokonaisuutenaan sekä läpileikkaavana ideana kaikkiin opintojaksoihin.

Opiskelijoita olisi hyvä kannustaa toteuttamaan jakamistaloutta, kierrätystä ja palvelutuotantoa materiaalistien tuotantojen sijaan. Erilaista kilpailuetua antavia ekosertifikaatteja ja ekologisten näkökulmien huomioimista tapahtumatuotannossa voisi erityisesti painottaa opetuksessa. Sähköistä viestintää ja muita ekologisia toimintatapoja tulisi kehittää edelleen myös Humakin omassa toiminnassa. Yhä enemmän voisimme kannustaa opiskelijoita uudenlaiseen liiketoimintaan ja uudenlaisten palvelutuotteiden muotoiluun ja esimerkiksi tuotteistamisosaamisen, palvelumuotoilun mallien ja innovaatiotoiminnan avulla etsiä aktiivisesti tapoja vähentää ympäristön kuormitusta.

Yksilöille ja yhteisöille on luotava vaikutusmahdollisuuksia.

Eriarvoistuminen on lisääntynyt myös maailman mittasuhteissa sosiaalisesti melko tasa-arvoisessa ja demokraattisessa yhteiskunnassamme. Tämän vuoksi tulisi luoda kansalaisille yhä enemmän vaikutusmahdollisuuksia ja yhdessä toimimisen tilanteita. Humakin kulttuurituotannon opetussuunnitelmassa on jo melko hyvin huomioitu erilaisten vaikuttamismahdollisuuksien opetus eri opintojaksoissa. Yhteiskunta- ja työelämätoimijuus, kansalaistoiminnan perusteet, hallinto- ja politiikka sekä tuottaja yhteiskunnallisena toimijana käsittelevät hieman eri näkökulmista yksilöiden ja yhteisöjen vaikutusmahdollisuuksia. Kaikille yhteistä kulttuurituottajaopetusta voisivat kuitenkin olla erilaisten vähemmistö- ja erityisryhmien huomioiminen tuotannoissa sekä saavutettavuus kaikissa muodoissaan.

Opetussuunnitelmassa hieman vähemmälle huomiolle jäävät mallit, joissa tuetaan yleisön ja kulttuuripalvelujen käyttäjien mahdollisuuksia vaikuttaa esimerkiksi omaan kulttuurin kuluttamiseensa. Voisimmeko kannustaa opetuksessamme opiskelijoita luomaan enemmän tuotantoja huonosti kulttuuria saavuttaville (esim. senioreille, vangeille, laitospotilaille jne...)?

He voisivat esimerkiksi luoda uusia sähköisiä palveluja, joissa live-streamaukset ja ohjelmataltioinnit (näyttelyistä, teattereista, tapahtumista, konserteista ym.) olisivat koko ajan saatavilla. Tai he voisivat kehittää lisää monipuolisia ja eri taiteen aloja hyödyntäviä toiminta-alustoja yksilöiden ja yhteisöjen oman kulttuurin tekemiselle.

Talous on muutettava uudistavaksi ja yhteisölliseksi.

Taloukasvua ei ole näköpiirissä, joten tärkeäksi kysymykseksi nousee, kuinka hyvinvointia voidaan tuottaa ilman sitä. Humak voi olla edelläkävijä uusien liiketoimintaekosysteemien luomisessa ja yhteistä arvoa tuottavan bisneksen kehittäjänä kulttuurin keinoja tai sisältöjä hyödyntämällä. Hanketoiminnassa olemme tottuneet erilaisten kumppaneiden voimien yhdistämiseen jonkin tärkeän tavoitteen saavuttamiseksi, mutta voisimmeko olla luomassa myös liiketoimintaa, joka perustuisi oppilaitosten, järjestötoimijoiden, julkisen sektorin ja yrityskumppaneiden yhteistyöhön? Voisimmeko olla yhdessä tuottamassa palveluja ja samalla tehdä kannattavaa liiketoimintaa?

Ainakin Humak voi rohkaista ja edistää tämän tyyppistä talousajattelua yksittäisten organisaatioiden voitontavoittelun ja kannattavuuden opiskelun sijaan. Ympäristöongelmien ratkaiseminen liiketoiminnan keinoin tai yhteiskunnallisen yrittämisen edistäminen ovat esimerkkejä yhteistä arvoa tuottavasta bisneksestä. Myös luonnonvarat ja sosiaalinen pääoma voitaisiin tulevaisuudessa yhä kasvavassa määrin nähdä hyvinvoinnin tuojina ja arvoa tuottavana pääomana kaikessa talousopetuksessamme.

Monipuolista osaamista tuotettava monimutkaiseen maailmaan.

Sitra Työpaperi velvoittaa tuottamaan laajoja kokonaisuuksia hahmottavaa osaamista, johon yhdistyy johonkin aiheeseen perustuva syväosaaminen. Siinä tuodaan esiin demokrafisesti, etnisesti ja ammatillisesti monipuolisten yhteisöjen vahvuus ratkaistaessa monimutkaisia ongelmia. Yhteistä oppimista tulisi tulevaisuudessa tukea digitaalisia ja fyysisiä paikkoja järjestämällä sekä rakentamalla yhdessä tietoa erilaisista asioista erilaisten ihmisten kanssa. Sitra korostaa tieto- ja viestintäteknologisten ratkaisujen tärkeyttä kaikessa tuotannossa ja palveluissa.

Uudelleenkoulutuksen ja elinikäinen oppimisen välttämättömyys uudenaikaisessa työelämässä lisää Humakin kaltaisten oppilaitosten merkitystä aikuiskouluttajana. Tulevaisuudessa myös työssäkäyvät ja hyvin koulutetut tarvitsevat jatkuvaa osaamisen päivitystä. Uudenaikaisen työssäoppimisen ja osaamisen tunnistamisen ja tunnustamisen malleja olisi hyvä kehittää työn ohessa opiskelevien tarpeisiin.

Kulttuurituotannon koulutuksessa monimuotoisissa ja moniammatillisissa työyhteisöissä työskentelyyn tulisi valmentaa vielä nykyistä vahvemmin, ovathan opiskelijamme varsin homogeeninen ryhmä tiukkojen pääsyaatimusten vuoksi. He ovat saman ikäisiä, yleensä suomenkielisiä, kaupunkilaisia, kantavaestön edustajia, he eivät yleensä ole vammaisia eivätkä koulutustaustaltaankaan eroa paljon toisistaan. Monimuotoisissa työyhteisöissä toimimiseen on hyvä kiinnittää huomiota eri opintojaksojen sisällöissä ja yhteistyöhankkeita päätettäessä. Moniammatillisuutta voitaisiin tukea nykyistä enemmän toteuttamalla opintojaksokokonaisuuksia eri ammattialojen opiskelijoiden kanssa, vaikkapa luomalla eri ammattikorkeakoulujen yhteisiä opintokokonaisuuksia Innoplaza-yritysopintojen tyyliin. Tällä valmennetaan opiskelijoita muuttuvan työelämän vaatimuksiin.

Hallinto on kehitettävä osallistavaksi ja uudistumiskykyiseksi.

Kansalaislähtöinen päätöksenteko ja nykyistä avoimempi demokratia ovat Sitran lääkkeitä kansalaisten luottamuksen parantamiseksi. Se kannustaa luomaan osallistavampia johtamisjärjestelmiä ja tarttumaan isoihin muutoksiin askel kerrallaan. Muutoksia tulisi tehdä testaamalla ja tekemällä oppien. Humakin kulttuurituotannossa voitaisiin valmentaa tulevia kulttuurituottajia, mahdollisesti tulevaisuuden kulttuuriorganisaatioiden ja -työryhmien johtajia ja hallintohenkilöitä, toteuttamaan uudenlaista hallintoa esimerkiksi osallistuvan budjetoinnin tai oma-aloitteiseen kulttuuritoimintaan innostamisen keinoin. Kulttuurialahan on jo edelläkävijä yksittäisten ihmisten ideoista kumpuavien urbaanien tempausten toteuttamisessa. Kirpputori- tai ravintolapäivä on mainio esimerkki sellaisesta toiminnasta, jossa yksityisen henkilön idea leviää julkisesti toteutettavaksi toiminnaksi.

”Voimme vaikuttaa tulevaisuuteen päätöksillämme ja valinnoillamme. Sen vuoksi on tärkeää tietää, mikä on todennäköistä, toivottavaa ja mikä välttävää. Tämä vaatii arvokeskustelua.” (Roy Amara 1982). Humakissa

olevan opetussuunnitelman uudistuksen ollessa käsillä voimme toteuttaa asiantuntijoiden visiota tulevaisuudesta ja tehdä valintoja, jotka luotsaavat tulevaisuuden kulttuurialan toimijoita entistäkin paremmin saamaan aikaan kestävästä hyvinvointia.

