

PELILLISIÄ KOKEILUJA JA MALLEJA NUORTEN TYÖLLISTYMISEEN JA OSALLISUUDEN EDISTÄMISEEN ETELÄ-SAVOSSA

Niko Arola (toim.)



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

Niko Arola (toim.)

PELILLISIÄ KOKEILUJA JA MALLEJA NUORTEN TYÖLLISTYMISEEN JA OSALLISUUDEN EDISTÄMISEEN ETELÄ-SAVOSSA



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Pienyrityskeskus

XAMK KEHITTÄÄ 41

KAAKKOIS-SUOMEN AMMATTIKORKEAKOULU
MIKKELI 2018

© Tekijät ja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

Kannen kuva: Timo Silonsaari

Taitto- ja paino: Grano Oy

ISBN: 978-952-344-083-8 (PDF)

ISSN 2489-3102 (verkkójulkaisu)

julkaisut@xamk.fi

ESIPUHE

Tämä julkaisu on laadittu osana GAME ON – Nuorten työllistymistä uudenalaisista digitaalisista kokeiluista -hanketta. Sen päätavoitteena oli 15–29-vuotiaiden eteläsavolaisten nuorten työllistyminen. Tähän tavoitteeseen linkittyivät myös hankkeen muut tavoitteet, kuten nuorten osallisuuden, yhteiskuntaan kiinnittymisen ja kohderyhmän arjen hallinnan sekä kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin tukeminen. Keinot nuorten työllisyyden tukemiseen kytkeytyivät pelillisiin ja digitaalisiin kokeiluihin yritysrajaminnoilla sekä nuorten omaehtoisuuden ja aktiivisuuden tukemiseen. Kehittämälustana toimi virtuaalinen karttapohjainen toimintaympäristö, jossa näitä uudenalaisia nuorten työllisyyteen ja aktivointiin liittyviä kokeiluja toteutettiin. Julkaisun ensisijaisena tavoitteena on esitellä ja levittää tietoa hankkeen tuloksena syntyneestä nuorten työllistymistä edistävästä ja tukevasta JobHunt-työllistymismallista sekä nuorten aktivointiin, osallisuuteen ja työllistymiseen liittyvistä kokeiluista.

Projektipäällikkönä ja julkaisun toimittajana haluan kiittää GAME ON -hankkeen ohjausryhmää ja muita keskeisiä yhteistyökumppaneita aktiivisuudesta ja kannustavasta palautteesta sekä ideoista hankkeen toteutuksessa ja julkaisun laatimisessa. Ohjausryhmän toiminta on tukenut erinomaisesti hankkeen verkostomaista toimintatapaa.

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Pienyrityskeskus toteutti GAME ON-hankkeen 1.1.2016–31.5.2018 ja se sai rahoitusta Euroopan sosiaalirahastolta Etelä-Savon Ely-keskuksen kautta. Perustietoa hankkeesta löytyy sivulta www.xamk.fi/gameon.

Niko Arola, VTM, projektipäällikkö

LUKIJALLE

Kokeilukulttuuri, pelillistäminen ja digitalisaatio ovat yhä merkittävämmässä osassa nuorten työllistymisessä ja aktivoinnissa sekä osallisuuden lisäämisessä erityisesti kehittämishankkeissa. Tämä julkaisu tarjoaa yhden näkökulman ja ideoita nuorten työllistymiseen ja aktivointiin jatkokehittämisen tueksi. Se on tarkoitettu asiantuntijoille, opettajille ja nuorten kanssa toimiville, jotka pohtivat, millaisia keinoja voisi hyödyntää nuorten aktivoinnissa, osallisuuden lisäämisessä sekä työllistämisessä. Julkaisussa esitellään muutamia kokeiluja Etelä-Savosta näihin teemoihin liittyen. Osa artikkeleista on käytännönläheisiä ja osa perustuu enemmän teoriaan, koska nuorten työllistyminenkin on niin monitahoinen kysymys. Julkaisu on toteutettu osana GAME ON – Nuorten työllistymistä uudenaikaisista digitaalisista kokeiluista -hanketta.

Tässä julkaisussa tutustutaan virtuaalisessa karttapohjaisessa sovelluksessa toteutettuihin nuorten työllistymistä ja osallisuutta tukeviin kokeiluihin. Kohderymänä on työelämän ja koulutuksen ulkopuolella ja syrjäytymisvaarassa olevien nuorten lisäksi muutkin Etelä-Savon alle 30-vuotiaat nuoret ja opiskelijat.

Yrittäjyys on merkittävä väylä työllistyä peleistä ja digitaalisista ratkaisuista kiinnostuneille nuorille, mikä näkyy hankkeen nuorille suunnatuissa toimenpiteissä ja tapahtumissa. Yhteistyö ja verkostomainen työskentely on ollut keskeisessä roolissa hankkeen toimenpiteissä. Osoituksena tästä ovat laajalle osaamispohjalle rakennettu ohjausryhmä ja hedelmällinen yhteistyö Ohjaamo Olkkarin ja sisarhankkeena ESR-rahoituksella käynnistyneen Digilä Duuniin! Digitaaliset palvelut Nuorten työllisyyspalveluissa -hankkeen kanssa, jossa päätoteuttajana on Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Nuorisolan tutkimus- ja kehittämiskeskus Juvenia.

Yhtenä innoittajana ja lähtökohtana hankkeen toteutuksessa oli Mikkelin Digitaalinen kaupunkiseikkailu, joka kuului myös olennaisena osana hankkeen toimenpiteisiin. Tästä syystä onkin luontevaa, että julkaisussa lähdetään liikkeelle siitä, miten Digitaalinen kaupunkiseikkailu on lisännyt nuorten osallisuutta. Ensimmäisestä artikkelista saa myös käsityksen, mistä digitaalisessa alustassa ja pelissä on kysymys. Samaa alustaa ja sovellusta hyödynnetään myös useimmissa muissa hankkeen kokeiluissa. Ensimmäisen artikkelin on laatinut yhteisöpedagogi (AMK), hankekoordinaattori ja yrittäjä Saara Vauhkonen, ja se perustuu hänen GAME ON -hankkeelle laatimaansa ylempään ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyöhön.

Toisessa kappaleessa tutustutaan JobHunt työllistymismalliin ja siitä saatuihin kokemuksiin ja palautteeseen. Case-kuvaus JobHuntista on julkaisun laajin artikkeli, jossa kuvataan

työllistymismallia mahdollisimman seikkaperäisesti, jotta mallia ja sen parhaita käytäntöjä voitaisiin tehokkaammin hyödyntää muilla paikkakunnilla sekä kampuksilla. JobHunt-työllistymismallissa yhdistyy yhteistyö hankkeen, oppilaitosten ja yritysten välillä. Artikkelin on laatinut GAME ON -hankkeen projektipäällikkö VTM Niko Arola. JobHunt-työllistymismallin esittelyä täydentää erillinen artikkeli, jossa perehdytään siinä käytettyyn karttapohjaiseen X-Routes-sovellukseen ja X-Design-pelien suunnittelutyökaluun, joita hyödynnettiin ja kehitettiin laajasti hankkeessa toteutetuissa kokeiluissa. Lisäksi artikkelissa esitellään sovelluksesta saatua palautetta. Tähän teemaan meidät johdattaa hankkeen TKI-asiantuntija LUK, informaatikko Olavi Nieminen.

Neljäs artikkeli esittelee Mäntyharjussa toteutettua Mäntyharju Race -seikkailupeliä, joka toteutettiin pitkäkestoisena, eikä rasteille tarvittu henkilöresursseja. Huomionarvoista on myös se, että onnistuneen juonen ja toteutuksen takana olivat opiskelijajarjoittelijat Observis Oy:ltä. Tähän käytännönläheiseen artikkeliin on koottu myös kattavasti listausta palautteista ja kehittämiskohteista peliin liittyen. Kokeilun toteutuksesta ja tulosten keräämisestä ovat vastanneet Maija Jormanainen Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulusta, Heini Rahikainen Lappeenrannan teknillisestä korkeakoulusta ja Teemu Vitikainen Jyväskylän yliopistosta.

Viidennessä artikkelissa tutustutaan hankkeiden väliseen yhteistyöhön Job Game Jam -pelinkehitystapahtuman ja Nuorten kesätyöprojektin eli kesätiedottajatiimin kokemusten pohjalta. Siinä pääpaino on hankkeiden ja eri toimijoiden välisen yhteistyön mahdollisuuksilla. Artikkelin on laatinut Digillä Duuniin -hankkeen projektipäällikkö, KM, opinto-ohjaaja Sanna Lappalainen. Ennen yhteenvedoa tutustutaan siihen, miten peleillä voidaan luoda hyvinvointia. Siinä huomioidaan myös, millä tavalla nuoria sitoutetaan toimintaan. Artikkelin on kirjoittanut sosionomi (AMK), Ohjaamo Olkkarin ohjaaja ja projektityöntekijä sosiaalisen kuntoutuksen valtakunnallisessa kehittämishankkeessa sekä ohjausryhmän jäsen Taneli Selin.

Julkaisun loppuun on koottu yhteenvedo JobHunt-työllistymismallista ja siihen liittyvistä suosituksista, huomioista ja ideoista. Loppuun on liitetty myös listaus JobHunt-työllistymismalliin osallistuneista yrityksistä vuosilta 2017 ja 2018.

Niko Arola, VTM, projektipäällikkö

Mikkeli 1.5.2018

KIRJOITTAJAT

NIKO AROLA, VTM, Projektipäällikkö (GAME ON – Nuorten työllistymistä uudenaikaisista digitaalisista kokeiluista -hanke)
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Pienyrityskeskus

MAIJA JORMANAINEN, opiskelija, harjoittelija Observis Oy
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

SANNA LAPPALAINEN, KM, opinto-ohjaaja, projektipäällikkö (Digillä Duuniin! – Digitaaliset sovellukset nuorten työllisyyspalveluissa -hanke)
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Nuorisolan tutkimus- ja kehittämisskeskus Juvenia

OLAVI NIEMINEN, LUK, informaatikko, TKI-asiantuntija
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu, Pienyrityskeskus

HEINI RAHIKAINEN, opiskelija, harjoittelija Observis Oy
Lappeenrannan teknillinen yliopisto

TANELI SELIN, Sosionomi (AMK), Ohjaamo Olkkarin ohjaaja, projektityöntekijä
Essote (Etelä-Savon sosiaali- ja terveystyöpalvelut)

SAARA VAUHKONEN, Yhteisöpedagogi (AMK), hankekoordinaattori, yrittäjä
Etelä-Savon Yrittäjät

TEEMU VITIKAINEN, opiskelija, harjoittelija Observis
Jyväskylän yliopisto

SISÄLTÖ

ESIPUHE.....	3
LUKIJALLE.....	4
KIRJOITTAJAT.....	6
SAARA VAUHKONEN Digitaalinen kaupunkiseikkailu osallisuuden tukena.....	8
NIKO AROLA JobHunt - uusi malli nuorten työllistymiseen - kokemuksia kehittämisestä.....	17
OLAVI NIEMINEN X-Routes -seikkailupelin luominen ja käyttö Job Huntissa.....	28
MAIJA JORMANAINEN, HEINI RAHIKAINEN & TEEMU VITIKAINEN Mäntyharju Race -kokeilu.....	34
SANNA LAPPALAINEN Läpsystä vai saattaen vaihtaan? Kokeileva kehittäminen nuorten työllisyyden edistämässä.....	38
TANELI SELIN Hyvinvointia pelejä tekemällä?.....	44
NIKO AROLA Yhteenvetoa JobHunt-työllistymismallista.....	48

DIGITAALINEN KAUPUNKI- SEIKKAILU OSALLISUUDEN TUKENA

Saara Vauhkonen

Tässä artikkelissa tarkastellaan digitaalisen kaupunkiseikkailun tuottamaa osallisuutta sen pelaajille. Artikkelissa käydään läpi myös osallisuutta ja sen eri muotoja sekä digitaalisuutta digitaalista pelaamista sekä niiden tuomia mahdollisuuksia osallistajana. Konkreettisenä esimerkkinä toimii digitaalinen kaupunkiseikkailu. Syksyn 2017 pelin pelaajille toteutettiin kyselytutkimus pelistä. Tutkimus koski noin 120 pelaajaa, vastauksia kyselyyn saatiin 51 kappaletta. Artikkelin pohjautuu samannimiseen valmisteilla olevaan ylempään yhteisöpedagogi -tutkimuksen opinnäytetyöhön.



Kuva 1. Kaupunkiseikkailun päätös (kuva: Saara Vauhkonen).

JOHDANTO

Digitaalisuus on täällä ja nyt, halusimme tai emme. Elämme yhteiskunnassa, jossa tämä teemaa vilahuttaa arkipuheessamme kaiken aikaa. Yhteiskunnassamme on meneillään teollinen murros, missä on suuria rakenteellisia muutoksia käynnissä. Digitalisaatio on osa tätä murrosta sekä omalta osaltaan luomassa puitteita muutosten onnistumiselle. Valtionkonttori (2016) toteaa, ettei digitalisaatio ole ilmiönä uusi, sillä on vain laajemmat vaikutukset kuin on ajateltu. Digitalisaation avulla voimme haastaa olemassa olevia toimintatapoja ja luoda niistä entistä toimivampia ja joustavampia. Suhtautuminen erilaisten sähköisten palveluiden hyödyntämiseen sekä kehittämiseen on osaltaan sukupolvikysymys. Nuoret käyttävät digitalisaation tarjoamia mahdollisuuksia suvereenisti ja oppivat lapsesta saakka olemaan avoimia mutta kriittisiä erilaisia sähköisiä palveluja kohtaan. (Valtionkonttori 2016.)