Lähteet:

<http://www.sitra.fi/>

<http://uusijuoni.fi/visio>

<https://www.thl.fi/fi/tutkimus-ja-asiantuntijatyo/hankkeet-ja-ohjelmat/tajteesta-ja-kulttuurista-hyvinvointia>

Humakin opinto-opas 2015-2016, kulttuurituotannon koulutus, kulttuurituottaja (AMK) opetustarjonta

Minna Hautio

Opiskelijat kehittäjinä

Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyöt ovat luonteeltaan tilaustyönä suoritettavia työelämän kehittämistöitä. Opinnäytetyön tekemistä edeltää kaksi yhteensä 15 opintopisteen mittaista opintojaksoa, joiden aikana opiskelijoita valmennetaan kohti työelämän tutkivan kehittämisen taitoja. Valmennuspedagogisten periaatteiden mukaisesti valmennus toteutetaan aidoissa työelämäkonteksteissa, todelliseen työelämän tarpeeseen vastaten (Lämsä, Nyman & Sirkkilä 2015, 3–4). Kehittämistehtävät toteutetaan ryhmätyönä ja työn kohteena ovat laajat työelämälähtöiset kokonaisuudet. Opiskelijoiden tulee hankkia itse tietoa ja rakentaa uutta ymmärrystä käsiteltävästä aiheesta. (Lämsä 2015, 35.) Tällä simuloidaan työelämäympäristöille ominaista verkostoissa ja tiimeissä kehittämistä sekä mahdollistetaan yhteinen tiedonkehittely ja oppimisen jakaminen. (Lämsä ym. 2015, 5–6.) Aloituksen jälkeen ryhmä järjestäytyy ja huolehtii itse prosessin etenemisestä ja yhteydenpidosta tilaajaan.

Valmentaja vastaa oppimisprosessin toteutumisesta. Hänen tehtävään on siis huolehtia siitä, että ryhmät saavat kehittämistyössä tarvitsemaansa ohjausta, tukea ja kannustusta. Valmentaja tuo prosessiin mukaan oman osaamisensa ja ammattitaitonsa ja voi toimia osana projektiryhmää, vaikka päävastuu projektin toteuttamisesta ja tavoitteenasettelusta onkin opiskelijoilla. (Lämsä 2015, 35–37.) Valmentajan tehtäviin kuuluu kysymyksenasettelun ja argumentoinnin tukeminen. Hän voi puuttua havaitsemiinsa ristiriitoihin tai epäkohtiin, mutta hän tekee tämän tukemalla opiskelijoita kohti itsenäistä ja itseohjautuvaa ongelmanratkaisua. (Nyman 2015, 29–31.) Kaikki tämä tapahtuu valmennustapaamisissa, joihin opiskelijaryhmät ja valmentaja koontuvat säännöllisesti koko prosessin ajan.

Tässä artikkelissa nostan esiin kaksi opiskelijoiden lukuvuonna 2014–2015 näillä opinnäytetyön tekemiseen valmentavilla opintojaksoilla tekemää kehittämistehtävää, joissa molemmissa toimeksiantajana oli Turun museokeskus. Toimeksiannot perustuivat museokeskuksen ajankohtaisiin kehittämistarpeisiin. Toinen toimeksiannoista käsitteli museokeskuksen toimiloiden ja toiminnan uudistamista Turun Vanhalla Suurtorilla ja toinen Turkuun kaavaillun uuden historiallisen museon suunnittelua (Museokeskus 2014a; 2014b). Toimeksiantojen muotoilu ja aikataulutus suunniteltiin toukokuussa 2014 yhdessä museokeskuksen intendentti Joanna Kurthin ja

viestintäassistentti Sunniva Solstrandin kanssa. Museokeskuksen ja oppilaitoksen tarpeet osoittautuivat helpoiksi sovittaa yhteen, ja tilaajan toimeksiannolle asettama aikataulutoive muokkautui erinomaisesti myös oppilaitoksen tavoiteaikatauluihin.

Toimeksiannot

On erittäin tärkeää, että opiskelijat saavat heti toimeksiannon alussa henkilökohtaisen kontaktin toimeksiantajaan. Näin kaikki osapuolet mieltävät toimeksiannon todellisuuden ja saavat kysyä toisiltaan lisäkysymyksiä ja antaa kommentteja. Henkilökohtaisessa kohtaamisessa välittyy myös molemminpuolista innostusta ja kiinnostusta, mikä on motivaation nostattamisen kannalta tärkeää. Lisäksi kohtaaminen on alku vuorovaikutukselle ja se antaa avaimia eri osapuolten toimintakulttuurien ymmärtämiselle. Museokeskuksen toimeksiannot kävi esittelemässä Sunniva Solstrand. Hän piti inspiroivan esityksen, jonka avulla hän haastoi opiskelijat ajattelemaan innovatiivisesti ja irrottautumaan perinteisistä ajattelumalleista. Opiskelijoilta odotettiin nimenomaan uusia, radikaalejakin ideoita, ja heidän toivottiin tuovan uutta näkökulmaa suunnitteluun, jota oli tähän mennessä tehty virkamiestyönä instituution sisältä käsin. Innostaminen oli erittäin tärkeää jo siitäkin syystä, että kehittämisen kohteena olivat perinteiset instituutiot ja miljööt. Ilman innostamista ja sen kautta konkreettisesti annettua ”lupaa ajatella toisin” tehtävän toteutus olisi saattanut saada enemmän perinteissä pitäytyvän muodon.

Vanhan Suurtorin kehittämistoimeksiannossa museokeskus toivoi opiskelijoiden kehittävän Vanhan Suurtorin tiloja, niiden toimintaa ja yleistä näkyvyyttä. Turun museokeskuksen hallinnoimia rakennuksia Vanhan Suurtorin kulttuurihistoriallisesti arvokkaassa miljöössä ovat Vanha Raatihuone ja Brinkkalan talo, jonka parvekkeelta julistetaan valtakunnallinen joulurauha. Rakennuksissa sijaitsee neljä galleriaa, ulosvuokrattavia tiloja, museon kirjakauppa sekä toimistotiloja. (Museokeskus 2014a.) Tavoitteena oli, että opiskelijat selvittävät tarpeita ja näkemyksiä alueen kehittämiseksi niin museokeskuksen työntekijöiltä kuin sidosryhmiltäkin ja benchmarkkaavat eli tekevät paremmuusanalyysin muissa vastaavissa ympäristöissä tapahtuvasta toiminnasta. Opiskelijoiden edellytettiin esittävän suunnitelmansa museokeskuksen omissa työryhmissä ja yleisötilaisuuksissa, joita järjestettiin Vanhan Suurtorin kehittämiseksi.

Unelmien museo -kehittämistoimeksianto käsitteli tiedonkeruuta uuden kulttuurihistoriallisen museon suunnittelun tueksi. Suunnittelutyössä haluttiin saada kansalaisten ääni kuuluviin, ja tämän vuoksi tavoitteena oli

kerätä mahdollisimman laajalta yleisöltä mielipiteitä ja toiveita siitä, millainen olisi heidän ”unelmiensa museo”. Keruutyötä oli jo pienimuotoisesti aloitettu museokeskuksen tapahtumissa, mutta opiskelijoilta toivottiin apua keruuprosessin laajentamiseen Turussa ja jopa valtakunnallisesti. Heidän tehtäväkseen jäi suunnitella, miten, missä ja millä keinoin materiaalin keruuta jatketaan ja miten saatua tietoa voidaan hyödyntää. Lisäksi heidän tuli kerätä materiaalia mahdollisimman erilaisilta tahoilta ja analysoida tuloksia. (Museokeskus 2014b.) Tässäkin yhteydessä opiskelijoiden tuli raportoida saadut tulokset museokeskuksen johdolle. Lisäksi heidän tuli huolehtia siitä, että kerätty aineisto dokumentoidaan asianmukaiset tallennusluvut huomioon ottaen.

Opiskelijat järjestäytyivät kahteen ryhmään ja valitsivat keskuudestaan projektipäälliköt. Projektit aloitettiin vierailuilla tilaajan luona, minkä jälkeen ryhmät suunnittelivat oman aikataulutuksensa ja tehtävänjakonsa. Ryhmät pitivät itsenäisesti yhteyttä tilaajaan, sopivat tapaamisia kohdehenkilöiden kanssa ja toteuttivat yleisöhaastatteluja ja -kyselyjä. Lisäksi he raportoivat työn etenemisestä valmentajalle säännöllisissä ryhmätapaamisissa, joissa pohdittiin projektin etenemistä, tavoitteita ja työn konkreettisia vaatimuksia.

Toimeksiantojen toteuttaminen ja tulokset

Opiskelijat alkoivat purkaa Vanhan Suurtorin toimeksiantoa jakamalla tehtävän osiin ja määrittelemällä kullekin osa-alueelle vastuuhenkilöt. Osa-alueita syntyi seuraavasti: fyysiset tilat, tapahtumatoiminta, galleriatoiminta, näkyvyys opasteina ja verkkonäkyvyys. Tapahtumatoimijoiden ja gallerian taiteilija-asiakkaiden kokemuksia ja mielipiteitä hankittiin kyselyillä, museokeskuksen hiljaista tietoa kerättiin henkilökunnan haastattelulla, fyysisen miljööän mahdollisuudet kartoitettiin tiloihin ja aikaisempiin suunnitelmiin tutustumalla ja näkyvyyttä kehitettiin hyviä käytäntöjä benchmarkkaamalla. Tuloksena syntyi suunnitelma, jossa tilojen käyttöä esitettiin uudistettavaksi toiminnallisuuden ja saavutettavuuden näkökulmista. Lisäksi annettiin konkreettisia kehittämisehdotuksia opas- ja verkkonäkyvyyden parantamiseksi. (Asikainen, Rasimus, Syrén, Turunen, Ojala, Komsu & Korhonen-Tuominen 2015.)

Erityisen ilahduttavaa oli, että opiskelijat olivat tilaajan toivomalla tavalla rohkeasti tuoneet omia ehdotuksiaan tilojen käyttämiseksi ja toimintatapojen uudistamiseksi. He olivat muun muassa ehdottaneet galleriatilojen siirtoa paremmin saavutettavaan katutasoon nykyisen toisen kerroksen sijasta ja katutaso tilojen muuttamista saavutettavammaksi. Lisäksi ehdotettiin

uudenlaisten tilojen ja toimintojen, muun muassa yhteisöllisten työtilojen ja lapsiperheiden oleskelutilojen, lanseeraamista. Huomiota saivat myös alueen toimijoiden yhteistyötä lisäävät ehdotukset erityisesti tapahtumatoiminnan lisäämisen näkökulmasta. Lisäksi annettiin ehdotuksia alueen visuaalisen ilmeen parantamiseksi ja korostettiin sosiaalisen median tarjoamia mahdollisuuksia näkyvyyden lisäämisessä. (Mt.) Opiskelijoiden konkreettiset kehittämissuositukset saivat positiivista huomiota sekä yleisötapahtumassa että museokeskuksen johdolta, jolle ne myös esitettiin.

Unelmien museo -kehittämissuosituksessa opiskelijat laativat ja toteuttivat suunnitelman, jossa he keräsivät yleisöltä toiveita Unelmien museosta. Lasten ja nuorten käsityksiä kartoitettiin kyselyllä, jota jaettiin ala- ja yläkouluille. Pienimpien oppilaiden mielipiteet kerättiin toiminnallisemmilla menetelmillä kuten ryhmähaastatteluisa, mielikuvaharjoituksilla ja piirustuksilla. Mielikuvaharjoituksia tuettiin järjestämällä lapsille ensin tutustumiskierroksia museoon, minkä jälkeen heitä pyydettiin ideoimaan omien mielitystensä mukainen museotila ja sen toimintoja. Muiden kansalaisten tavoittamiseksi opiskelijat järjestivät Nenäpäivä-tapahtuman yhteyteen kampanjan, jossa he videohaastattelivat ohikulkijoita Turun kauppatorilla. Museokeskus auttoi tarvittavan rekvisiitan, kuten pöydän ja tuolien sekä palkkioksi tarjottavien glögien ja piparien hankinnassa. Vaihtoehtona videohaastattelulle oli paperisen kyselylomakkeen täyttäminen. Yleisökyselyä levitettiin myös Ipanahipat-tapahtumassa, museokeskuksen joulunajan pop-up-myymälässä Hansakorttelissa, vammais- ja ihmisoikeusjärjestö Kynnys ry:n kautta sekä vanhusten palvelutaloissa, joista viimeksi mainituissa tehtiin myös videohaastatteluja. (Antikainen, Haavisto, Heikkilä, Heimovalta, Kaartinen, Lempinen, Nikkilä & Ruohomäki 2015.)

Aineiston analyysi tuotti tulokseksi, että kansalaiset ikään katsomatta toivoivat museolta toiminnallisuutta ja interaktiivisuutta sekä mahdollisuutta koskea esineisiin. Uusi teknologia mahdollisuutensa nousi myös usein esille. Aktivoimisen lisäksi museoilta toivotaan mahdollisuutta rauhoittumiseen ja lepoon. Oheispalveluista tärkeimmäksi nousi odotetusti kahvila ja ravintola. Museot ovat yhä enenevässä määrin sijainniltaan ja palveluiltaan lähellä monialaisia palveluntuotantokeskuksia. Niinpä tässäkin kyselyssä haluttiin herätellä ajattelua monipalvelukeskusmaisesti toimivasta museosta, ja vastaajilta kysyttiin mielikuvia erilaisista palveluista ja niiden sijoittumisesta museon yhteyteen. Nuorisotilat, työskentelytilat ja jopa sauna- ja yöpymismahdollisuudet saivatkin kannatusta perinteisempien museoon yhdistettävien kulttuuritoimijayhdistelmien kuten teatterin ja kirjaston rinnalla. (Mt.) Myös tämä kehittämistehtävä esiteltiin työelämän johtotason edustajille kokouksessa, ja sen sisältö ja toteuttamisen tapaa kiiteltiin vuolaasti (Ruohomäki 2015).

Pedagogiset tulokset

Kaiken kaikkiaan ryhmätyöt onnistuivat erinomaisesti. Ne täyttivät – jopa ylittivät – ne pedagogiset ja ammatillisen kasvun tavoitteet, jotka niille oli asetettu. Projekteja tehdessään opiskelijat joutuivat ottamaan selvää kehittämistyön menetelmistä ja prosessista monipuolisesti: Mitä tutkitaan ja millä tavalla? Miten kehittämistyö organisoidaan? Miten tietoa kerätään eri kohderyhmiltä ja miten kohderyhmät tavoitetaan? Millaisia lupia aineiston tallennukseen tarvitaan? Miten hyvä kysely laaditaan? Mitä haastattelussa on otettava huomioon? Mitä benchmarkkaus on? Miten kerätään hiljaista tietoa? Miten tietoa kerätään tasapuolisesti ja eri intressiryhmät huomioiden? Miten aineistoa analysoidaan ja saatuja tuloksia hyödynnetään kehittämistyössä? Miten saadut tulokset viestitään tilaajan edustajille ja yleisölle?

Tilaajan rooli on ensiarvoisen tärkeä niin alkuvaiheen innostamisessa kuin koko prosessin ajan mukana kulkemisessa. Kaikkein tärkeintä on tilaajan kiinnostus opiskelijoiden työn lopputulosta kohtaan. Tässä tapauksessa kiinnostus osoitettiin kokoamalla johtoryhmä työn tuloksia kuulemaan ja antamalla opiskelijoille rooli myös työn kertomisesta julkisessa tapahtumassa. Tilaajan kiinnostus oli aitoa ja opiskelijoiden työ täytti todellisen tarpeen, mikä heijastui myös opiskelijoihin. Ryhmien toiminnasta välittyi aito vastuullisuus, ja opiskelijat kertoivat saaneensa myös tilaajalta kannustusta ja resurssitukea työhönsä. Tilaajalta tulleet selvät aikataulut työn väliraportointimiseksi toivat ryhmän toimintaan sopivaa ulkopuolista painetta, mikä näkyi korostuneena vastuuntuntona työn aikataulun pitämisestä. Myös tilaaja oli työhön tyytyväinen ja haluaa jatkaa kehittämissyhteistyötä Humanistisen ammattikorkeakoulun kanssa (Kurth 2015).

Ryhmä- ja tiimityötaidot ovat keskeisiä työelämätaitoja lähes alasta riippumatta. Kulttuurituottajilla ne ovat erittäin tärkeässä osassa, sillä tuottajan työhön kuuluu notkea toimiminen mitä erilaisimmissa tiimeissä. Tuottajan rooliin kuuluu mahdollistaa tuloksellinen yhteistyö vaativien aikataulu- ja tulospainneiden alla, joten hänen on kyettävä pitämään ryhmä motivoituneena ja työskentelykykyisenä. Opiskelijat ovat opintojensa loppuvaiheessa hioneet niitä erilaisissa ryhmätöissä kolmesta neljään vuotta. Ryhmätyötaitojen ja työn organisoinnin kehittyminen näkyi näissäkin projekteissa siten, että ryhmät selvittivät mahdolliset ryhmädynaamiset haasteensa itsenäisesti eivätkä ne haitanneet työn toteutumista ja aikataulussa pysymistä.