Osallisuus kuuluu 2000-luvun Suomen suosituimpiin käsitteisiin. ”Osallisuus on osallistumisen mahdollistama tunneperustainen ja yhteenkuuluvuuteen pohjautuva kokemus, jossa ihminen voi vaikuttaa itseään ja ympäristöään koskeviin asioihin ja toimia siinä aktiivisesti ja sitoutuneesti” (Rouvinen-Wilenius 2013.) Osallisuus ja osallistuminen ja niiden edistäminen ovat monien tämän päivän hankkeiden kärkitavoitteita, niin myös digitaalisen kaupunkiseikkailun. Osallisuuden käsitteen ilmaantuminen suomalaisen keskusteluun kytkeytyy vahvasti kansalaistoiminnan edistämiseen. Kuinka osallisuus ja digitaalinen kaupunkiseikkailu ovat sitten vuoropuhelussa keskenään? DKS on alun perin kehitetty ennaltaehkäisemään syrjäytymistä ja lisäämään yhteisöllisyyden kokemusta ja liikuntaa sekä nuorten kansalaisaktiivisuutta.

Digitaalinen kaupunkiseikkailu (DKS) on kaupunkitilaan sijoitettu peli, jota on pelattu syksyisin Mikkelissä vuodesta 2013 lähtien. Pelin tavoitteena on osallistaa nuoria ja nuoria aikuisia sekä paikallisia yrityksiä ja kolmatta sektoria. Tänä päivänä puhutaan paljon matalan kynnyksen osallistumisesta ja monialaisesta yhteistyöstä. Digitaalisessa kaupunkiseikkailussa pyritään toteuttamaan molempia.

Toimin itse syksyjen 2016 ja 2017 seikkailujen tuottajana. Tuottajan näkökulmasta minulla on ollut tietotaito sekä vahva tahtotila tutkia digitaalista kaupunkiseikkailua sekä kehittää sitä palvelemaan yhä enemmän siihen osallistujia. Digitaalisen kaupunkiseikkailun tuottamaa osallisuutta ei ole vielä koskaan tutkittu, joten se on formaatin kehittymisen kannalta oleellinen tutkimuksen kohde.

Tutkin DKS:n aiheuttamaa osallisuutta pelaajien näkökulmasta. Tutkimus toteutettiin syksyn 2017 pelin aikana pelaajilta kyselytutkimuksella. Tutkimuksella saimme arvokasta tietoa, jotta voimme kehittää peliä vielä enemmän osallistavaksi ja kansalaisaktiivisuutta lisääväksi.

TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena syksyn 2017 pelatussa digitaalisessa kaupunkiseikkailussa kyselytutkimuksen avulla. Kyselytutkimus toteutettiin poikittaistutkimuksena. Kyselytutkimuksella pyrittiin selvittämään osallisuuden esiintyvyyttä digitaalisessa kaupunkiseikkailussa. Tutkimuksella pyrittiin saamaan yksityiskohtaista ja intensiivistä tietoa digitaalisesta kaupunkiseikkailusta ja sen tuottamasta osallisuudesta pelaajille. Koska tapaustutkimuksessa on tärkeämpää ymmärtää kokonaisvaltaisesti tutkittava tapaus kuin yleistäminen ja tapaustutkimuksen ominaisena piirteenä on teorian vahva osuus ja tutkijan osallisuus ulkopuolisuuden sijaan, on tapaustutkimus ollut tässä tapauksessa tutkimusmenetelmänä oivallinen.

Tapaustutkimuksella tavoittelen kokonaista ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä, tässä tapauksessa osallisuudesta. Tapaustutkimuksen monipuolisuus ja joustavuus sekä tutkimuksen teorian ja empirian vuoropuhelu keskenään edesauttavat lopputuloksen saavuttamisessa.

Syksyn 2017 pelissä oli yhteensä 172 kirjautumista peliin, näistä noin 15 kappaletta oli testikirjautumisia. Todellisia pelaajia oli noin 150, näistä 32 oli ulkomaalaista. Kysely oli tapahtuman ja pelin Facebook-sivulla, ja se lähetettiin kaikille suomalaisille pelaajille sähköpostiin erillisenä linkkinä, joiden sähköposti oli saatu peliin kirjautuessa. Vastauksia sain 51 kappaletta. Vastaajista yli puolet olivat tyttöjä tai naisia, 95 % mikkeliläisiä ja puolet korkeasti koulutettuja ja työssäkäyviä. 74% vastaajista kertoi harrastavansa säännöllisesti.

DIGITAALINEN KAUPUNKISEIKKAILU

Digitaalinen kaupunkiseikkailu on ihannetilassaan mitä parhain ruohonjuuritason osallistaja. Seikkailu tarvitsee toteutuakseen valtavan määrän sisällön tuottajia sekä itse peliin pelaajia. Nykytilanteessa on otettu valtavia harppauksia vuoden 2013 lähtötilanteesta: rastien sisällöt tuotetaan ainakin osin kolmannen sektorin, oppilaitosten tai yritysten toimesta, tosin vielä voimakkaasti tukien.

Yhteisen seikkailupelin järjestäminen on muuntautumiskelpoinen aihio, joka soveltuu helposti yhteiseksi päämääräksi. Kunkin järjestäjäroolin sisällä voidaan sekoittaa eri toimijoita: työpajojen työntekijöitä, opiskelijoita, yhdistysaktiiveja, työttömiä työnhakijoita tai vaikkapa yritysten työntekijöitä. Kokonaisuuden kannalta ryhmien jäseniä pyritäänkin tarkoituksellisesti sekoittamaan keskenään niin, että ryhmien välillä syntyy aitoa vuorovaikutusta ja uuden kokemista.

Peli on täysin ilmainen ja sitä pelataan älylaitteella, mikä vaatii internetyhteyden. Pelivälineeksi suositellaan pyörää, taskulamppua ja säänmukaisia vaatteita. Peli soveltuu ihan kaikille. 15-vuotiaat ja sitä vanhemmat voivat pelata peliä yksin tai kaveriporukassa, sitä nuoremmille pelaajille suositellaan pelikaveriksi täysi-ikäistä henkilöä.

DKS-peliä on pelattu ensimmäisen kerran vuonna 2013, jolloin peli oli viikon mittainen. Tämä todettiin huonoksi siksi, etteivät pelaajat sitoutuneet peliin koko viikoksi. Vuonna 2014 peli tyypistettiin kolmeen vuorokauteen, ja tämä formaatti toimi jo paremmin. Edelleen ongelmana oli sitoutumattomuus kaikkien arkikiireiden keskellä, niin pelaajilla kuin pelisisällön tuottajilla. Peliformaatti on nykyään 24 tuntia kestävä tapahtumakokonaisuus, joka toteutetaan yhteisöltä yhteisölle periaatteella; pelin tuottamisen näkökulma nostetaan yhtä tärkeäksi kuin itse pelaaminenkin.

Digitaalisen kaupunkiseikkailun tavoitteena on lisätä liikunnallisuutta, lisätä yhteisöllisyyden kokemusta ja vähentää syrjäytymistä tarjoamalla yhteinen kokemus ja päämäärä – seikkailupelin järjestäminen ja pelaaminen. Pelin ideana on luoda kaupunkiin (tai muuhun ympäristöön) erilaisista toiminnallisista rasteista koostuva seikkailu- ja tapahtumakokonaisuus.

DIGITAALISUUS

Kysymys on tiedosta ja datasta, yhteiskuntamme uudesta verenkierrosta, lähes kaikki ympärillämme oleva digitalisoituu (Turkki 2009). Digitalisaatio on myös Sipilän hallituksen keskeisenä teemana ja siten koskettaa jokaista suomalaista merkittävästi. Hallitusohjelman kymmenvuotistavoitteeseen on kirjoitettu: ”Suomi on ottanut tuottavuusloikan julkisissa palveluissa ja yksityisellä sektorilla tarttumalla digitalisaation mahdollisuuksiin ja purkamalla turhaa sääntelyä ja byrokratiaa. Suomen ketterää uudistumista tuetaan luottamukseen, vuorovaikutukseen ja kokeilujen hyödyntämiseen perustuvalla johtamiskulttuurilla” (Sipilä 2015).

Digitaalisessa kaupunkiseikkailussa digitaalisuus on yksi osallistamisen muoto ja toimii enemminkin välineenä. Peli on viety digitaaliselle alustalle ja pelaaminen tapahtuu digitaalisesti. Peli on digitaalisella alustalla, vaikkakin pelaajat toimivat ja osallistuvat itse peliin fyysisesti. DKS yhdistää virtuaalisen pelimaailman todelliseen ympäristöön. Pelaajat voivat seurata toistensa pelaamista ja etenemistä pelissä virtuaalisesti sekä todellisessa ympäristössä.

PELILLISYYS DIGITAALISESSA KAUPUNKISEIKKAILUSSA

Lasten ja nuorten pelaaminen on arkipäivää ja lisääntynyt huomasti viime vuosina. Pelaaminen on osa lasten ja nuorten mediakompetenssia. Monille aikuisille ja vanhemmille digitaalinen pelaaminen on kuitenkin vierasta, mikä aiheuttaa huolta heidän keskuudessaan. Liialliseen pelaamiseen liittyy toki riskejä, joista on hyvä olla tietoinen. On kuitenkin syytä huomioida, että pelaaminen on paljon muutakin. Lasten ja nuorten monialaiset pelikulttuurit sisältävät myönteisiä lapsen kehitystä tukevia piirteitä. Digitaalinen pelaaminen on jatkumoa perinteisemmille kortti-, lauta- ja pihapeleille, se on ajanvietettä, mikä tempaa mukaansa. (Mosaiikki ry 2015.)

Jo 1940-luvulla pelaaminen on ollut merkittävässä osassa tietoteknologian kehitystä. Tutkijat käyttivät pelaamista ohjelmoinnin kehittämisessä ja suorituskyvyn testaamisessa. Sittemmin tietokone- ja videopelit ovat saavuttaneet suuren suosion etenkin lasten ja nuorten harrastuksena. 1980-luvulla, kun kotitietokoneet lisääntyivät, oli pelaaminen niiden ylivoimaisesti suosituin käyttömuoto. Vuosituhannen vaihteessa pelaamisesta on tullut oleellinen osa populaarikulttuuria. Vuorovaikutteiset verkkopelit virtuaalihahmoineen ovat pelimaailman uutuuksia ja tulevaisuutta. (Suoranta ym. 2001, 113).

Pelaamisesta ja peleistä löytyy jännitystä, uusia tavoitteita, haasteita ja usein myös sosiaalisia kontakteja. Internet ja digitaaliset pelit ovat nousseet viime vuosikymmenten aikana merkittäväksi osaksi lasten ja nuorten arkea ja vaikuttaneet olennaisesti heidän kasvuympäristöönsä. Digitaalisten pelien viehäytys on siinä, että niitä voi pelata yhdessä ystävien kanssa, eikä pelaaminen ole aikaan tai paikkaan sidottua. Pelien avulla oppiminen on usein motivoivaa ja taidot karttavat lähes huomaamatta. Digitaalisten pelien pelaaminen edellyttää myös erilaisten roolien omaksumista, yhteistyötaitoja, strategista päätöksentekoa ja usein englannin kielen taitoa. (Mosaiikki ry 2015.)

DKS tarjoaa pelaajilleen haasteita, jännitystä ja uusia sosiaalisia kontakteja. DKS:n viehäytys on kyselyn tulosten mukaan itsensä haastaminen niin älyllisesti kuin fyysisesti sekä pelin yhteinen päämäärän saavuttaminen muiden pelaajien kanssa. DKS mahdollistaa tutustumisen uusiin ihmisiin ja motivoi liikkumaan kaupunkiympäristössä. DKS:ää pidetään myös viihteellisenä vapaa-ajan muotona.

OSALLISUUDEN TUKEMINEN JA SEN ERILAISET NÄKÖKULMAT DIGITAALISESSA KAUPUNKISEIKKAILUSSA

Osallisuuden käsite on tullut Suomessa suosituksi 2000-luvun aikana, ja siihen yhdistyy hyvinkin erilaisia ja toisistaan poikkeavia merkityksiä. Kuvattaessa ihmisten ja yhteisöjen sekä ihmisen ja yhteiskunnan välistä suhdetta käytämme käsitettä osallisuus (Nivala & Ryyänen 2013).

Kiilakoski 2007, 12–14, kirjoittaa osallisuuden olevan sekä yksilöllinen että yhteisöllinen elementti. Yhteisön on oltava sen kaltainen, että osallisuus on mahdollista ja yksilön on koettava itsensä arvokkaaksi. Osallisuus ei ole vain joko yhteiskunnan tai yksilöiden asia, se on sekä-että. Osallisuuden olennaisin piirre on yksilön oma kokemus.

Sosiaalisen osallisuuden käsitettä pidetään syrjäytymisen vastakohtana, mutta sille ei ole vakiintunutta määritelmää. Käsitteenä sosiaalinen osallisuus on laaja sateenvarjokäsite, joka kerää alleen monia erilaisia näkökulmia ja lähestymistapoja. Sosiaalinen osallisuus on yksilön kokemuksellinen tunne. Sen eri näkökulmat ja moniulotteisuus voidaan tiivistä seuraavasti: muuttuva, dynaaminen prosessi,

- torjuu köyhyyttä ja syrjäytymistä,
- mahdollistaa yhteiskuntaan osallistumisen,
- tarjoaa mahdollisuuksia ja voimavaroja,
- edistää taitoja ja kykyjä,
- takaa ihmisarvoisen elämän.

Sosiaalisen osallisuuden kokemuksellista tunnetta ei voida määrätä ulkopuolelta, mutta sitä voidaan edistää. Paras keino osallisuuden kokemuksellisuuden edistämiseksi on osallistuminen. (Leeman, ym. 2015.)