Valmennuspedagogiikalla pyritään opiskelijoiden aitoon valtauttamiseen ja siihen, että opiskelijat toimivat sekä yksilöinä että ryhmässä aktiivisesti oman oppimisensa edistämiseksi (Sirkkilä 2015, 11). Projekteilla on merkitystä myös opiskelijoiden ammatillisessa kasvussa, verkostojen laajentamisessa sekä oman osaamisen näkyväksi tekemisessä. Kaikki projektissa osallisina olleet opiskelijat ovat tietojen ja taitojen karttumisen lisäksi oletettavasti

saaneet hyvää rutiinia ja positiivisia kokemuksia työelämän kanssa toimimisesta. Kynnys ottaa yhteyttä ja tarjota kehittämisosaamistaan esimerkiksi oppinäytetyön tekemisen puitteissa on toivottavasti jokaisella madaltunut.

Tämän kaltaisissa onnistuneissa projekteissa valmennuspedagogiikan hyödyt ovat selvästi nähtävissä. Työelämäprojekteissa tärkeintä on, että ne perustuvat aitoon työelämän tarpeeseen. Silloin niiden tekemiseen on helppo kaikkien osapuolten motivoitua ja sitoutua. Onnistuakseen projekti tarvitsee innostavan alun, arvostavan suhtautumisen niin tehtävään itseensä kuin sen tekijöihin ja tilaajiin, prosessia kannattelevan ja oikeista kohdista tukevan ylläpidon sekä loppuun tavoitteellisuutta lisäävän jännitteen, kuten työn tulosten esittelyn tilaajaorganisaation arvovaltaisille edustajille. Kun projekti toimii hyvin, sen toteutumista on ilo edistää ja sen tuloksista on kaikkien helppo iloita.

Lähteet:

Antikainen, Veera & Haavisto, Bettina & Heikkilä, Miia & Heimovala, Minttu & Kaartinen, Liisa & Lempinen, Noora & Nikkilä, Iida-Amalia & Ruohomäki, Ida 2015. Unelmien museo -yleisötutkimusprojekti. Raportti. Ei julkaistu.

Asikainen, Mirjami & Rasimus, Enni & Syrén, Veera & Turunen, Niina & Ojala, Lauri & Komsu, Jerry & Korhonen-Tuominen, Heidi 2015. Museokeskus Vanhalla Suurtorilla. Kehittämistehtävä. Ei julkaistu.

Lämsä, Tero & Nyman, Tarja & Sirkkilä, Hannu 2015. Valmentajaopas 2015. Ei julkaistu.

Kurth, Joanna 2015. Suullinen tiedonanto 23.5.2015.

Lämsä, Tero 2015. Ryhmäperustainen pedagogiikka. Teoksessa Jukka Määttä & Hannu Sirkkilä & Jari Hoffrén & Tero Lämsä & Tarja Nyman *Opettaja valmentajana Humakissa – työelämälähtöistä, ryhmäperustaista pedagogiikkaa kehittämässä*. Humanistinen ammattikorkeakoulu, B 44, 35–40.

Nyman, Tarja 2015. Pedagogisen ajattelun kehittämisen perusteita. Teoksessa Jukka Määttä & Hannu Sirkkilä & Jari Hoffrén & Tero Lämsä & Tarja Nyman *Opettaja valmentajana Humakissa – työelämälähtöistä, ryhmäperustaista pedagogiikkaa kehittämässä*. Humanistinen ammattikorkeakoulu, B 44, 25–32.

Ruohomäki, Ida 2015. Suullinen tiedonanto 21.4.2015.

Sirkkilä, Hannu 2015. Valmennuspedagogiikan lähtökohdat. Teoksessa Jukka Määttä & Hannu Sirkkilä & Jari Hoffrén & Tero Lämsä & Tarja Nyman *Opettaja valmentajana Humakissa – työelämälähtöistä, ryhmäperustaista pedagogiikkaa kehittämässä*. Humanistinen ammattikorkeakoulu, B 44, 9–12.

Turun museokeskus 2014a. Toimeksianto: Vanha Suurtori. Ei julkaistu.

Turun museokeskus 2014b. Toimeksianto: Unelmien museo. Ei julkaistu.

Benny Majabacka

Nenäpäiväprojekti - venäläinen uimakoulu kulttuurituottajauntuvikoille

Kun kotkanpoikasen on aika oppia lentämään, emo houkuttelee sen korkean kallion laella sijaitsevan pesän reunalle ja työntää sen tyyliä pesästä. Pakokauhusta huolimatta poikasen on pakko kokeilla siipiään. Kun kauan sitten ajoin ajokorttini opettajani käytti tätä samaa metodia, jota kutsutaan jostain syystä myös itäisen naapurimaamme uimakouluksi. En koskaan kuulut opettajaltani pedagogista perustelua toiminnalle, minut vain käskettiin ilman lämmittelyjä kuorma-auton rattiin ja kehoitettiin ajamaan liikenteseen. Nikottelin hetken ja tiedustelin, voisinko ajaa muutaman kierroksen parkkipaikalla, mutta se ei sopinut. Epävarmuus oli pakko voittaa ja pelko katosi pian.

Nyt siirrän samalla julmalla tavalla omia traumojani ensimmäisen vuosikursin opiskelijoille. Syyskuun alussa untuvikot saapuvat kouluun, ja heti ensimmäisellä viikolla he pääsevät tai näkökulmasta riippuen joutuvat työskentelemään projektissa, joka jatkuu suurimman osan syksyä. Kun ensimmäinen yllätys on tasaantunut ja kyseleminen opiskelijoilta miltä tuntuu, useimpia ahdistaa. ”Emmehän me vielä osaa mitään”, he sanovat. Kun sitten palasia aletaan laittaa paikoilleen ja projekti alkaa hahmottua, puristus helpottaa. Melko pian löytyy hallinnan tunne, joka parhaimmillaan johtaa motivaatioon ja hyvin etenevään toimintaan. Toiminta työelämässä sen vaatimin ehdoin on monille suoraan lukion penkiltä tulleille uutta mutta usein palkitsevaa. Myös ryhmätyön näkökulmasta Nenäpäiväprojektit ovat olleet antoisia.

Lintutarkkailijat ovat havainneet, että kotkat eivät anna poikastensa pudota maahan asti, mikäli näiden siivet eivät kannaa. Emo lentää poikasen alle noin kolmenkymmenen metrin pudotuksen jälkeen ja antaa sen levätä hetken selässään. Tarvittaessa poikanen pääsee emon kanssa takaisin vuoren reunalle ja pääsee kokeilemaan siipiään uudestaan. Tämä sentimentaalisen analogian loppuosa lienee turhaan pateettinen projektiharjoittelun liitettynä, mutta tavoitteenani on kuitenkin luoda opiskelijoille tunne siitä, että on lupa yrittää ja epäonnistua turvallisessa ympäristössä. Viime aikoina varsinkin rohkea yrittäminen ja siihen kannustaminen on muuttunut minulle tärkeäksi teemaksi opiskelijoita ideoimaan ja kokeilemaan kannustettaessa. Supercell-yhtiössä epäonnistumiset palkitaan shampanjalla. Opiskelijoille ei ehkä ole suotavaa tarjoilla kyseistä nautintoainetta, mutta kannustava ja hyväksyvä ympäristö antaa tekijälle vapauden kokeilla ilman pelkoa rangaistuksesta.

Kerron seuraavaksi hieman tarkemmin, mitä kaikkea Nenäpäiväprojektien tiimellyksessä on tapahtunut.

Yhteistyö Ylen Nenäpäiväorganisaation kanssa

Syksyllä 2012 aloitimme Turun Humakin ensimmäisen vuoden kulttuurituottajaopiskelijoiden kanssa yhteistyön Ylen Nenäpäiväorganisaation kanssa. Halusin löytää ensimmäiselle vuosikurssille projektioppimisympäristön, jossa riittäisi mielekästä tehtävää koko ryhmälle, joka olisi tunnettu brändi ja näin ollen motivoiva ja jossa pääsisi tekemään näkyvää toimintaa oikeiden toimeksiantajien kanssa. Konsepti oli alusta alkaen selkeä mutta ei ongelmaton. Turussa Ylellä oli vielä niinä päivinä nimetty Nenäpäivästä vastaava tuottaja, joka koordinoi kokonaistapahtuman toteutusta alueella. Käytännössä tämän tuottajan tehtävänä on koota yhteen kaikki mukaan haluavat tahot, antaa heille reunaehdot toimintaan ja valvoa, että sisällöt toteutetaan ohjeistuksen mukaisesti.

Osatapahtumia toteutetaan kahdella tavalla. Yle vastaa itse muutamasta tapahtumasta kuten Nenäpäivän toritapahtumasta Turussa sekä vuosittain vaihtuvista suuremmista yleisötapahtumista. Itsenäinen toimija kuten yritys voi ottaa vastuulle Nenäpäivä-tapahtuman järjestämisen ja vastata itsenäisesti toteutuksesta Nenäpäivän brändin mukaisesti. Opiskelijat pääsevät siis työskentelemään joko suoraan Ylen tuottajan alaisuuteen tai itsenäisen toimeksiantajan alaisuuteen silti raportointivelvollisena Ylen tuottajalle, joka toimii näissäkin tapauksissa tilaajana. Opiskelijoille on myös annettu mahdollisuus järjestää tapahtumia itsenäisesti ilman toimeksiantajaa. Tällöin Ylen suuntaan säilyy ainoastaan raportointivelvollisuus. Vuonna 2015 Yle halusi hieman etäännyttävä osatuottajien tapahtumista eikä varsinaisesti enää valvonut sisältöjen tekemisestä ja lopputulosta, kunhan toiminta oli Nenäpäivän arvojen mukaista. Tähän päädyttiin siitä syystä, että kuvio, jossa pahimmillaan oli taustalla toimeksiantaja, Ylen tuottaja sekä Humakin lehtori, oli vastuiden näkökulmasta sekava, ja opiskelijat kokivatkin usein haasteelliseksi hahmottaa kokonaisuutta.

Projektioppimisen tavoitteet Nenäpäivä-tapahtumissa

Ylen näkökulmasta tavoite Nenäpäivätapahtumissa on yksiselitteinen – saada osatapahtuminen kautta kerättyä mahdollisimman paljon rahaa

hyväntekeväisyyteen. Tämä tavoite ei kuitenkaan ole sellaisenaan vielä riittävä uusille opiskelijoille ja Humakin näkökulmasta oppimistavoitteita onkin runsaasti.

Projektien tarkoitus on ryhmyttää uudet opiskelijat keskenään ja ennen kaikkea tutustuttaa heidät tapahtumatuotannon monialaiseen ja laajaan kenttään käytännön kautta sekä opettaa yhteistyötaitoja. Projektin aikana opiskelijoille tulee hoidettavaksi esimerkiksi sopimusasioita, sponsorointihankintaa, lupa-asioita, markkinointia sekä viestintää ja talouden hallintaa.

Viestinnällisten asioiden käsittely tulee vahvasti esiin kahdestakin syystä; opiskelijoilla on yhtä aikaa menossa viestintätaitojen opintojakso, johon Nenäpäivän tehtäviä on nivottu osaksi toteutusta. Viestintätaidoissa he laativat muun muassa tiedotteita ja artikkeleita tapahtumien pohjalta. Lisäksi Ylen tapahtumakoordinaattori painottaa ja kouluttaa yksityiskohtaisestikin viestimään median kanssa. Opiskelijoille suoraan viestintäalan ammattilaiselta tuleva palaute uppoaa yleensä hyvin voimakkaasti. Esimerkiksi oikean toimittajan palautteet siitä, miten puhelinkeskustelua on käyty tai millaisia sähköpostiviestit ovat olleet, jäävät paljon voimakkaammin mieleen kuin teoritunnilla opiskellut ohjeet.

Ryhmytyöskentelyssä on tavoitteena ottaa haltuun erilaisia tuottajan työssä vastaan tulevia rooleja. Jonkun on oltava esimerkiksi ryhmän projektipäällikkö ja toisen tiedottaja, vaikka rooleja voidaanankin vaihdella. Ryhmissä pyritään ottamaan haltuun mahdollisimman selkeä vastuualue. Olen pyrkinyt myös esittämään opiskelijoille, etteivät he hakeutuisi ryhmissä omille mukavuusalueilleen vaan pikemminkin pyrkisivät toimimaan heille hieman vieraammassa roolissa. Esimerkiksi hyvät it-taidot omaavat ei toimisikaan ryhmässä tällä tonilla, vaan hakeutusi tehtävään, jossa kasvun mahdollisuuksia olisi enemmän.

Projekti, jossa on selkeät tavoitteet sekä sisällöllisessä että taloudellisessa mielessä, opettavat yrittäjyyteen tai ainakin yrittäjämäiseen ajatteluun. Ajankäytöstä ja sen suunnittelusta on otettava vastuu itse tai sovittava ryhmässä, miten seuranta hoidetaan. Tähän liittyy esimerkiksi työaikakirjanpidon harjoittelu. Lehtori ei juuri puutu työhön, elleivät opiskelijat itse tee aloitetta.

Hienoja tilanteita on tullut vastaan opiskelijoiden rohkeuden kautta. Erään toritapahtuman yhteydessä Ylen tuottaja kielsi opiskelijoita tuottamasta paikalle esiintymislavaa, koska ei uskonut sen toimivan tilaisuudessa tai tuovan lisäarvoa tilaisuuteen. Kannustin opiskelijoita kuitenkin toimimaan oman intuiotensa perusteella ja härkäpäisesti toteutettu lopputulos oli onnistunut ja toi kyseiselle tapahtumalle uuden tulevaisuudessakin jatkuvan osa-alueen. Myös yhteistyökumppaneiden hankinta vaikuttaa aluksi usein ongelmalliselta, mutta sinnikkyydellä ja luottavaisella innolla on saatu solmittua näyttäviäkin sopimuksia.

Esimerkkejä toteutuneista projekteista

Toteutettuja tapahtumia on ollut laidasta laitaan: Opiskelijat ovat olleet mukana muun muassa Turku Fashion -muotitapahtumassa, assistentteina Robinin konsertissa Turun kauppatorilla Wiklundin katolla (<https://www.youtube.com/watch?v=9h4FcpzCAEI>), toteuttamassa kummituskierrosta Kakolaan ja tekemässä Lounasdisco-tapahtumaa perintäyhtiö Lindorffin tilauksesta.

Robin on ollut toisenkin kerran mukana, hän oli Caribian kylpylässä järjestetyn tapahtuman pääesiintyjä. Tapahtumien toimeksiantajina ovat toimineet esimerkiksi paikalliset ostoskeskukset Hansa ja Skanssi, ammattiliitto Pam sekä Turun ja Kaarinan seurakuntayhtymä. Myös lastentapahtumia, klubi-konsertteja, kirkkokonsertteja ja vanhuksille suunnattuja tilaisuuksia on järjestetty. TPS:n jääkiekko-otteluunkin eräs opiskelijaryhmä toteutti väliaika-ohjelman julkishaasteineen. Sisältöjä on siis ollut moneen makuun.

Osa tuotannoista on päässyt viralliseen Nenäpäivälähetykseen Ylen tv-kanavilla, mikä on suuri huomionosoitus ensimmäisen vuosikurssin opiskelijalle. Televisiossa huomioitiin hyvin esimerkiksi 3000 peruukin ketju, jossa opiskelijat



Kuva 4. Nenäpäivästä uutisoitiin sekä Yleisradion verkkosivuilla että Turun Sanomissa.

organisoivat Aurajoen ympäri Tuomikirkkosillan ja Aurasillan välille toisistaan käsistä kiinni pitävän ihmisketjun, jossa kaikilla oli punaiset peruukit päässään.

Projektiryhmissä on pyritty siihen, että tekijöitä olisi kolmesta viiteen henkilöä. Tämä on osoittautunut toimivaksi määräksi: opiskelijat saavat tukea toisiltaan, mutta pääsevät silti tekemään tarpeeksi töitä. Ryhmille on annettu ohjeeksi perustaa yhteinen verkkoalusta, jossa jokainen ryhmä julkaisee viikoittain videoblogin, jossa käsitellään tehtyjä töitä, onnistumisia ja epäonnistumisia sekä seuraavia askeleita. Lehtori(t) ovat myös mukana tällä foorumilla, jonka tarkoituksena on pyrkiä varmistamaan toiminnan eteneminen.

Lähipäiviä, jolloin projektia käsitellään erilaisten projektityöskentelyyn liittyvien muiden töiden lomassa, on noin kahden viikon välein. Lisäksi varaan keskimäärin yhden iltapäivän viikossa hub-työskentelyyn, jolloin opiskelijat tulevat yhdessä paikalle edistääkseen projektia. Itse olen läsnä mahdollisten ongelmakohtien selvittämisen apuna, vaikka ohjattua opetusta tai työskentelyä ei olekaan. Nämä hub-pajat ovat osoittautuneet toimiviksi.