DKS:n kyselyyn vastanneista noin puolet olivat ensikertalaisia ja noin puolet tulivat peliin mukaan omasta halusta. Loput mielenkiinnosta tai ystävän houkuttelemana. Vastaajista reilu 50 % oli sitä mieltä, että pelin pelaaminen on erittäin paljon yhdessä toimimista, loputkin vastaajista, pitivät sitä jonkin verran tai paljon yhdessä toimimisena. 45 % vastaajista yhtyi mielipiteeseen siitä, että pelin yhteinen päämäärä lisää myös yhteenkuuluvuuden tunnetta erittäin paljon. *”Loistava peli jälleen. Vuorokauden aikana naurettiin ja mietittiin yhdessä muiden kanssa ja saatiin onnistumisen fiiliksiä. Pelissä pääsi paikkoihin, joihin yleensä ei pääse ja kokemaan uusia asioita. Odotan jo seuraavan vuoden peliä, toivottavasti sellainen järjestetään.”* Osallisuuden olennaisimman piirteen ollessa yksilön oma kokemus osoittaa tutkimus, että pelaajat kokevat osallisuuden pelatessaan peliä voimakkaaksi.

Osallinen ihminen tuntee itsensä päteväksi ja arvostaa omaa rooliaan yhteisössä. Osallisuudessa yksilölle on annettava mahdollisuus myös toimintaan, tämä tarkoittaa vallan ja vastuun jakamista. Osallinen ihminen kantaa ryhmästään ja toiminnastaan vastuuta. *”Osallisuus on todellisen vastuun kantamista ja saamista oman, toisen ja koko yhteisön toimintakyvystä. Se on sitoutumista toimintaan yhteisten asioiden parantamiseksi.”* (Kiilakoski 2007, 14.)

Osallistuminen tarkoittaa yleensä ihmisen toiminnallista mukana olemista. Toiminta yhteiskunnassa nähdään osallistumisena kansalaisyhteisön vuorovaikutukseen, jossa kansalaisuuden rooli kehittyi. Toiminnallisen kansalaisuuden perusta on osallistuminen. Yksinkertaisimmillaan se on osallistumista ja mukana oloa muiden määrittelemissä tilanteissa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita aktiivista toimintaa yhteisten asioiden hyväksi, vaan on passiivista ryhmän jäsenyyttä. Osallistumista on määritelty monin tavoin.

Jokainen kyselyyn vastaaja oli sitä mieltä, että DKS lisää yhdessä tekemisen meininkiä edes jollain tasolla. Peliä pidetään oivallisena tapana liikkua kaupunkiympäristössä ja hyvänä mahdollisuutena tutustua uusiin ihmisiin. Kyselyn vastaajat olivat kaikki yksimielisiä siitä, että peli tarjoaa mahdollisuuden erilaisen osaamisen jakamiseen sekä lisää avointa vuorovaikutusta, sitoutuneisuutta ja onnistumisen tunnetta. *”Peli on mukava tapa touhuta yhdessä myös pienten lasten kanssa. Erityisesti tänä vuonna oli ihan mahtavaa, kun kärkikahinoissa mukana olevat nuoret tulivat kertomaan pienille pelaajille salarasteista ja muutenkin tsemppa-*

sivat pelaajia. Paljon juteltiin toisten pelaajien kanssa ja pähkäiltiin yhdessä kinkkisiä rasteja. Peli on myös hyvä tapa herättää huomaamaan, miten paljon kaikkea hienoa ja kiinnostavaa meillä Mikkeliissä onkaan. Tosi iso kiitos kaikille tapahtuman järjestäjille, toivottavasti jaksatte ensi vuonna raataa tämän pelin meille kasaan.”

Harjun (2004) mukaan ihminen on osallinen yhteisössään ja yhteiskunnassa, kun hän tekee työtä, harrastaa, osallistuu ja vaikuttaa. Osallisuus on myös vahvasti kokemuksellista ja jaettavaa. Tässä tulkinnassa on kyse syvällisestä, viime kädessä identiteettiin ulottuvasta kokemuksesta tai jäsenyyden tunteesta yhteisössä. Toisen tulkinnan mukaan osallisuus on osallistumista vaativampaa ja edellyttää ihmiseltä aktiivisuutta ja sitoutumista. Siinä osallisuus on omakohtaisesta sitoutumisesta nousevaa vaikuttamista ja vastuunkantamista.

Digitaalisuus luo osallisuudelle ja osallistumiselle aivan uudet muodot. Tänä päivänä voit osallistua ja olla osa jotain yhteisöä poistumatta kotoasi. (Verke 2015.) Vaikka verkko tarjoaisikin erinomaisen tilan kansalaisten osallisuudelle ja vaikuttamiselle, ongelmaksi nousee kuitenkin se, etteivät kaikki osapuolet ole sitoutuneet vuorovaikutukseen. Tällöin viestintä jää kansalaisten keskeiseksi ja vaikuttaminen näennäiseksi. Vuorovaikutus ja osallistumiseen liittyvät valmiudet tulisi nostaa merkittävämmälle sijalle tarkasteltaessa kansalaisten digitaalisia valmiuksia. Tietoyhteiskunnan ja digitaalisuuden suurimpia haasteita on kansalaisosallisuus, yhteisöllinen osallistuminen, sosiaalinen vuorovaikutus ja yhteistoimijuus eri osapuolten välillä. Yhteistoiminnan ja jakamisen valmiuksia on kehitettävä, sillä yhteisöllisyydellä on digitaalisuudessa merkitystä. (Mäkinen, 2006.)

JOHTOPÄÄTÖKSET

Digitaalinen mobiilipelaaminen on noussut hyvin suosituksi pelaamisen menetelmäksi nuorten keskuudessa viime vuosina. Tästä hyvänä esimerkkinä Pokemon go. Digitaalinen kaupunkiseikkailu on myös vastannut tähän kysyntään kehittämällä pelin ja pelitavan, mikä on nuorille mieleinen. Digitaalinen kaupunkiseikkailu pakottaa kuitenkin fyysisen osallistumisen, mikä lisää osallisuuden, yhteisöllisyyden ja yhteenkuuluvuuden tunnetta merkittävästi. Erona Pokemon go -peliin DKS tuottaa pelaajilleen myös elämyksiä ja haastaa pelaajat salarasteillaan älyllisesti.

Tutkimuksessa nousi selkeästi esiin se, että DKS on osallistavaa toimintaa. DKS on pelinä matalan kynnyksen seikkailupeli ja tapahtuma kokonaisuus, johon on helppo osallistua ja tulla mukaan. Noin puolet pelaajista syksyn 2017 pelissä olivat ensikertalaisia, jotka osallistuivat peliin oman kiinnostuksensa vuoksi.

Digitaalisuus tuo peliin uutuusarvon, mikä saa nuoret kiinnostumaan pelistä. Pelin luonne on kilpaileminen, mutta pelin haastavuus pakottaa osallistujat tekemään yhteistyötä muiden pelaajien kanssa ja jakamaan omaa osaamistaan. Peli saa pelaajat intensiivisyydellään sitoutumaan peliin hyvinkin voimakkaasti.

Osallistavilla digitaalisilla mobiilipeillä on kysyntää, ja ne saavat nuoret osallistumaan ja aktivoitumaan onnistuessaan pelilogiikassa. DKS on yksi esimerkki osallistavasta digitaalisesta pelistä. Se on Mikkelissä jo perinteeksi muodostunut tapahtuma syksyisin, mitä odotetaan innolla.

Mistä kaikesta voi sitten kehittää digitaalisen pelin, taivas on vain rajana.

LÄHTEET

- Harju, A. 2004. Osallisuus. WWW-dokumentti. Saatavissa: http://www.kansalaisyhteiskunta.fi/tietopalvelu/osallistuminen_ja_vaikuttaminen/osallisuus [viitattu 15.12.2016].
- Kiilakoski, T. 2007. Johdanto: Lapset ja nuoret kuntalaisina. Teoksessa Gretschel, A. & Kiilokoski, T. (toim.) Lasten ja nuorten kunta. Nuorisotutkimusverkosto. Opetushallitus humak Humanistinen ammattikorkeakoulu. Hakapaino Oy, Helsinki 2007, 7-23.
- Leeman, L., Kuusio, H., Hämäläinen R. 2015. Sosiaalinen osallisuus. PDF-dokumentti . Saatavissa: https://www.thl.fi/documents/10531/2088501/Tietopaketti_Sosiaalinen_Osallisuus.Mosaiikki_ry._Ei_elämä_pelissä_vaan_peli_elämässä._Pelituki-hanke._WWW-dokumentti._Saatavissa:_http://www.mosaiikki.info/lehdet_fi.php?id=2015_103_pelituki [viitattu 18.11.2016].
- Mäkinen, M. 2006. Digitaalinen voimistuminen ja kansalaisten osallisuus tietoyhteiskunnassa. Esimerkkejä verkossa julkaisevista paikallisyhteisöistä. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin lisensiaattitutkielma. Helmikuu 2006. WWW-dokumentti. Saatavissa:<https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/76418/lisuri00039.pdf?sequence=1> [viitattu 27.2.2016].
- Nivala E. & Ryyänen S. 2013. Kohti sosiaalipedagogista osallisuuden ideaalia.PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://www2.uef.fi/documents/1381035/2330652/NivalaRyy%C3%A4nen2013.pdf> [viitattu 12.10.2016].
- Rouvinen-Wilenius, P. 2013. Voidaanko yhdenvertaista osallisuutta ja yhteisöllisyyttä mitata? WWW-dokumentti. Saatavissa: www.alli.fi/binary/file/-/id/679/fid/2406/ [viitattu 15.12.2016].
- Sipilä, J. 2015. Ratkaisujen Suomi. Pääministeri Juha Sipilän hallituksen strateginen ohjelma. WWW-dokumentti. Saatavissa:http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1427398/Ratkaisujen+Suomi_FI_YHDISTETTY_netti.pdf/801f523e-5dfb-45a4-8b4b-5b5491d6cc82 [viitattu 15.12.2016].
- Suoranta, J., Lehtimäki, H. & Hakulinen S. 2001. Lapset tietoyhteiskunnan toimijoina. Tietoyhteiskunnan tutkimuksen työraportteja 16/2001. Tampereen yliopisto. Klingendahl Paino Oy Tampere 2001.
- Turkki, Teppo 2009. Nykyaikaa etsimässä. Suomen digitaalinen tulevaisuus. Taloustieto Oy. Yliopistopaino 2009.
- Valtionkonttori 2016. Kohti digimurrosta. WWW-dokumentti. Päivitetty 11.1.2016. Saatavissa:http://www.valtiokonttori.fi/fiFI/Virastoille_ja_laitoksille/Digitalisaatio/Loppuraportti_Valmiina_digikiriin/Johdanto [viitattu 21.10.2016].
- Verken strategia 2016–2019. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://www.verke.org/wp-content/uploads/2015/12/Verken-strategia.pdf> [viitattu 31.10.2016].

JOBHUNT – UUSI MALLI NUORTEN TYÖLLISTYMISEEN – KOKEMUKSIA KEHITTÄMISESTÄ

Niko Arola

Artikkeli vastaa kysymyksiin ”mikä on JobHunt, miksi se toteutettiin ja millaisia kokemuksia mallista ja sen toteutuksesta saatiin?”. Artikkeli on varsin seikkaperäinen kuvaus työllistymismallista. Yhteenvedo JobHunt-kokemuksista ja suosituksista löytyy julkaisun viimeisestä kappaleesta.

JOHDANTO

JobHunt-työllistymismalli toimii paikkatietoon perustuvassa pelissä, joka yhdistää työnantajat ja nuoret työnhakijat. Pelaajat käyvät työnantajien rasteilla fyysisesti suorittamassa tehtäviä ja tutustumassa työnantajiin ja työmahdollisuuksiin. Peliä pelataan omalla älylaitteella tai puhelimella, ja sen voi ladata maksutta sovelluskaupasta. Peli julkaistaan X-Routes-sovelluksessa ja siihen kirjaudutaan erillisillä tunnuksilla tai omilla Facebook-tunnuksilla. Applikaatiossa näkyvissä yritysraistikuvauksessa tuodaan esille yritys ja sen tarjoamat mahdollisuudet halutulla tavalla. Pelaajat näkevät rastit kartalla ja voivat lukea kuvaukset sieltä. Pelaajat suunnistavat sovelluksen avulla yritysraasteille ja suorittavat yrityksen antamia tehtäviä ja/tai vastaavat kysymyksiin sekä samalla tutustuvat yritykseen. Kysymyksillä voi osallistujien osaamisen lisäksi mitata yrityksen kiinnostavuutta tai tunnettuutta pelaajien keskuudessa. JobHunt-työnhakumalli on myös yksi keino tehostaa yrityksen rekrytointia, ja nuoret voivat rasteilla esitellä omaa osaamistaan ja persoonaansa yritysten edustajille. JobHunt-pelissä yhdistyy siis pelillisuus ja mahdollisuus kasvokkain kohtauksiin työnantajien ja nuorten työnhakijoiden välillä. Olennainen osa JobHunt-työllistymismallia on myös rastisisältöjen suunnittelu ja toteutuksen opinnollistaminen muutaman hengen opiskelijatiimeille, joille on jokaiselle nimetty oma yrityksensä. Tämä madaltaa myös yritysten kynnystä tulla mukaan, koska tällöin osallistuminen ei sido niin paljon yritysten resursseja. Lisäksi yritykset saavat hyvän kuvan siitä, miten yhteistyöprojekteja oppilaitoksen opiskelijaryhmien kanssa voi tehdä.

Tässä artikkelissa käytetään rinnakkain ja synonyymeina JobHunt-työllistymismallista myös termejä malli, peli tai seikkailupeli, tapahtuma, kokonaisuus tai konsepti. JobHunt-työllistymismalli ei ole terminä aivan yksiselitteinen, sillä alun perin lähdettiin liikkeelle seikkai-

lupelistä. Pelin luonne kilpailuna ei tosin ole täysin ongelmaton lähtökohta työllistymisessä ja työnhakutaitojen testaamisessa, josta JobHuntissa on kyse. Virallisesti JobHunt on ammattilaisten keskuudessa työllistymismalli, ja osallistujille sitä markkinoitiin pelinä. Useimmat yritykset taas ymmärsivät sen eräänlaisena rekrytointitapahtumana tai avointen ovien tilaisuutena. Tästä johtuu se, että JobHunt-työllistymismallista käytetään välillä toisistaan poikkeavia nimityksiä ja termejä.

Tässä artikkelissa käydään läpi työllistymismallin käynnistäminen ja lähtökohdat. Tämän jälkeen esitellään vuonna 2017 toteutettu ensimmäinen kokeilu ja siitä saadut opit ja kokemukset. Case-kuvaus on kirjoitettu varsin yksityiskohtaisesti, jotta siitä saisi kattavan kuvan JobHunt-työllistymismallin kehittämisen ja toteuttamisen eri vaiheista. Vuonna 2018 toteutettua JobHunt-peliä analysoidaan hieman tarkemmin. Lähtökohdana mallin kehittämiseksi oli löytää uusia näkökulmia ja keinoja nuorten työllistymiseen ja aktivointiin. Rahoituksen ja mahdollisuuden siihen tarjosi GAME ON – Nuorten työllistymistä uudenaikaisista digitaalisista kokeiluista -hanke, jonka tavoitteena on yhdistää digitaalisuus, pelillisuus, kokeilut yritysten kanssa ja nuorten työllistäminen. Tässä artikkelissa kuvattu JobHunt-työllistymismalli siis tähtää nuorten työllistymiseen kokeilujen, pelillisyyden ja seikkailujen kautta. Tärkeänä tavoitteena mallissa on, että nuoret voisivat kehittää sitä yhteistyössä paikallisten eteläsavolaisten yritysten kanssa. Kyseessä on kolmikantayhteistyö, jonka toteutuksessa ovat mukana yritykset, oppilaitokset ja hanke.

JobHunt toteutetaan virtuaalisessa ympäristössä. Tässä yhteydessä sillä tarkoitetaan Observis Oy:n kehittämää X-Routes-karttasovellusta, jota hyödynnetään ja kehitetään JobHunt-mallissa. X-Routes-pelialustan kehittäminen on lähtenyt liikkeelle Mikkelissä toteutetun digitaalisen kaupunkiseikkailun pohjalta. Peliä pelataan mobiililaitteilla, joiden avulla yhteisöllisesti suunnitellut rastit etsitään ja suoritetaan. Kokeiluihin perustuviin seikkailupeleihin voi liittyä toiminnallisten rastien lisäksi erilaisia tapahtumia, kuten seikkailun avaus, palkintojen jako, työnhaku, yrityscasen selvittäminen, oman osaamisen ja kyvykkyyden hyödyntäminen. JobHunt-mallissa siis hyödynnetään digitaalisen kaupunkiseikkailun alustaa ja rohkaisevia kokemuksia nuorten aktivoinnista, osallisuudesta ja yhteistyöstä eri toimijoiden ja yritysten kanssa. Se on mobiilialustalle suunniteltu seikkailupeli ja konsepti, jossa osallistujat kiertävät eri yritysten rasteilla ja suorittavat niissä erilaisia tehtäviä. JobHunt antaa yrityksille mahdollisuuden tehostaa rekrytointiaan ja näkyvyyttään. JobHunt-rastien suunnittelussa korostuu rastien ja tehtävien yhteisöllinen suunnittelu. Suunnittelu tapahtuu yritysrajapinnassa, sillä lopullisen vastuun rastien sisällöstä kantaa yritys. Osallistujille keskeistä JobHunt-pelissä on työllistymisnäkökulman lisäksi oman osaamisen ja kyvykkyyden hahmottaminen ja kehittäminen sekä työnhakutaitojen vahvistaminen.

JobHunt-peli kehitettiin yhteistyössä Observis Oy:n kanssa X-Routes-alustalle, kun pohdittiin yhdessä, miten nuorten työllistymistä voitaisiin edistää uudella ja kiinnostavalla tavalla. Observis Oy toimii hankkeessa kilpailutettuna virtuaalialustan toteuttajana ja

kehittäjäkumppanina. Aluksi lähdettiin selvittämään mahdollisuutta pelillistää jo perinteeksi muodostunut RekryOn-tapahtuma Mikkelissä vuonna 2017. RekryOn-tapahtumassa työnantajat ja työntekijät kohtaavat, ja yritykset voivat kertoa avoimista työpaikoista ja työllistymismahdollisuuksista. Yhteistyötä ja tapahtuman pelillistämismahdollisuuksia pohdittiin yhdessä Mikkelin työllisyyspalveluiden kanssa. Haasteena nähtiin se, että vain osa RekryOn-messuilla kävijöistä uskaltautuu juttusille työnantajien kanssa tai on valmistautunut tapaamaan heitä ja kertomaan osaamisestaan. Tila yksinkertaisesti asetti omat rajoituksensa, eikä peliä tuolloin voinut toteuttaa sisätiloissa. Yhteistyökeskusteluissa syntyi ajatus, että nuorten pitäisi mennä paikan päälle yrityksiin tutustumaan sekä esittäytymään. Saatavilla on useita sovelluksia, jotka kohtaavat digitaalisesti työnhakijan ja työnantajan. Näillä applikaatioilla on oma paikkansa, mutta tarvitaan myös mallia, jossa nuorilla on mahdollisuus kohdata kasvokkain työnantajia ja esitellä heille persoonaansa ja osaamistaan. Rekryointi kuitenkin tapahtuu lopullisesti useimmiten kasvokkain. Tällaiseen tarpeeseen karttapohjainen JobHunt-peli tarjoaisi hyvän pohjan.

JOBHUNT - ENSIMMÄINEN KOKEILU 2017

Ensimmäinen JobHunt-työllistymismallin kokeilu toteutettiin 7.–22.2.2017 Mikkelissä. Idea syntyi juuri ennen joulua 2016, ja liikkeelle lähdettiin pienen tiimin voimin tammikuun alussa 2017. Ydintiimin muodostivat GAME ON -hankkeen tiimi eli projektipäällikkö Niko Arola ja TKI-asiantuntija Olavi Nieminen, teknologisen alustan ja yritys kentällä toimivat teknologisen alustan asiantuntijat Observis Oy:ltä sekä markkinoinnin lehtori Marja-Leena Koskinen Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulusta. Vaikka vastuut tiimin kesken oli jaettu, aiheutti tiukka aikataulu haasteita. GAME ON -hankkeessa luonnolliseksi fokukseksi valikoitui kesätöitä tarjoavat yritykset ja niitä hakevat nuoret, sillä usein kesätyöt voivat johtaa pidempiaikaisiin työsuhteisiin. Kesätyöt ja erityyppiset kausityöt ovat myös pääosin suunnattu hankkeen kohderyhmälle eli alle 30-vuotiaille. Kesätyöt ovat yksi väylä päästä kiinni piilotyöpaikkoihin. Yrityksille on myös matalampi kynnys palkata ensin kesätyöntekijöitä ja katsoa sitten mahdollisuuksia pidempiaikaiseen työllistämiseen. Pääosa yritysten edustajista ajatteli, että tämä voisi olla oiva lisä heidän muuhun rekryointikampanjaansa. Monet myös toivoivat, että tapahtuma toisi positiivista näkyvyyttä heidän yritykselleen. Osa oli myös mukana, koska he kokivat, että nuorten työllistäminen on osa heidän yhteiskuntavastuutaan. Toki oli mukana myös yrityksiä, jotka olivat kiinnostuneita siitä, kuinka tällainen kokeilu toimisi. Erään yrityksen edustaja toivoi tapaavansa mahdollisimman monia nuoria, jotta oppisi tietämään, mitä nuoret odottavat työelämältä. JobHunt voi siis toimia monenlaisena kohtaamispaikkana työnantajille ja nuorille.

Aikaa yritysten sitouttamiseen ja markkinointiin jäi vajaa kuukausi. Yrityksien vakuuttamisessa tehokkaita keinoja olivat puhdas jalkatyö sekä se, että saadaan yritykset haastamaan toisiaan mukaan. Kun tieto kulkee luotetulta yrityksen edustajalta toiselle, ovat tulokset tehokkaampia. Perusteluna toimi myös lopussa hyvin se, että nimetyt toisetkin yritykset ovat

jo mukana. Mahdollisimman selkeä infopaketti auttaa aina markkinoinnissa. Infopaketissa pitää olla selkeästi ilmaistuna, mistä on kyse, mitä yritys tästä hyötyy, mitä resursseja se osallistujalta vaatii ja paljonko osallistuminen maksaa. Usein yrityskontakteihin vaadittiin vähintään kaksi yhteydenottoa. Kuten muussakin myyntityössä, asian saaminen päätökseen oli haastavinta. Monet kyllä pitivät ideaa sinänsä kannatettavana ja hyvänä, mutta aikataulu vaikutti liian kireältä. Saamamme medianäkyvyys myös auttoi asiaa. JobHunt oli esillä sekä lehdissä paikallisuutisissa että paikallisradiossa. Tästä syystä JobHunt oli jo osittain tuttu työelämän edustajille, kun heihin otti yhteyttä.

JobHunt-konsepti pyrittiin tekemään mahdollisimman helpoksi ja houkuttelevaksi osallistuville yrityksille. Mukaan tuleville yrityksille luvattiin oma kahden tai kolmen henkilön opiskelijatiimi, joka markkinoi yritystä positiivisesti videoklipillä ja oli apuna rastin tai tehtävän suunnittelussa ja toteutuksessa. Yrityksen toiveet sopivasta rastiajankohdasta pyrittiin myös mahdollisuuksien mukaan ottamaan huomioon. Onnistumisena voidaan pitää sitä, että näin lyhyellä varoitusajalla mukaan saatiin monipuolinen kattaus yrityksiä eri aloilta. Mukana olevat yritykset toimivat metalli- ja rakennusteollisuudessa, laitevalmistajina, markkinointi- ja viestintäsektorilla, matkailu- ja ravintola-alalla, talotekniikassa sekä kolmannella sektorilla sote-alalla. Lisäksi mukana oli konevuokrausyritys, elektroniikkaliike, telemarkkinointiin ja asiakaspalveluun erikoistunut toimija sekä kiinteistöhuollon yrityksiä. Myös digitaalinen markkinointi ja It-ala olivat pelissä edustettuina. Yritysten rekrytoinnissa tavoitteena oli, ettei mukana olisi liikaa saman alan yrityksiä, jotka kilpailevat samoista osaajista. Kaikkiaan mukaan saatiin 20 toimijaa, joista 18 oli yrityksiä. Lista mukana olevista yrityksistä löytyy yhteenvetokappaleesta julkaisun lopusta. Rastien sisällöt vaihtelivat yritys-esittelyistä ja työkalujen tunnistamisesta työnäytteisiin ja työhaastatteluihin sekä markkinointisuunnitelmien tekemiseen. Rastit olivat monipuolisia mutta niiden toimivuutta oli vaikea arvioida vähäisen kävijämäärän vuoksi.

Varsin isoksi haasteeksi muodostui pelin markkinointi 15–29-vuotiaille nuorille, jotka etsivät joko kausityöpaikkoja, kesätyötä tai kokoaikaista työsuhdetta. Osa yrityksistä etsi myös harjoittelijoita tai lopputyöntekijöitä. Varsinaisesti hank-



Kuva 1. JobHunt-markkinointihaarniska 2017 (kuva: Olavi Nieminen).

keessa tavoiteltiin työelämän ja koulutuksen ulkopuolella olevia, mutta tämän kokeilun kohderyhmänä olivat kaikki 15–29-vuotiaat. Markkinointimateriaalin viestillä ja graafisella ilmeellä näytti olevan myös merkitystä siihen, minkä ikäisiin nuoriin viesti vetoaa. Peli ja työllistyminen näyttivät kiinnostavan eniten jo muutenkin aktiivisia nuoria. Syrjäytymisvaarassa ja tukiverkkojen ulkopuolella olevien tavoittaminen ja motivoiminen työnhakuun on haastavaa, ja siihen tarvittaisiin myös ennakoivia toimenpiteitä ja tukitoimenpiteitä, joita tekee mm. etsivä nuorisotyö ja työvoimaviranomaiset sekä työpajat ja erilaiset työnhakuvalmiuksia edistävät julkisrahoitteiset hankkeet. Syrjäytymisvaarassa olevien saaminen mukaan vaatisi henkilökohtaisesti näiden nuorten kanssa toimimista alusta loppuun. Konseptin pitäisi siis olla ohjatumpi.

Ensimmäisellä kierroksella nuorten tavoittamiseen käytettiin mm. seuraavia keinoja: kohdennettu Facebook-kampanja, sähköiset ilmoitustaulut, erilaiset nuorten SOME-ryhmät. Viestiä välitettiin myös työvoimahallinnon ja Ohjaamo OIkkarin ja ohjausryhmän sekä muiden kumppaneiden kontaktien kautta. Lisäksi pelistä laadittiin blogikirjoituksia ja twiittauksia sekä tehtiin esitteitä, mainoksia ja lehtimainontaa. Oppilaitoksessa jaettiin esitteitä markkinointihaarniskaan pukeutuneena. Lisäksi toteutettiin markkinointikampanja RekryOn-messujen aikana. Ajanjakso, jolla markkinointi toteutettiin, oli alle 3 viikkoa. Ilmoituksia ja esitteitä JobHunt-seikkailupelistä levitettiin eri puolille kaupunkia oppilaitoksiin ja yhteistyökumppaneiden ilmoitustauluille sekä muille näkyville paikoille. Nähtävästi eri ikäryhmille markkinoinnissa ikäerosta on haittaa, sillä vaikuttaisi siltä, että monille hieman aroille nuorille keski-ikäinen aikuinen saattaa viestinsä kanssa olla nuoren silmissä luotaantyyöntävä tai jopa pelottava. Erityisesti tämä vaikutti henkilökohtaiseen kohtaamiseen ja kutsumiseen. Tavoitteena jatkossa olisi, että nuoret kertoisivat toisilleen tapahtumasta ja sana leviäisi näin nuorten keskuudessa sosiaalisissa medioissa ja kasvokkaisissa kohtaamisissa sekä suosittelujen kautta.