Oppimisympäristön haasteista

Kolmen toteutusvuoden jälkeen kokemuksia on kertynyt runsaasti, ja kahden ensimmäisen kerran jälkeen suurin osa puutteista on onnistuttu eliminoidaan. Tällaiseen projektiyhteistyöhön sisältyy kuitenkin aina tietty määrä ennalta-arvaamattomuutta, johon liki mahdotonta varautua.

Kun yhteistyötä toteutettiin ensimmäistä kertaa, pyrimme valitsemaan mahdollisimman suuret ja selkeät sekä myös näyttävät tai ainakin houkutteleva kuulostavat projektit työstettäväksi. Joka vuosi jätämme toimimattomat kokonaisuudet pois ja yritämme löytää uusia taustatahoja tilalle. Nenäpäivä järjestetään marraskuun alussa, ja tapahtuma-aika on lokakuun puolesta välistä marraskuun puoleen väliin. Keväällä pyrin yhdessä Ylen tuottajan kanssa kokoamaan sopivat toimeksiannot opiskelijaryhmille ja olen näiden toimijoiden kanssa yhteydessä sopien raamit toiminnalle.

Nenäpäivätapahtumat nähdään yritys- ja organisaatiokentällä eri tavoin. Joillekin kyse on pienestä imagon kiillottamiseen liittyvästä kampanjoinnista toisten satsatessa suuriakin summia tapahtuman toteuttamiseen. Vaikka käyn tarkasti toimeksiantajien kanssa läpi oppimistavoitteet ja toiminnan opiskelijoiden näkökulmasta, haasteeksi muodostuu usein se, että itsenäistä työtä ja vastuuta ei uskalleta luovuttaa opiskelijaryhmille ja tehtäväksi jää

vain pieniä käytännön toimia. Näiden toimeksiantajien kanssa emme jatka yhteistyöstä, mutta yrityksistä ja tarkoista ennakkoneuvotteluista huolimatta tätä ongelmaa ei ole täysin pystytty poistamaan.

Etenkin kahtena ensimmäisenä vuotena ongelmia esiintyi runsaasti. Haasteet liittyivät kommunikaatioon ja vastuiden sekavuuteen, sillä opiskelijoilla ei ollut täysin kirkasta kuvaa siitä, ovatko he viime kädessä vastuussa toimeksiantajalle, Ylelle vai Humakille. Joissakin tapauksissa aikaa tapahtuman tekemiseen on myös hieman liian vähän. Marraskuun alku, jolloin Nenäpäivä toteutuu, tulee melko pian syyskuun alussa opintonsa aloittaneille, eikä suunnitteluun jää paljoakaan aikaa. Vastaan on tullut tilanteita, joissa opiskelijat ovat suunnitelleet toimintoja ja sisältöjä vain kuullakseen, että taustaorganisaatio onkin jo hoitanut asian toisella tavalla.

Luonnollisesti projektitiimeilläkin esiintyy ongelmia. Ryhmät muodostetaan lähes täysin sattumanvaraisesti, eivätkä opiskelijat vielä aluksi tunne toisiaan. Ryhmät käyvät läpi nopeassa tahdissa kaikki ryhmätoiminnan kehitysvaiheet, ja joskus joidenkin henkilöiden on ollut parempi vaihtaa ryhmää, jotta toiminta säilyisi kaikille mielekkäänä. Tällaisia asioita käsitellään avoimesti, ja myös ne pyritään kääntämään oppimiskokemuksiksi.

Oppilaitosten välistä yhteistyötä

Vuonna 2014 aloitimme yhteistyön Paasikivi-opiston media-assistenttiopiskelijoiden kanssa. Paasikivi-opisto on monialainen kansanopisto, joka on erikoistunut visuaalisen kulttuurin ja viestinnän aloille). Yhteistyö tuntui luontevalta, sillä media-assistenteilla on tapahtumatuotannon opintokokous syksyisin, ja myös he pyrkivät tekemään oikeita projekteja työelämässä. Tämä yhteistyö on tuonut uusia mahdollisuuksia esimerkiksi mediaosaamisen alueelta. Myös monialaisuus ryhmissä on työelämälähtöinen malli, johon on tällaisen työskentelyn kautta pakko asennoitua rakentavasti.

Haasteita tämän yhteistyön kautta on tullut lähinnä aikataulujen yhteensovittamisessa sekä media-assistenttiopiskelijoiden selkeästi heikomman motivaation kautta. Tulevaisuudessa yhteistyön jatkuminen on vielä epävarmaa kuten myös se, tulemmeko tulevina vuosina kokeilemaan uusia projektioppimisympäristöjä Nenäpäivätapahtumien sijaan.

Kotkanpoikien lento

Kotkanpoikasten projekti toteutuu ja huipentuu varsinaiseen Nenäpäivään. Tapahtumat sijoittuvat pääsääntöisesti marraskuun ensimmäiselle viikolle. Tavoitteena on kaikkien opiskelijoiden vierailu tai osallistuminen muiden projektiryhmien järjestämiin tapahtumiin. Tapahtumien jälkeen on jäljellä vielä purkupalaveri(t) sekä raportointi.

Palautteiden perusteella oppimiskokemukset ovat vaihdelleet paljon, mikä on johtunut ryhmän toimeksiannon vaatimustasosta ja opiskelijoiden omista osaamistasoista. Usein raportoinnissa näkyy se, että nuori opiskelija ei osaa nähdä epäonnistuneita kokemuksia omaa osaamista rikastuttavana vaiheena. Kuitenkin: lentotaitoa on harjoiteltu ja siipien kantavuutta testattu. Ensimmäisen vuoden hieman kaoottisesta toteutuksesta on päästy eteenpäin, ja kaiken kaikkiaan Nenäpäiväprojektit ovat olleet myös lehtorille hyvin opettavainen kokemus.

Nina Luostarinen

Leikki ja mielikuvittelu innostuksen ja aikaansaannosten mahdollistajana

Ihminen on melko huono eläin. Ihminen ei kuule, haista tai näe kovin hyvin verrattuna moneen muuhun eläimeen. Ja kovin hidas ja kömpelö eläin ihminen usein on, ainakin ilman hillitöntä harjoittelua. Eikä ihmisellä ole mitään hienoja taitoja, kuten lepakon kaikuluotausta, kameleontin kykyä piiloutua väriä vaihtamalla, vesimittarin kepeyttä kävellä veden päällä – tai karpäsen katossa. Eikä ole siipiä, joilla nousta maiseman – ja ongelmien – ylle liitelemään. Ei edes häntää, jolla ilmaista tunteita, ottaa tukea tai heilahtaa kepeästi oksalta toiselle. Kateeksi käy, te eläimet.

Mitä ihmisellä sitten on? Ihmisellä on yksi ainutlaatuinen lahja. Kyky mielikuvitella ja leikkiä. Ja on mielikuvittelun, tämän ainoan tosilahjamme kohtuutonta haaskausta, jos sitä käytetään ainoastaan murehtimiseen ja worst-case-scenarioiden luomiseen. Loistavan tulevaisuuden voi toteuttaa vain mielikuvittelemalla sen. Tässä artikkelissa tarkastelen mielikuvittelun potentiaalia tulevaisuuden ennakoitvälineenä ja leikin roolia innovaatio-työkäluuna sekä esittelen lopussa esimerkkejä Humakin kulttuurituotannon hankkeissa innostamisen aikaansannoksia.

Kuten Medeia Majavesi (2010) havainnollistaa, toimiva ja tehokas ennakoitjärjestelmä muodostuu tiedontuottamisen ja hallinnan prosessista, joka koostuu tiedon lisäksi innovatiivisuudesta, strategisesta arvottamisesta sekä proaktiivisesta tulevaisuuden tekemisestä. Proaktiivisuus on tietoista valmiutta ja uskoa siihen, että tulevaisuus ei ole ennalta määrätty, vaan siihen voi omilla valinnoillaan vaikuttaa. Ennakoitityön keskeisenä lähtökohtana on tulevaisuuden tutkimusmenetelmillä hankittu tieto, tulevaisuustieto. Majaveden mukaan tiedon tuottaminen voidaan kuvata nelivaiheisena prosessina tai portaina, joiden säännöllinen toisto tekee ennakoitityöstä osallistavaa. Keskeisenä hän pitää sitä, että tietoon lisätään luova ajattelu ja mielikuvitus. Ei siis riitä, että pohditaan, miten asiat todennäköisesti tulevaisuudessa ovat, vaan on kuviteltava myös, kuinka ne voisivat olla.