KEHITTÄMISEHDOTUKSIA JA PALAUTETTA ENSIMMÄISELTÄ TOTEUTUSKIERROKSELTA

Varsinaista palautetta JobHuntin ensimmäisen vaiheen osallistumisesta oli vaikea yrityksiltä saada, sillä osallistujamäärä rasteilla oli liian pieni. Useimmat yritykset ymmärsivät, että ensimmäisellä kerralla kokeilu voi epäonnistua, joten yritykset olivat pääosin valmiita kokeilemaan samankaltaista rekrytointimallia uudelleenkin. Osa yrityksistä toivoi, että ohjeistus olisi selkeämpi, jotta he tietäisivät, mitä yritykseltä kokeilussa odotetaan ja kuinka paljon henkilöresursseja ja aikaa se vaatii. Markkinoinnissa yritykset arvostivat selkeää pakettia, jossa hyödyt ovat heti näkyvissä. Yrityksille oli myös merkityksellistä tietää, mitkä muut yritykset ovat mukana pelissä. Yritykset myös toivoivat, että niillä olisi riittävästi aikaa valmistautua pelin rastiin ja avoimiin oviin. Yrityksen pitäisi myös osata selkeämmin viestiä, millaisia osajia tai harjoittelijoita he tällä hetkellä tarvitsevat tai millaista hyötyä he muutoin JobHunt-pelistä haluaisivat.

Rastitoteutukseen osallistuneilta markkinoinnin opiskelijoilta pyydettiin palautetta ja kehittämisideoita pelistä. Tässä on listattu esiin tulleita kehittämis ehdotuksia. Pelin markkinointiin tarvittaisiin riittävästi aikaa. Lyhyestä markkinointiajasta johtuen rasteilla ei juuri käynyt työnhakijoita. Myös oppilaitosmarkkinointiin olisi syytä panostaa entistä aktiivisemmin. Suorien kontaktien hyödyntämistä oppilaitoksissa tulisi tehostaa. Markkinointi voi kohdistua esimerkiksi 2. asteen opiskelijoihin oppilaitoksen opettajien kautta. Hyvissä ajoin olisi myös tärkeää selvittää mahdolliset päällekkäisyydet muiden tapahtumien kanssa. Pelillisen kokemuksen kannalta pelin rastit voisi keskittää lyhyemmälle ajanjaksolle, jotta pelillisyyden toiminta tehoikkaammin. Myös opiskelijoille annettu ohjeistus ja tehtäväksiänto tulisi olla mahdollisimman selkeä. Samoin havaittiin, että uudenlaisen toimintamallin testaus vaatii aikaa, jotta se saadaan menestyksellisesti toteutetuksi ja nuorten tietoisuuteen. Erään opiskelijaryhmän idea oli, että tapahtuman tiimoilta järjestettäisiin ennakko kysely sekä opiskelijoille että yrityksille. Lisäksi osana opintoja opiskelijoita voitaisiin hyödyntää markkinoinnissa kohdennetummin. Mainosten jakaminen julkisella paikalla saattaisi lisätä tapahtuman kiinnostavuutta ja näkyvyyttä, opiskelijat arvioivat.

Digitaalinen toiminnallisuus ja pelin käytettävyys olisi myös tärkeää olla kunnossa. Nuoret ja käyttäjät tekevät päätöksen pelin tai palvelun käyttämisestä ensikosketuksen perusteella. Pelialustan ja toiminnallisuuden kehittämistä on jatkettu koko hankkeen toteutusajan. Kouluissa voitaisiin kiertää alakohtaisesti esittelemässä työmahdollisuuksia ennen peliä, mikä saattaisi lisätä osallistujien määrää.

JOBHUNT 2018

Ensimmäisen kierroksen palautteista viisastuneena lähdettiin toteuttamaan ja kehittämään JobHunt-työllistymismallia tammikuulle 2018. Huomiota kiinnitettiin erityisesti aikataulutukseen, käyttäjäkokemukseen, markkinointiin ja siihen, että mukaan saadaan riittävästi nuoria työnhakijoita. Ratkaisu nuorten osallistumiseen oli JobHunt-pelin ja kokeilun opinnollistaminen. Myös peliaikaa päätettiin tiivistää kaksipäiväiseksi, jotta pelillisyyden toteutuu paremmin, tapahtumaa on helpompi markkinoida ja myös siihen osallistuminen on tällöin yksinkertaisempaa. Peli integroitiin osaksi verkossa toteutettavaa Työhaun taitojen kehittäminen pelillisin keinoin -kurssia. Kurssi kuului vapaasti valittaviin kaikkien alojen opiskelijoille. Lisäksi se kytkettiin osaksi opintoja liiketoiminnan opiskelijoille ja se hyväksyttiin korvaavina opintoina työelämään liittyvissä opinnoissa esimerkiksi sosionomeilla Xamkin Mikkelin kampuksella. Myös Esedun (Etelä-Savon ammattiopiston) muutamalle opiskelijaryhmälle JobHunt-peli otettiin pakolliseksi osaksi määrättyä kurssia. Pakollisuudesta ja opintoihin kytkemisestä huolimatta vaikutti siltä, että vain osa opiskelijoista kävi rasteilla. Syytä tähän ei tarkasti pystytty analysoimaan. Yhtenä syynä saattavat olla muiden oppiaineiden päällekkäiset tunnit sekä se, ettei peliin osallistumista kontrolloitu kovin tiukasti kaikkien ryhmien kohdalla.

Pelin kehittämistiimin runko pysyi ennallaan ja lisäksi mukaan saatiin yrityskontaktioija Xamkin Pienyrityskeskuksesta. Toisena selkeänä edistysaskeleena oli jo edellä mainittu laajempi toteutuksen ja osallistumisen opinnollistaminen. Varsinainen valmisteluvaihe käynnistyi lokakuun alussa 2017. Tärkeänä työtä rytmittävänä tekijänä olivat kasvokkaiset palaverit sovittuun aikaan kahden viikon välein. Alussa laadittiin myös tarkempi toimintasuunnitelma, joka sisälsi työnjaon ja karkean markkinointisuunnitelman. Kokoontumisissa oli selkeät asialistat, ja usein suositettiin puolen tunnin täsmäkokoouksia.

Lähtökohtana mukaan otettavien yritysten toimialoille oli, että ensin varmistamme, että kyseisen alan opiskelijoita ja työnhakijoita on tulossa riittävästi rasteille. Tämä varmistettiin sillä, että tiedusteltiin eri koulutusaloilta, minkä verran opiskelijoita sitoutuu opintojen kautta tähän peliin mukaan. Lopulta mukaan tulivat ammattikorkeakoulusta liiketoiminnan opiskelijat, restonomit, sosionomit sekä hoiva-alan opiskelijat. Kurssien ja osallistumisen vaatimuksena oli vähintään viiden rastin suorittaminen. Huolehdimme siitä, että jokaiselle alalle, jonka valitsimme mukaan, oli 5 sen alan työnantajaa tarjolla. Toki ajatuksena oli, että myös oman alan ulkopuolisiin työnantajiin oli pelin aikana mahdollisuus tutustua ja hakeutua töihin muille aloille, jos osaaminen ja aikaisempi kokemus sen sallivat. Lähtökohtana oli siis yritysten ja työnhakijoiden mahdollisimman tarkka yhteensovittaminen jo yritysten rekrytointivaiheessa. Ammattiopistosta mukana oli merkonomiopiskelijoita, tulevia kokkeja sekä lähihoitajaopiskelijoita ja artesaaneja. Myös yrityksille markkinoinnissa korostimme, että otamme mukaan vain sellaisia yrityksiä, joihin riittää kävijöitä ja sen alan opiskelijoita. Lopulta mukaan lähti 20 yritystä ja organisaatiota. Rasteja oli yhteensä 21, sillä yhdellä toimijalla oli erikseen sekä vähittäiskauppa että ravintolapuolen rastit. Yrityskumppanit edustivat laajasti hyvin erityyppisiä yrityksiä. Mukana oli pankkeja, kaupan alan merkittäviä toimijoita Etelä-Savosta, siivousalan yritys, palvelukoteja, hoiva- ja terveysalan toimijoita sekä ravintoloita ja kahviloita. Lisäksi mukana oli sosiaalialan toimijoita ja muutamia Mikkelin kaupungin yksiköitä päivähoidosta sekä ruokapalveluista. Tarkempi lista osallistujista löytyy julkaisun viimeisestä yhteenvetokappaleesta.

Mukaan tuleville yrityksille järjestettiin infoamukahvitilaisuus JobHunt-pelistä 29.11.2017. Tilaisuudessa esiteltiin varsin yksityiskohtaisesti, mistä pelissä on kysymys, miten sitä pelataan ja mitä tämä vaatii yrityksiltä. Teemoina olivat hankkeen ja opintojakson esittelyt, toiminnalliset yritysrastit, pelin esittely ja palkitseminen. Kaikki tilaisuuden esitykset videoitiin ja toimitettiin yrityksille hyvissä ajoin, yrityksiä myös ohjeistettiin pohtimaan, millainen toiminnallinen rasti voisi toimia heidän yritykselleen. Nimetyt opiskelijatiimit tulivat yritysten avuksi 8.1.2018 alkaen ja niiden tehtävänä oli yhdessä yritysten kanssa suunnitella ja toteuttaa sopiva yritysraсти. Vastuu rastin toteuttamisesta on aina yrityksellä, ja ohjeistimme, että rasteilla olisi aina syytä olla mukana yrityksen edustaja. Ehdotettu rastin pituus oli 2–4 tuntia. Osa opiskelijoista sai vielä tarkentaa yritykselle, mistä tässä työnhakumallissa oli kyse. Opiskelijat muokkasivat myös yritysten lähettämiä rastiesittely- ja yritysrastitekstejä sekä auttoivat tarvittaessa yritystä hyödyntämään osallistumista peliin

omassa markkinoinnissaan. Peliin pystyi kirjautumaan noin viikkoa ennen varsinaista pelin aloituspäivää. Peli toteutettiin kaksipäiväisenä 30.–31.1.2018. Sovellus aukesi tietoinen ensimmäisenä pelipäivänä kello 8 aamulla ja ensimmäiset rastit olivat auki kello 9 lähtien. Tiedot rastien aukioloajoista ja mukana olevista yrityksistä olivat osana markkinointimateriaalia, jotta opiskelijat ja työnhakijat saattoivat suunnitella, minkä yritysten rasteilla he vierailisivat. Puolet rasteista eli n. 10 rastia olivat auki ensimmäisenä päivänä, ja loput 10 rastia olivat avoinna toisena päivänä. Monilla yrityksillä ei ollut mahdollisuutta järjestää rasteja omissa tiloissaan joko etäisyyden tai tilanpuutteen vuoksi, ja tästä syystä useat rastit järjestettiin oppilaitosten tiloissa tai kahviloiden neuvotteluhuoneissa. Nämäkin paikat toimivat hyvin, sillä ne olivat lähellä toisiaan ja opiskelijoiden helposti saavutettavissa. Rasteilla vieraili muutamasta henkilöstä reiluun viiteenkymmeneen työnhakijaan. Useimmissa paikoissa kävijöitä oli 20–35.



Kuva 2. Mikkelin Citymarketin rastitunnelmia vuodelta 2018 (kuva: Niko Arola).

Rastien toteutuksessa monet yritykset suosivat työnhaun hissipuheita sekä pikatyöhaastatteluja, osalla yrityksistä oli simuloituja asiakaspalvelutilanteita, joihin pelaajien piti reagoida. Muutamalla sosiaalialan yrityksellä toiminnalliset rasti liittyivät heidän asiakasryhmänsä kanssa toimimiseen. Muina esimerkkeinä rasteista olivat esimerkiksi ruokaresepteihin liittyvät laskutehtävät, marengin tekoon liittyvä työnäyte, tulevaisuuden ideointi sekä erilaiset kyselyt, lomakkeiden täyttämiset ja makutestit. Usealla rastilla oli myös ideointitehtäviä yrityksen markkinointiin tai tuotteisiin liittyen sekä mahdollisuuksia videohaastatteluihin. Onnistumisena voidaan pitää sitä, että pääosa rasteista oli monipuolisia ja toiminnallisia. Tämän lisäksi peliin ja rastin avaamiseen kuului, että rastiin liittyi kolme monivalintatehtävää, joihin osallistujat vastasivat sovelluksessa. Suoritettuaan tehtävän opiskelijat saivat rastikoodin, jonka syöttämällä he saivat pelin pisteet kyseiseltä rastilta.

Käytännössä yrityksen rastiryhmä eli liiketalouden opiskelijoista koottu 2–3 henkilön ryhmä oli vastuussa rasteilla pelaajien vastaanottamisesta ja heidän ohjeistuksistaan sekä joissain tapauksissa myös yritysten toiminnasta kertomisesta. Pääosalla rasteista oli annettun ohjeistuksen mukaan paikalla myös yritysten edustajia. Tosin pienemmissä yrityksissä yrityksen edustajat joutuivat hoitamaan myös välillä muita työtehtäviä. Rastiryhmä oli vastuussa myös opastuksesta sekä rastin ulkoisesta ilmeestä, toki yhteistyössä yritysten kanssa. Useimmilla rasteilla oli myös varauduttu hetkittäisiin ruuhkahetkiin erilaisten lisätehtävien tai varasuunnitelmien kautta. Toiminta rasteilla sujui varsin hyvin ilman suuria ruuhkia. Erityisesti ensimmäisenä päivänä oli varsin paljon pelaajia liikkeellä. Rastit olivat jakautuneet ajallisesti ja maantieteellisesti otollisesti niin, että kaikilla rasteilla riitti hyvin kävijöitä. Yksi rasteista toteutettiin kokeilumielessä virtuaalirastina, mutta se ei kerännyt suurta suosiota, koska tehtävä oli varsin työläs, eli markkinointisuunnitelman laatiminen eräälle siivousalan yritykselle. Rastien aukioloajat pyrittiin asettamaan niin, että ne olisivat sopivia sekä opiskelijoille ja nuorille työnhakijoille kuin yritysten edustajillekin. Käytännössä pääosa rasteista oli auki päiväsaikaan kello kymmenen ja kuudentoista välillä. Yleisimmin rastit olivat auki 3 tuntia. Yrityksiltä pyydettiin vapaaehtoisia lahjoituksia pelin palkinnoiksi. Kolme parasta palkittiin ja loput palkinnoista arvottiin riittävästi pelissä pisteitä keränneiden kesken. Osa yrityksistä toivoi, että palkinto arvottaisiin heidän rasteillaan käyneiden kesken. Palkintoina oli mm. vapaalippuja, lahjakortteja sekä tuotepalkintoja. Näyttää kuitenkin siltä, etteivät pienet palkinnot houkuttaneet kovinkaan paljon uusia pelaajia mukaan. Tärkein palkinto ja hyöty pelaajille olivat, kuten sanottua, mahdollisuus parantaa työllistymismahdollisuuksiaan ja kehittää työllistymistä edistävää verkostoaan. Tästä huolimatta pelin kannalta myös konkreettiset palkinnot ovat olennaisia. Palkitut noutivat palkintonsa pelin järjestäjiltä jälkikäteen, ja samalla pelin organisaattoreilla oli mahdollisuus haastatella ja saada heiltä palautetta pelistä.

PALAUTETTA JA IDEOITA

Rastiryhmissä toimivat opiskelijat pitivät rastien suunnittelua ja toteutusta kiinnostavana tehtävänä, joka tarjosi erinomaisen mahdollisuuden yritysyhteistyöhön. Myös työnantajat pitivät JobHunt-työnhakumallia kiinnostavana ja onnistuneena tuotteena, jota olisi syytä kehittää edelleen. Yritykset arvioivat toteutuksen sujuneen hyvin, eli asteikolla 1–5 keskiarvo oli 3. Erityisen tyytyväisiä yritykset olivat opiskelijaryhmien toimintaan, aktiivisuuteen, ideoihin ja asenteeseen. Palautetta keräsimme rastiryhmiltä, yritysten edustajilta ja pelaajilta haastatteleamalla ja kyselemällä heiltä rasteilla ja erillisellä kyselyllä heidän mielipidettään pelistä, miten pelin sisältöä ja rasteja voisi kehittää, miten tieto pelistä on kulkenut ja sitä, miten yhteistyö eri toimijoiden välillä on toiminut. Lisäksi Observiksen asiantuntijat keräsivät erillisellä rastille vinkkejä applikaation toimivuudesta ja sen kehittämistä. Pelin teknisiin puoleen ja alustaan tutustutaan tarkemmin seuraavassa Olavi Niemisen laatimassa artikkelissa. Yrityksistä Webropol-kyselymme vastasi 85 % mukana olleista yrityksistä. Saimme myös palautteen kaikilta rasteja valmistelleilta opiskelijoilta. Yritykset toivoivat

rasteille enemmän kävijöitä, jotka ovat kiinnostuneita juuri heistä työnantajana. Näkyvyys toteutui yritysten mukaan varsin hyvin. Rekrytoinnin suhteen löytyy vielä kehitettävää. Työnantajat havaitsivat, etteivät monetkaan pelaajat olleet tosissaan kesätöitä hakemassa. Tähän voisi olla ratkaisu ohjeistuksen muuttaminen ja rastien kohdentaminen kerrallaan yhden alan työnhakijoille, jolloin motivaatio käydä rasteilla ja hakea töitä todennäköisesti kasvaisi. Pelin ohjeistuksessa voisi kiinnittää huomiota etukäteisvalmistautumiseen ja siihen, että työnhakudokumentit tulee päivittää ennen peliä ja ne kannattaa ottaa mukaan.

Työnantajien ja rastiryhmien palautteessa toivottiin tapahtumasta yksipäiväistä, jotta osallistujia riittäisi kaikille rasteille. Myös pelialuetta ehdotettiin rajoittamaan tiiviimmäksi esimerkiksi kampusalueelle, jossa opiskelijat muutoinkin liikkuvat. Markkinointiin toivottiin enemmän opiskelijoiden panosta. Osallistujien palautteessa korostui se, että toimivimpia rasteja olivat riittävän haastavat toiminnalliset rastit, joissa myös yrityksen edustaja oli läsnä. Rastien pitäjien toivottiin osaavan kertoa paremmin yrityksestä ja siellä tarvittavasta osaamisesta. Osa osallistujista painotti applikaation käytettävyyttä pelin kehittämisessä. Pelaajat toivoivat, että rastiryhmään kuuluvat opiskelijat erottautuisivat muista kävijöistä. Myös rastipisteissä yrityksen ilme voisi näkyä selkeämmin, ehdotettiin palautteessa. Mallilla on runsaasti kehittämismahdollisuuksia sekä teknisesti että toiminnallisesti. Idean tasolla olisi hyvä kytkeä pelialusta suoraan yritysten rekrytointijärjestelmään, myöskään ennakoon tehtävät toiminnot eivät olisi vaikea toteuttaa. Monet vaihto-opiskelijat kyselivät, voisiko pelin toteuttaa englanniksi. Pelin kieli ei aseta siihen esteitä, vaan ainoastaan se, ovatko rekrytoivat tai osallistuvat yritykset valmiita palkkaamaan englanninkielisiä kausityöntekijöitä. Kehittämideoita sisältöön on valtavasti, mutta kaikkea ei kannata toteuttaa samanaikaisesti, jotta pelin toiminnallisuus ei kärsi. Näitä uudistuksia voidaan sisällyttää ja testata pelissä vähitellen, ja tässäkin opiskelijoiden panos voisi olla merkittävä. Uudistuksissa voisi hyödyntää esimerkiksi pientä opiskelijoista koottua testiryhmää, joka ideoisi ja testaisi lisäominaisuuksia peliin ja applikaatioon. Nuorten saaminen tiiviimmin mukaan opiskelijamarkkinointiin osana opintojaan olisi erittäin toivottavaa. Palkintoja jaettaessa kävi ilmi, että rekisteröitymiset oli tehty toisinaan sellaisella osoitteella, jota ei aktiivisesti käytetä, ja palkittujen tavoittaminen oli tästä syystä joissain tapauksissa hankalaa. Tämäkin on syytä ottaa huomioon pelistä tiedotettaessa. Osa yrityksistä oli sitä mieltä, että kahden tunnin rasti on riittävän mittainen.

JobHunt-mallin peruseriaate on yksinkertainen, ja se on mahdollista mukauttaa muillekin paikkakunnille. Ainakin osia siitä voi mainiosti toteuttaa muuallakin. Toisilla paikkakunnilla toteutuksessa olisi hyvä olla mukana toteuttajatiimi, jossa on mukana osajia, jotka tuntevat sekä yrityskentän että oppilaitostoimijat. Markkinointikanavana yrityksille toimisi erinomaisesti esimerkiksi yrittäjäjärjestö tai kauppakamari. Tekniseen toteutukseen on hyvä olla olemassa tekninen tuki. Idean toteuttamista myös helpottaa, että paikallinen media saadaan kiinnostumaan tapahtumasta jo tarpeeksi varhaisessa vaiheessa. Vaikka tapahtuman pystyy toteuttamaan oman työnsä ohella, olisi hyödyllistä, jos ainakin jollekin

toteutustiimin jäsenelle olisi varattu myös riittävästi työaikaa tämän tapahtuman toteuttamiseen ja sen koordinointiin. Itse näkisin, että tukitiimi Mikkelistä voisi olla arvioimassa ja neuvomassa muualla tapahtuvien pelien toteutuksessa. Tähän saakka JobHunt-mallia on toteutettu ESR-rahoitteisessa hankkeessa ja se on ollut osallistuville yrityksille maksuton. Pelin koordinointi, kehittäminen ja toteutus ovat tapahtuneet osana GAME ON –projektia, mikä on mahdollistanut kahden henkilön merkittävän työajan panostuksen JobHunt peliin. Pelin rahoitus, osallistumisen maksullisuus ja toteuttajaresurssit on ratkaistava, ennen kuin peliä voidaan hyödyntää muilla paikkakunnilla tai kampuksilla.

Ideat, jotka tulevaisuutta varten ovat tulleet esille, ovat mm. nuorten itse tekemät mainosvideot JobHuntista sekä opiskelijoiden tehokkaampi osallistaminen koulu- ja luokkavierailujen yhteydessä. Tehokkaana markkinointikanavana ovat myös muiden toimijoiden ja tapahtumien kanssa yhdessä markkinointi. Suunnitelmissa on ollut myös lisätä yrittäjyyttä edistävä rasti mukaan peliin tulevilla toteutuskerralla. Eräänä ideana toteutuksesta Mikkelissä voisi olla JobHunt-pelin liittäminen RekryOn-tapahtuman yhteyteen. Yhdistämällä kaksi tapahtumaa samoille päiville saataisiin näkyvyyttä markkinointiin ja lisää resursseja tapahtumien toteutukseen. Se voisi toimia niin, että aamupäivällä esimerkiksi liiketalouden opiskelijoista ja kaupanalan osajista kiinnostuneet yritykset järjestäisivät rastinsa messupaikan yhteyteen ja iltapäivällä olisi vuorossa RekryOn-messut. Liiketalouden opiskelijat olisivat otollinen kohderyhmä Mikkelissä, sillä heillä on kiinnostusta osallistua tällaiseen peliin, ja osallistujia löytyisi myös merkonomeista toiselta asteelta. Myös kaupan alan osajia tarvitaan jatkuvasti sesonkiluonteisiin töihin. Toisena messupäivänä voisi mahdollisesti olla vuorossa jonkin muun alan opiskelijoiden ja nuorten työnhakijoiden JobHunt-työpaikan metsästyks. Toinen mahdollinen ala voisi olla esimerkiksi restonomit, sillä matkailu- ja ravitsemusalan osajia tarvitaan eteläsavolaisiin yrityksiin erityisesti kesäisin, ja näitäkin osajia löytyy useammalta koulutusasteelta. Applikaatiossa voisi olla sisäänrakennettuna etukäteiskysely, jonka perusteella työpaikasta tai työnantajasta kiinnostuneet voisivat saada alustavan arvion siitä, vastaavatko työtehtävät heidän kiinnostustaan ja osaamistaan. Tällä tavoin osallistujia voisi sitouttaa peliin jo etukäteen.

Yhteenvedona voi todeta, että JobHunt on työllistymismalli, joka kokemustemme perusteella tuo lisänäkyvyyttä yrityksille ja on oiva lisä muiden rekrytointikanavien rinnalla. Myös nuorille JobHunt on konkreettinen ja helppo tapa parantaa työllistymismahdollisuuksiaan ja testata työnhakutaitojaan. Pelin ja mallin kehittämisessä opinnollistamisella on paljon mahdollisuuksia. Testivaiheen jälkeen peliä on helppo toteuttaa Mikkelissä, ja osia siitä voi mainiosti toteuttaa myös muilla paikkakunnilla.

X-ROUTES –SEIKKAILUPELIN LUOMINEN JA KÄYTTÖ JOB HUNTISSA

Olavi Nieminen

Tässä artikkelissa pureudutaan siihen, miten X-Routes -paikkatietoon perustuvaa mobiilisovellusta ja siihen liittyvää X-designer-pelinsuunnittelutyökalua käytettiin ja hyödynnettiin JobHunt-pelin ja työllistymismallin suunnittelussa ja käytössä sekä millaisia kokemuksia ja palautetta niistä saatiin.

JobHunt-pelissä virtuaalialustana ja toimintaympäristönä käytetään X-Routes-mobiilisovellusta. Edellisessä artikkelissa esitellyssä JobHunt-työllistymismallissa pelillisuus ja siinä hyödynnettävä applikaatio ovat tärkeä osa kokonaisuutta. Tässä artikkelissa kuvataan pelin ja mallin suunnittelua ja toteutusta karttapohjaisen mobiilisovelluksen kautta. Peli toteutettiin Mikkelissä 30.–31.1.2018, ja se tarjosi opiskelijoille ja nuorille työnhakijoille mahdollisuuden tutustua erilaisiin työnantajiin kasvotusten. Perusideana pelissä on, että nuoret työnhakijat suunnistavat karttapohjaisen sovelluksen avulla yritysasteille, suorittavat siellä yrityksen antamia tehtäviä, vastaavat annettuihin kysymyksiin ja samalla tutustuvat työnantajiin. Suoritetuista tehtävistä ja oikein vastatuista kysymyksistä osallistujat saavat koodin, jonka syöttämällä he saavat pisteitä. Pelissä eniten pisteitä keränneet palkitaan. Pelin suunnittelu, rastien sisältö ja tavoitteet sekä osallistujaryhmät on kuvattu seikkaperäisesti edellisessä ”JobHunt – uusi malli nuorten työllistymiseen – kokemuksia kehittämisestä” -artikkelissa.