Mielikuvituksella ja yhdessä kuvittelemalla on siis keskeinen rooli siinä, minkälaiseksi tulevaisuutemme rakennamme. Ihminen näyttää Anita Rubinin (2010) tutkimustenkin mukaan rakentavan tavoitteensa analysoimalla



Kuva 5. Tiedosta toimintaan. Mukailten Majavesi 2010, 2.

parhaansa mukaan sitä, millaiseksi hän tulevaisuuden kokee tai näkee sen tietämyksen, mielikuvituksen ja opitun logiikan pohjalta, joka hänellä on.

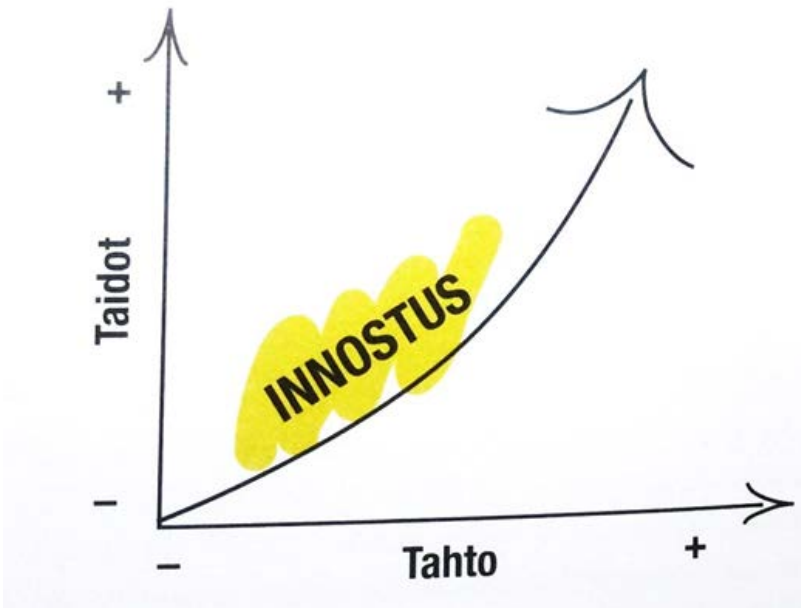
Kuinka tätä kykyä mielikuvitella voisi hyvällä tavalla ruokkia ja pitää yllä? Antamalla aikuisellekin mahdollisuuden leikkiin.

Myös Frank Martela esittelee teoksessaan *Valonöörit – sisäisen motivaation käsikirja* (2015) ajatuksen siitä, että ihminen ei parhaimmillaan olekaan passiivinen ympäristöönsä reagoija vaan aktiivinen oman elämänsä suunnannäyttäjä. Valonööriksi Martela määrittelee ihmisen, jolla on sekä vahva elämänhallinta että vahva elämänarvostus. Tällaisella henkilöllä sisäinen motivaatio kumpuaa henkilön sisältä. Tekeminen itsessään innostaa, ja sitä olisi valmis tekemään riippumatta mistään ulkoisista palkkioista tai rangaistuksista. Osuva esimerkki Martelan mukaan tästä on lasten leikki mutta myös monet aikuisten harrastukset ja monet työtehtävät täyttävät kriteerit.

Jussi Konttinen (2015) pohti Helsingin Sanomien artikkelissaan, kuinka hämmästyttävän moni lastenkasvatuskirjallisuudessa esitetty neuvo soveltuu myös aikuisten väliseen viestintään. Hän toteaa, että elämän tie ei olisi ehkä yhtä kuoppainen, jos muistaisimme paremmin toistemme sisällä asuvaa pientä lasta. Moni lastenkasvatusoppaiden ohje toimii, kun korvaa oppaassa olevan sanan lapsi sanalla aikuinen. Kaikki on pitkälti kyse kahdesta asiasta: huomion antamisesta toiselle ja leikistä. Konttisen artikkelissaan haastattelema filosofi Juha Varto kertoo, että suuret keksinnöt syntyvät usein leikkien. Kun työ muistuttaa leikkiä, tekijä nauttii sen tekemisestä ja työ kantaa hedelmää. Leikin pääasiallisena tavoitteena ei voi kuitenkaan olla hyöty, sillä se tappaa leikin. Varton mukaan ihmisen älykkyys tulee parhaiten esiin leikkimisessä. ”Jos ihminen ei leiki, hän kuolee pystyyn”, Varto toteaa.

Myös Pauli Aalto-Setälä ja Mikael Saarinen todistavat monin esimerkein kirjassaan *Myötämanipuloinnin aakkoset* (2014), että jopa ihmisten perushavainnot ovat riippuvaisia mielialasta: innostuneessa mielentilassa näemme enemmän myönteisiä asioita ympärillämme ja näkökenttämme on laajempi kuin ahdistuneena. Havaintokyvyn lisäksi myös monet muut kognitiiviset toiminnot, kuten looginen rationaalisuus ja muisti, toimivat tarkemmin.

Jopa hermoston toiminnassa on todettu tapahtuvat muutoksia silloin, kun ihminen kokee itsensä tyytyväiseksi.



Kuva 6. Taidon ja tahdon liitto innostuksen luomisessa. Aalto-Setälä & Saarinen (2014), 132.

Leikkikulttuuria tutkiva Katriina Heljakka Turun yliopistosta kertoo Jaana Mattilan artikkelissa Turun Sanomissa (2015), että teknologia ja sosiaalinen media ovat tuoneet leikkiin uusia mahdollisuuksia. Aikuisten leikkiin kuuluu nykyisin usein valokuvaaminen ja valokuvan jakaminen muiden samanhenkisten kanssa. Näkyvyys lisää halukkuutta heittäytyä leikkiin mukaan. Kun kuva tai video jaetaan netissä, siitä tulee leikkiinkutsu muille, Heljakka selittää. Suosittuja ovat esimerkiksi Blythe-nuket, joita kuljetetaan ympäri maailmaa, lavastetaan eri tilanteisiin, valokuvataan ja jaetaan kuvat. Heljakka kertoo, että tässä ajassa on tilausta sille, että halutaan esineitä, jotka ovat jollain tavalla leikkisiä. Kulttuurista on tullut osallistavaa, ja teknologia muuttuu yhä enemmän siihen suuntaan, että se mahdollistaa leikkimisen. Ihmisellä on perustarve leikkiliseen toimintaan, ja Heljakka kutsuu sitä leikkivietiksi. Leikkiminen sallii mielikuvituksen käytön, itseilmaisun, pelleilyn ja hyödyttömältä vaikuttavan iloittelun. Leikissä kuitenkin testataan, koetellaan omia tunteja, ajatuksia ja ideoita.

Samassa artikkelissa Työterveyslaitoksen aivotutkimuksen tutkimusprofessori Minna Huotilainen suosittelee, että leikkimielisyyttä lisättäisiin erityisesti työelämään. Leikkiminen on tutkimusten mukaan hyvin hyödyllistä, etenkin jos tekee ongelmaratkaisutyötä. ”Nykyaikainen työ on luonteeltaan sellaista, että yhdellä oivalluksella voi säästää vaikka kahden viikon työn. Pitäisi uskaltaa kokeilla enemmän ja tehdä erilaisia ratkaisuja”, Huotilainen kehottaa.

Millaisia leikkisyyden ja innostuksen kokeiluja voi toteuttaa Humakin hankkeissa ja mitä niillä voi saada aikaiseksi? Humakin kulttuurituotannon hankkeissa rohkeilla kokeiluilla alkaa olla jo vakuuttava traditio. Seuraavaksi muutama esimerkki onnistuneista ja tuloksellisista leikkiinkutsuista.

EAKR-rahoitteisessa Luova tila -hankkeessa (2010–2013) tavoitteena oli kehittää kolme luovaa tilaa, Hämeenlinnan Wetterhoff-korttelia, Porvoon taidetehdasta sekä Turun Logomoa. Erityisesti kehittämisen kohteena ovat olleet näiden eri puolilla Suomea sijaitsevien tilojen toimintamallit. Niiden ohella hankkeessa kehitettiin myös yritysten verkostoitumista osin tiloihin, etenkin Logomoon nivelyten, mutta myös laajemmin. Alueelliseen verkostoitumistilaisuuteen kutsuttiin veturiyrityksiä sekä näiden kanssa toimimisesta kiinnostuneista pienempiä yrityksiä. Tilaisuuteen osallistui 44 luovan alan ammattilaista sekä viisi veturiyritystä. Tilaisuuden alussa veturiyritykset esittelivät itsensä sekä tarpeensa alihankintaverkostojensa kasvattamisen suhteen – ja sijoittivat yritystään kuvaavan Brio-veturin tiloissa kierteleville, yli 20 metriä pitkille puukiskoille.