X-ROUTES JA X-DESIGNER

Peliä pelattiin Observis Oy:n kehittämällä X-Routes paikkatietoon perustuvalla mobiilisovelluksella, jossa pelaajat liikkuvat ulkona pelissä merkattuihin paikkoihin ja ratkovat arvoituksia, suorittavat tehtäviä tai etsivät oikeaa pistettä, jolla avata rasti. Rasteista ja tehtävistä pelaaja ansaitsee pisteitä ja pelistä riippuen parhaat palkitaan.

X-designer puolestaan on Observis Oy:n tarjoama mobiilisti pelattavien seikkailupelien suunnittelu- ja julkaisualusta, jolla rakennetaan X-Routes-applikaatiolla pelattavia seikkailupelejä.

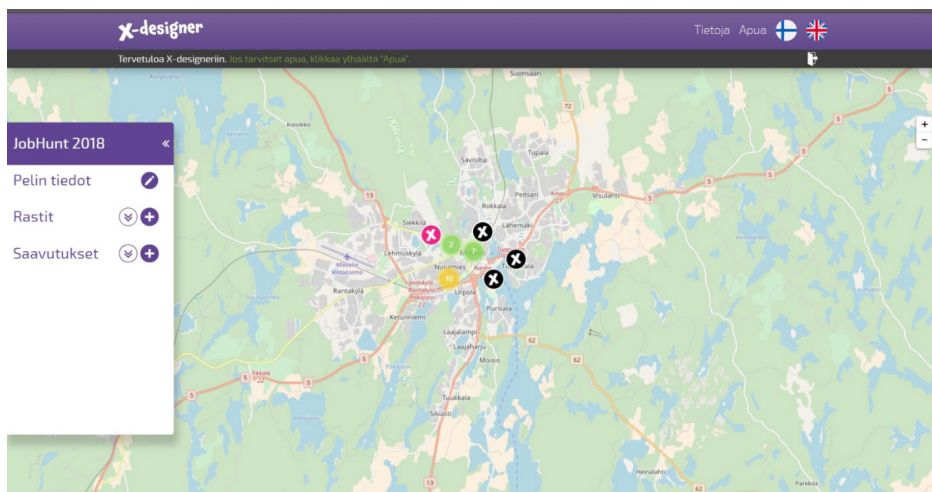
JOBHUNT JA X-ROUTES

Noin viikko ennen varsinaisia pelipäiviä pelaajilla oli mahdollisuus kirjautua peliin. Ohjeet pelin lataamisesta ja siihen liittymisestä annettiin pelin www-sivuilla osoitteessa <http://jobhunt.fi>.

JobHunt-sivuilla myös esiteltiin osallistuvat yritykset sekä rastien aukioloajat mutta ei niiden sijaintia. Palautteessa pelaajat toivoivat myös rastien sijaintien näkemistä ennakkoon, jotta pelireitin suunnitteluun olisi pelaajalla ollut enemmän aikaa. Nythän rastien fyysiset sijainnit paljastuivat pelaajille vasta pelipäivän aamulla klo 8.

Sivulla oli myös ohjeet peliin liittymisestä sekä rastien avaamisesta.

Peliin liittyminen edellytti rekisteröitymistä pelipalvelimelle. Peliin pystyi rekisteröitymään joko Facebook-tunnuksilla tai luomalla sähköpostiosoitteeseen perustuvan tunnuksen.



Kuva 1. Kuvakaappaus X-designer-pelintekoaalustasta.

PELIN LUOMINEN JA PELIN PERUSTIEDOT

X-designerin käyttö on tehty erittäin yksinkertaiseksi, eikä pelin luomiseen tarvita avuksi manuaaleja.

Uuden pelin luominen koostuu kolmesta osasta:

- 1) pelin tiedot
- 2) rastit
- 3) saavutukset (Huom. JobHunt-peliin emme sisällyttäneet saavutuksia).

PELIN TIEDOT

Ensimmäiseksi valitaan pelin kieli tarjolla olevista vaihtoehdoista, joita ovat suomen lisäksi englanti, saksa, ruotsi, norja ja venäjä.

Perustamiseen tarvitaan luonnollisesti pelille nimi, logo ja peliaika. Kun peli on sitten myöhemmin julkaistu, niin nämä tiedot näkyvät mobiilisovelluksen pelivalikossa. Pelivalikossa näkyy myös kunkin pelin pelaajien lukumäärä.

Seuraavaksi pelin luoja määrittelee pelin sijainnin. Sijainti voidaan syöttää joko pituus- ja leveyskoordinaatteina mutta helpommin se onnistuu käyttämällä vaihtoehtoa ”Valitse kartalta”, jolloin pelin luoja pääsee valitsemaan pelin sijainnin klikkaamalla kartasta sitä paikkakuntaa, jonne pelin rasti tullaan sijoittamaan.

Peli käyttää karttana avoimen yhteistyöprojektin OpenStreetMap-karttaa, ja koska kartan tietoja päivitetään käyttäjälähtöisesti, saattaa karttojen merkinnöissä olla virheitä. Esimerkiksi pelissämme mukana olleen Burger Kingin paikalla näkyi kartassa paikan edellinen ravintola McDonalds.

Pelin luojalla on mahdollisuus valita kartan ulkoasu kolmesta eri vaihtoehdosta: plain, terrain ja watercolor. JobHuntissa käytimme oletusasetusta plain, koska halusimme kartan selitystenkin, esim. katujen nimien, näkyvän.

Pelin pakollisiin tietoihin kuuluvat myös Lyhyt kuvaus (maks. 3000 merkkiä) ja Pelin juoni (maks. 1000 merkkiä), jotka näytetään pelaajalle hänen kirjautuessaan kyseiseen peliin. JobHunt-pelissä kuvasimme nämä tiedot melko lyhyesti, koska pelaajia oli informoitu pelistä aikaisemmin pelin omien www-sivujen (www.jobhunt.fi) kautta. WWW-sivuilla olimme myös julkaisseet rastien aukioloajat. Koska pelaaja pystyi lataamaan ja käynnistämään pelin jo viikkoa ennen pelin alkamista, niin lyhyessä kuvauksessamme kerroimme vain rastien avauspäivämäärät.

RASTIEN LISÄÄMINEN

Pelin perustietojen jälkeen peliin tarvitsee vain lisätä rastit. Helpoimmin se tapahtuu klikkaamalla kartasta kohtaa, jonne rastin haluaa sijoittaa. Tässä vaiheessa kartta on kannattanut zoomata näytölle riittävän suureksi, jotta rastin paikan voi määrittää tarkasti. Mikäli samalle alueelle sijoittuu useampia rasteja, tämä suurennus sekä peliä luotaessa että pelatessa on välttämätöntä.

Uuden rastin luominen jatkuu rastin perustietojen syöttämisellä. Pakollinen tieto on luonnollisesti rastin nimi, ja me käytimme tässä pelissä rastin nimenä yrityksen nimeä.

Rastin kuvauksessa kerroimme lyhyesti yrityksen taustasta ne tiedot, jotka yritys itse oli halunnut itsestään kertoa. Koska yksi rasti oli ns. virtuaalirasti eikä edellyttänyt fyysistä käyntiä yrityksen tiloissa, niin tässä kuvauksessa kerrottiin yrityksen antama www-osoite, jossa rastin tehtäväksianto oli. Ja samassa kuvauskentässä oli myös koodi, jolla tehtävän sai kuitattua tehdyksi. Virtuaalirasti ei tietenkään tällaisella järjestelyllä toimi parhaalla mahdollisella tavalla vaan pelaaja saa suorituksen, vaikka ei kävisikään suorittamassa itse tehtävää.

Koska X-Routes-pelin ominaisuus on myös kerätä pisteitä pelaajan suorittamista rasteista, on rastin tietoihin määriteltävä, kuinka paljon pelaaja saa pisteitä kyseisen rastin suorittamisesta. Määrittelimme jokaisen rastin pisteiden arvoksi sata.

JobHunt-pelissä ei kuitenkaan ollut tarkoitus kerätä pisteitä vaan tutustua yrityksiin ja niiden tarjoamiin työpaikkoihin mutta pelialustan luonne määräsi pisteityksen pakolliseksi. Pelissä näkyvästä top 100 -listasta pelaaja pystyi näkemään 100:n eniten pisteitä keränneiden pisteet ja käytyjen rastien lukumäärän.

Pelialusta tarjosi myös mahdollisuuden bonuspisteisiin mutta sitä ominaisuutta emme ottaneet tässä pelissä käyttöön. Bonuspisteitys tarkoitti sitä, että rastin ensimmäisenä suorittanut saisi bonuspisteet täysimääräisinä ja seuraavan suorittajan bonuspisteiden määrä vähenisi jokaisen rastin suorittajan jälkeen vähennys kentän prosentuaalisen arvon mukaan, minkä jälkeen pisteet lasketaan: pisteiden määrä * (kerroin % - 100 %)

Rastin perustietoihin kuuluu myös asetus, kuinka rasti kuitataan suoritetuksi. Vaihtoehtoja on kaksi, joko koodilla tai sijainnilla. Koska JobHuntissa rastit olivat ns. toiminnallisia, niin ainoa tapa oli kuittaaminen koodilla. Koodien luomisjärjestelmä antaa tehdä tämän joko manuaalisesti, tai sitten ne voidaan generoida järjestelmästä suoraan. Usein manuaalisesti luoduista koodeista on vaara tulla liian paljon toisiaan muistuttavia, jolloin pelaajan todennäköisyys arvata koodi kasvaa. Kun pelaaja oli rastilla suorittanut toiminnallisen tehtävän, niin rastinvalvojat antoivat tämän koodin, jonka pelaaja syötti omaan laitteeseensa.

Rastin tietoihin liittyy myös rastin aukiolon alkamis- ja päättymisajat. Tällä tarkoitetaan siis sitä aikaa, kun rasti on näkyvissä ja avattavissa kartalla. Aloitussajankohdan määrittäminen edellytti tietoa, että pelipalvelin sijaitsee eri aikavyöhykkeellä kuin Suomi, joten aloitusajankohta piti määrittää kahta tuntia aikaisemmaksi.

Seuraavaksi rastille pystyi lisäämään mediatiedostoja, kuvaa, ääntä tai videota. Kuvaksi latasimme kunkin rastin yrityksen logon.

Ääni- tai videomateriaalin olisi voinut lisätä rasteille linkkeinä. Emme käyttäneet tässä pelissä tätä mahdollisuutta, koska rastimme olivat toteutettu siten, että jokaisella rastilla oli

rastihenkilöt paikalla. Esimerkiksi virtuaalirastin luomisessa olisi tätä ominaisuutta kuitenkin voinut hyödyntää esim. siten, että toiminnallinen tehtävä olisi ollut kuunnella äänitystä tai katsoa video, jonka lopusta olisi sitten saanut tarvittavan koodin rastin suorittamiseksi. Tällaisen tehtävän lisääminen JobHunt-peliin tosin vaatisi enemmän aikaa rastin sisällön suunnittelemisessa sekä yritykseltä että rastien sisältöjen suunnittelijoilta.

Rastien tietoihin lisättiin myös yhteystiedot: katuosoite, postinumero, postitoimipaikka, puhelin, sähköpostiosoite, www-osoite ja rastin aukioloaika. Kun pelaaja avasi pelisovelluksessa rastin, sai hän näkyviin nämä tiedot, joista tärkeimmät olivat katuosoite ja rastin aukioloaika.

Kun osoite oli yrityksen käyntiosoite, ei rastin löytäminen periaatteessa ollut vaikeaa, mutta ongelmia aiheuttivat esimerkiksi ostoskeskus Stellassa ollut Suur-Savon toinen rasti, jonka tarkkaa sijaintia ostoskeskuksen sisällä emme olleet ymmärtäneet selittää rastin tiedoissa. Jossakin vaiheessa pelin kautta lähetettiin pelaajille viesti, jossa kerrottiin yksityiskohtaisemmin rastin sijainti. Rastin löytäminen saattoi myös olla vaikeaa, jos yrityksen ulko-ovi olikin tontin sisäpihalla. Tällöin löytymistä helpotettiin kiinnittämällä JobHunt-rastijuliste johonkin näkyvään paikkaan.

Nämä edellä mainitut ongelmat olisivat olleet vältettävissä, jos olisimme käyttäneet suunnittelualustalta löytyvää Huomioitavaa-tekstikenttää, joka olisi antanut mahdollisuuden tarkentaa katuosoitteen tietoja.

Toiminnallisten tehtävien lisäksi pelialusta antoi mahdollisuuden lisätä rasteille myös tehtäviä. Käytimme tätä ominaisuutta luomalla jokaiselle rastille muutaman monivalintakysymyksen, jotka rasteista vastaavat opiskelijat olivat luoneet rastin yrittäjien kanssa yhdessä. Kysymykset käsitelivät jollakin tavalla kyseistä yritystä.

Kysymysten luomisen yhteydessä myös määriteltiin, kuinka paljon oikeasta vastauksesta sai lisäpisteitä. Pystyimme myös antamaan bonuspisteitä, mikäli ensimmäinen vastausyritys oli oikein. Vastaukset ei pelissä rajoiteta, ainoastaan bonuspisteiden määrä vähenee vastausyritysten lisäytyessä.

Pelialusta olisi myös mahdollistanut rasteille lisäominaisuuksia, joita emme JobHunt-pelissä käyttäneet. Vaatimus rastin avaamiseksi olisi voinut olla, että kyseinen rasti avautuisi vasta, kun pelaaja on käynyt esimerkiksi kolmella muulla rastilla tai kun pelaaja on saavuttanut tietyn pistemäärän tai on aikaisemmin käynyt tietyillä yhdellä tai useammalla rastilla. Toinen rastin lisäominaisuus on tehdä rastista ns. salarasti. Salarasti tarkoittaa sitä, että rastit eivät näy kartalla, vaan pelaaja saa äänimerkin niiden ilmestyessä.