Tämän jälkeen kukin luovan alan osaaja sai kertoa lyhyesti taidoistaan, minä jälkeen hän valitsi unelmien veturiyrityksen, jonka kanssa haluaisi jatkossa työskennellä. Unelmien yritys merkittiin sijoittamalla omaa yritystä kuvaava vaunu valitun veturin perään. Tilaisuus sai runsaasti positiivista palautetta osallistujilta ja johti aitoon yhteistyöhön, jota on kestänyt näihin päiviin saakka. Tutuilla leikkielementeillä tehty tunnelman jäänmurto johti tulokselliseen verkostoyöhön.

Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamassa Vetovoimaa kulttuurikeskukseen -hankkeen (2014–2015) tavoitteena oli tarjota kulttuurilaitoksille konkreettista tietoa ei-kävijöiden osallistamisesta sekä tuottaa pilotoinnin, erilaisen kokeilujen ja tutkimuksen kautta tietoa toimivista osallistamistoimista ja ei-kävijöiden aktivoinnista. Yhtenä tällaisena kokeiluna toimi Afo-pub. Afo-pub oli itähelsinkiläisissä pubeissa pidettävä luovan kirjoittamisen ilta, jonka aikana pubien asiakkailta oli mahdollisuus kirjoittaa aforismeja oluttuoppien alustoihin. Afo-pubin perimmäisenä ajatuksena oli viedä kulttuuria niin sanottujen ei-kävijöiden luokse. Tekijät halusivat samalla taltioida pubeista ehkä katoamassa olevaa kansankulttuuria ja murtaa ennakkoluuloja pubeista epäonnistuneiden ihmisten juottoloina. Afo-pub illat olivat menestys. Aforismeja – joiden syvällisyys hämmästytti vetäjiä - syntyi kymmenittäin, ja

tunnelma oli katossa. Kirjoittajille annettu mahdollisuus roolileikkiin osoit-
tautui siis toimivaksi.

Mätäsmetis (hankenimeltään Avohakkuista kaskenpolttajiksi – luovat alat
väylänä uudenlaiselle metsäliiketoiminnalle) oli ESR-rahoitteinen hanke
(2014), jossa yhdistettiin suomalaisia luonto-, matkailu- ja kulttuurialoja ja
etsittiin sitä kautta uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Mätäsmetis tarjosi
erilaisia, pelillisiä luontoelämyksiä sekä kehitti suomalaisten retkeilyaluei-
den palveluita ja tunnettuutta. Hankkeen pilottialueina olivat Metsähalli-
tuksen Evon, Kylmäluoman sekä Napapiirin retkeilyalueet. Mätäsmetis oli
myös valokuvakilpailu, joka haastoi luonnossa liikkujia luomaan uudenlaisia
tulkintoja suomalaisesta luontoaiheisesta kuvataiteen, kirjallisuuden tai ta-
rinaperinnön teoksesta. Tulkinnat luotiin Mätäsmetis-ideakorttien avulla,
jotka olivat saatavilla kohdealueiden luontokeskuksissa sekä mätäsmetis.fi
-verkkosivuilla. Hankkeen päätyttyä luontokeskuksille lähetetyn kyselyn pe-
rusteella kortit sopsisivat osaksi luontokeskusten vakituista valikoimaa, koska
ne antavat uutta näkökulmaa ja tekemistä metsissä.

Korteissa oli selkeä ihmisen luontaiseen leikkisyyteen ja omakohtaistami-
seen vetoava toiminnallinen idea, joka oli rakenteeltaan hyvin yksinkertai-
nen. Siksi se sopii monen ikäisille tekijöille ja monenlaisiin tarkoituksiin –
tehtävän monikerroksisuutta voi lisätä oman mielensä mukaan, ja sen voi
toteuttaa hetken improvisaationa sen suurempaa symboliikkaa syleilemättä.
Kortteja voi soveltaa pedagogisesti monenlaisiin tarpeisiin – niillä voi pereh-
dyttää lapsia ja nuoria kuvataiteeseen, kirjallisuuteen ja tarinaperintöön toi-
minnallisella ja leikkisällä tavalla. Niiden avulla voi myös tuoda uusia sisäl-
töjä luontoretkeilyyn. Niitä voi hyödyntää suomalaisen kulttuurin ja luonnon
avaamiseksi turisteille ja ei-syntyperäisille suomalaisille. Kortit sopivat erin-
omaisesti myös hyvinvointitoiminnan ja kuntoutuksen tueksi – niiden avulla
voidaan rakentaa teemapäiviä, joissa työyhteisöt voivat päästää luovuutensa
valloilleen ja kuntoilla leikillisyyden varjolla. Hanke myös innoitti toimijoita
yhdistämään luontoa ja kulttuuria omilla tavoillaan tai hyödyntämään yh-
dessä tekemisen voimaa: Metsähallitus alkoi työpajoissa esiin nousseiden
toiveiden pohjalta suunnitella yhteistä vuotuista tapaamista retkeilyalueiden
yrittäjien kanssa.

Seuraavana askeleena kokeiluissa on Central Baltic -rahoitteinen Lights on!
-hanke (2015–2018). Hankkeessa on mukana kahdeksan muinaista vallan
linnaketta. Virossa kohteita on neljä ja Suomessa neljä (Kuusiston linnan-
rauniot, Raaseporin linna, Rapola ja Vallisaari). Kaikki kohteet ovat vasta hil-
jattain alkaneet kehittyä matkailukohteina tai ovat juuri avautumassa mat-
kailulle. Hankkeen tavoitteena on kehittää näille vallan linnakkeille yhteinen
historiallisten matkailukohteiden kokonaisuus pelillistämällä, osallistamalla
ja kävijöitä leikkiin kutsumalla. Nähtäväksi jää, mitä innostavaa tästä vielä
syntyy!

Ihmisen ainoa todellista lahjaa, mielikuvittelun taitoa, kannattaa siis käyttää ja innostaa ja kutsua myös muita leikkiin mukaan. Se on tuloksellista, ja se mahdollistaa niitä paljon kaivattuja tuottavuusloikkia. Ja se on iloisen tarttuvaa ja mahdollottoman mukavaa.

Lähteet:

Aalto-Setälä, Pauli & Saarinen, Mikael (2014): *Innostus: myötämänipuloimnin aakkoset*. Helsinki: Talentum, 2014.

Konttinen, Jussi (2015): Muista antaa aikaa aikuiselle. Lastenkasvatuksen periaatteet pätevät hyvin myös aikuisen kanssa toimimiseen. Ikä ei juuri vaikuta ihmisen tunne-elämään. *Helsingin Sanomat*. Viikon lopuksi palsta, s. C13. 24.5.2015. SanomaWSOY. Helsinki.

Majavesi, Medeia (2010): *Ennakointimenetelmiä*. Pilkahdus-ennakointipalvelun tietopankki. http://www.pilkahdus.fi/sites/default/files/51_ennakointimenetelmia.pdf viitattu 1.9.2015

Martela, Frank (2015): *Valonöörit. Sisäisen motivaation opaskirja*. Gummerus. Juva.

Mattila, Jaana (2015): Aikuisten nuket elävät unelmaa. Artikkelit *Turun Sanomien Extra -liitteessä* 4.7.2015. Sivut 12-13. Turun Sanomat, Turku.

Rubin, Anita (2010): *Muuttuvan ajan haasteet*. Mihin tulevaisuudentutkimuksen opetuksessa tulisi kiinnittää huomiota? TVA-julkaisuja 1/2010. Tulevaisuudentutkimuksen verkostoakatemia. <http://www.utu.fi/fi/yksikot/tva/tutkimus/julkaisut/Documents/TVA-sarja-2010-1.pdf> viitattu 1.9.2010

Tuottajan ammattitaidolle on kysyntää entistä laajemmalla kentällä. Kirja antaa poikkileikkauksen kulttuurituotannon koulutuksen ja kehittämistyön ajankohtaisista teemoista ja kysymyksenasetteluista opetushenkilöstön näkökulmasta.

Artikkelit on koottu neljän teeman alle: kulttuurituottajat työelämässä, saavutettavuus ja soveltava taide, digitalisaatio ja luovan talouden murros sekä kulttuurituottajien koulutus.

Kirja antaa käsityksen Humanistisen ammattikorkeakoulun (Humak) kulttuurituottajakoulutuksesta ja tuottajien roolista luovalla kentällä. Se on suunnattu niin tuottajia kouluttaville opetusalan ammattilaisille, yhteistyökumppaneille kuin alasta kiinnostuneille opiskelijoillekin.



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