HUOMIOITA

Itsessään JobHunt-pelin toteuttaminen X-Routes-mobiilipelillä onnistui hyvin. Pelialustasta johtuvia ongelmia oli oikeastaan vain kaksi. Ensimmäinen liittyi monivalintatehtävien näkyvyyteen. Eräs pelaaja oli valinnut pelin kielesi norjan, mistä syystä suomenkieliset monivalintakysymykset rastin tehtävinä eivät näkyneet. Ongelma korjaantui kieliasetuksia muuttamalla.

Toinen pelialustaan liittyvä ongelma oli, että joidenkin pelaajien jotkut rastisuoritukset eivät kuitenkaan näkyneet pelaajan pisteissä. Tätä ongelmaa selvitettiin pelin valmistajan kanssa, ja syy mitä todennäköisimmin oli se, että rasti sijaitsi syvällä rakennuksessa (esim. Stella) tai katvealueella, jolloin laitteen internetyhteys oli katkennut. Pelin pitäisi merkitä jälkikäteen rastit suoritetuksi, mutta jostain syystä se prosessi ei ollut käynnistynyt verkko-yhteyden palattua.

Pelaajilta saadun palautteen mukaan parannusehdotukset liittyivät rastien julkaisemisen ajankohtaan ja rastien sekalaisuuteen. Toivottiin, että rastien sijainnit olisivat voineet olla näkyvissä jo aikaisemmin, jotta pelaaja olisi voinut etukäteen suunnitella rastien kiertojärjestystä rastien sijainnin ja aukioloaikojen mukaisesti.

Sekalaisuuden voisi korjata merkitsemällä rastit eri väreillä toimialojen mukaan, jolloin jo rastien väristä olisi voinut päätellä, tavoitteleeko yritys kesätyöntekijää, harjoittelijaa, lopputyöntekijää vai mahdollisesti osa- tai kokoaikaista työntekijää. Rastikuvauksesta tulisi myös käydä ilmi, soveltuuko mahdollinen työ alle 18-vuotiaalle. Yksi mahdollisuus myös olisi, että eri toimialojen rastit olisivat auki eri päivinä.

MÄNTYHARJU RACE -KOKEILU

Maija Jormanainen, Heini Rahikainen & Teemu Vitikainen

Artikkeli on tapauskuvaus Mäntyharjussa toteutetusta seikkailupelistä, joka oli auki kuukauden ja oli kiinnostavan juonensa vuoksi suosittu ajanviete heinäkuussa paikkakunnalla. Opiskelijaharjoittelijat ovat koonneet artikkeliin yhteenvedon saadusta palautteesta ja kehittämisideoista.

JOHDANTO

Mäntyharju Race -seikkailupeli toteutettiin kunnan alueella 1.7.–31.7.2017 Observis Oy:n ja GAME ON -hankkeen yhteistyönä. Opiskelijaharjoittelijoiden projektina toteutetun pelikokeilun lähtökohtana oli kysymys, voisiko X-Routes-alustalle suunniteltua digitaalista peliä pelata miehittämättömillä rasteilla. Voisivatko kesäasukkaat, nuoret ja paikalliset asukkaat innostua kesällä kuukauden auki olevasta pelistä? Jotta näihin kysymyksiin saatiin vastaukset, piti Observis Oy:n harjoittelijoiden laatia peli ja tarkastella, miten nämä tulokset saavutettiin. Tämän arvion ovat laatineet pelin suunnittelijat ja toteuttajat Maija Jormanainen Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulusta, Heini Rahikainen Lappeenrannan teknillisestä korkeakoulusta ja Teemu Vitikainen Jyväskylän yliopistosta yhteistyössä Observis Oy:n kanssa.

Mäntyharju Race on esimerkki onnistuneesta kokeilusta. Suurena etuna suunnittelussa oli se, että yksi opiskelijoista oli lähtöisin Mäntyharjusta. Onnistumiseen vaikutti myös, että pienehköllä kesämökkipaikkakunnalla oli tilausta tekemiselle ja toiminnalle kesäaikaan, ja paikalliset toimijat saatiin kokeiluun mukaan. On huomattava, että peli suunniteltiin ja markkinoitiin viiden viikon aikana, ja sen markkinoinnissa olivat mukana aktiivisesti paikalliset Mäntyharjulaiset toimijat. Pelin lähtökohtana oli suunnittelijoiden mukaan hauska, kekseliäs tarina sekä juoni ja mahdollisuus tutustua erilaisiin paikkoihin Mäntyharjussa. Myös eri kategorioiden valinnalla pyrittiin houkuttelemaan eri asioista kiinnostuneita pelaajia mukaan. Osa rasteista oli helpohkoja, ja ne sijaitsivat kävelymatkan päässä keskusta-alueella. Mukana oli myös rasteja, joiden läpikäymiseen vaadittiin autoa tai rautaista kuntoa ja polkupyörää. Alla on opiskelijoiden kuvauksia ja analyyseja pelistä ja sen kehittämiskohteista. Tästä arvioinnista saa kuvan siitä, miten pelaajat näkivät Mäntyharju Race -pelin.

YHTEISTYÖ JA MARKKINOINTIKANAVAT

Opiskelijat saivat tehtäväksiannossa varsin vapaat kädet suunnitella kuukauden kestävä seikkailupeli Mäntyharjuun. Kun idea eri kategorioista (urheilu, taide, kulttuuri, historia ja luonto) selkeni, loppu sujui todella vaivattomasti. Tiimimme pelasi yhteen loistavasti, ja Google Docsia apuna käyttäen suunnittelimme varsin nopeasti pelin juonen, rastien sisällöt sekä saavutukset. Teimme peliä varten runsaasti taustatutkimusta, jotta rastien sisältö olisi mahdollisimman mielekäästä ja kiinnostavaa. Saimmekin kiitosta juuri tältä osa-alueelta. Yhteistyö eri kumppaneiden välillä toimi mutkattomasti. Mäntyharjun kunta sekä Mäntyharjun elinkeinoyhtiö Mäsek kustansivat julisteet sekä flyerit, joita kävimme levittämässä laajalti ympäri Mäntyharjua. Veimme julisteet sekä flyerit myös Mikkelin

matkailuneuvontaan. Lisäksi mainostimme peliä aktiivisesti sosiaalisen median kanavissamme: X-Routesin Facebookissa ja Instagramissa. Useat myös löysivät pelin puskaradion kautta. Mäntyharjun alueen Facebook-ryhmässä käytiin välillä paljon keskustelua peliin liittyen.

Saimme Mäntyharjun kunnan lisäksi yhteensä 15 yritystä ja tahoja mukaan palkintojen muodossa. Mukana olivat Vola Golf, SP GYM, Miekankosken kahvila, Elokuvateatteri Kino, Kirkonkylän kioski, Taidekeskus Salmela, Kärkipyörä, Patikka, Ravintola Rosmariini, Mäntyharjun museo, Vierulan tila, Aten Marja-aitta, Mäntyharjun Apteekki, S-Market Mäntyharju sekä Kurkiniemi. Kurkiniemen kanssa oli palkintojen suhteen kommunikointiongelmia, joista koitui hieman haittaa myös eräälle pelaajalle. Asia saatiin kuitenkin hoidettua. Lisäksi Dada-pizzeria tarjosi kaksi 10 euron lahjakorttia, jotka lähetimme #mju-race-kuvakilpailun voittajille. Kuvakilpailu toteutettiin osana Mäntyharju Race -peliä, ja se toimi erinomaisena markkinointikanavana.

PALAUTETTA PELISTÄ

Saimme palautetta jo pelin aikana sähköpostitse sekä sosiaalisen median kautta. Lisäksi teimme Google Formsilla viralliset palautekyselyt, joihin vastaajat saivat palkinnoksi X-Routes-kangaskassin. Tähän mennessä saatu palaute sekä pelaajien suuri määrä (241 rekisteröitynyttä) osoittaa, että peli oli erittäin pidetty. Se tarjosi monille kesätekemistä sekä tutustutti Mäntyharjulla kohteisiin, joihin ei muuten olisi välttämättä lähdetty tutustumaan. Peliä kuvailtiin koukuttavaksi, hauskaksi, monipuoliseksi sekä mielenkiintoiseksi. Vaikeustasoltaan se oli kaikkien vastaajien mielestä sopiva. Negatiivista ja kehittävää palautetta saimme lähinnä pelin teknisestä toimivuudesta, missä oli ajoittain ongelmia eri puhelinmalleilla. Useimmilla ongelmat kuitenkin ratkesivat päivittämällä sovelluksen, vaihtamalla puhelinta tai pelaamalla peliä verkossa. Lisäksi muutama rasti oli alussa sijoitettu vaikeaan kohtaan (esim. parkkipaikalle betonikaton alle, minkä vuoksi rasti ei havainnut GPS-signaalia, eikä siksi auennut). Vaikka ongelmia ilmeni, kerätyn palautteen perusteella kaikki vastaajat

pelaisivat peliä uudestaan myös tulevaisuudessa. Kehittämiskohteiksi voitaisiin siis mainita yhteistyökumppaneiden vielä parempi informointi ja yhteisymmärryksen varmistaminen, rastipaikkojen tarkempi tarkistaminen sekä teknisten vikojen korjaaminen.

Peliin osallistui aktiivisesti 114 pelaajaa, joista 13 läpäisi pelin. Pelin aikana ansaittiin runsas määrä erilaisia alennus- ja etukuponkeja (530 kpl) joista vain 90 hyödynnettiin. Palautteessa osallistujat kiittivät peliä ja antoivat muun muassa seuraavanlaista palautetta: ”Salarastit ja seuraavien ilmestyminen vasta, kun edelliset oli suoritettu, toi lisäbuustia peliin. Paikat olivat hyvin valittuja, ja ne auttoivat ja kannustivat tutustumaan Mäntyharjuun monipuolisesti.” Osallistujat kiittelivät myös pelin koukuttavaa formaattia ja vaihtelevuutta, kun kanssapelaajien pisteet olivat näkyvillä. Peli myös kannusti liikkumaan ja toi kesälomaan lisätekemistä, positiivisissa palautteissa todettiin. Peli myös toi mielenkiintoisella tavalla uutta ja vanhaa tietoa eri kohteista, ja palkinnot sekä kannustimet olivat positiivinen lisä peliin. Kehittämiskohteissa kiinnitettiin huomiota pelin tekniseen toimivuuteen ja rastien sijoitteluun sekä informointiin pelin laajuudesta ja kestosta. Palaute oli pääosin hyvin rakentavaa.

HUOMIOITA JA SUOSITUKSIA

Opiskelijat keräsivät saaduista palautteista ja omien kokemustensa perusteella seuraavia suosituksia ja huomioita:

- Laadukkaat sisällöt tekevät pelaamisesta mielekkäämpää ja addiktoivampaa.
- Pelisisältöjen avaaminen pikkuhiljaa kannustaa pelaajia etenemään ja saa aikaan koukuttumista.
- Pelaajat kestävät yllättävän paljon teknisiä vikoja, kunhan peli on sisällöllisesti hyvä.
- 91,3 %:lla palautteeseen vastanneilla pelaajilla oli teknisiä ongelmia pelin aikana. Sama prosentti olisi kuitenkin hyvin todennäköisesti valmis pelaamaan vastaavaa peliä uudestaan tulevaisuudessa.
- Pelin tiedonlevityksessä WoM-markkinoinnilla (puskaradiolla) oli suuri rooli. Vastanneista 39,1 % kuuli pelistä Facebook-yhteisössä spontaanisti virinneen keskustelun kautta.
- Tulevaisuudessa erilaisten yhteisöjen roolia markkinoinnissa kannattaa korostaa. Näkyvyys yhteisössä kannattaa kuitenkin luultavasti luoda luonnollisin keinoin, esimerkiksi saada joku käyttäjistä kirjoittamaan kokemuksestaan. Luultavasti pelkkä mainos itse järjestäjän taholta ei ole niin tehokas kuin markkinoitavan asian ympärillä tapahtuva spontaani hyörintä. Esimerkiksi Mäntyharju Recessa keskustelua aiheuttivat tekniset ongelmat. Moni kuitenkin samaan hengenvetoon korosti pelin hyviä sisältöjä ja koukuttavaa pelimekaniikkaa, joten negatiivisen näkyvyyden lisäksi peli sai positiivista näkyvyyttä ja uusia pelaajia.
- Hyvä esimerkki WoMista on myös kuvien jakaminen ja kavereiden suosittelu. Esimerkiksi eräs innostunut pelaaja jakoi monta kuvaa Instagramissaan innostaen

- kavereitaankin pelaamaan; kuvakisa pelaamisesta oli siis toimiva idea.
- Maksettu, targetoitu somemainonta voisi myös toimia markkinoinnin tukena.
 - Palkinnoista motivoivimpia ovat ilmaiset tuotteet ja palvelut, vaikka niiden arvo olisikin pieni. Alennuskuponkeja taas ei pidetty kovin houkuttelevina, mikä näkyi käytettyjen kuponkien määrässä sekä palautteessa.
 - Tulevissa peleissä kuponkien voimassaoloaika kannattaisi jatkaa pidemmälle pelin päättymisen jälkeen.
 - Sekä pelaajien että yhteistyökumppaneiden kommenttien perusteella tällaisesta pelistä voisi tehdä vuosittain toistuvan. Resurssien salliessa peli voisi kestää koko kesäkuu-elokuun lomakauden. Näin saavutetaan suurempi pelaajamäärä, sillä varsinkin lasten pelaaminen riippuu suuresti vanhempien aikatauluista. Jos pelejä tehdään säännöllisesti, ne voisivat rakentua jonkin teeman ympärille.
 - Jotkut toivoivat, että rastit eivät olisi sidottuja aikaan, vaan ne pystyisi suorittamaan milloin vain. Aikaan sidotut rastit voisivat jatkossa olla ekstrarasteja.
 - Peliin voitaisiin ottaa mukaan myös erilaisia paikallisiin tapahtumiin sidottuja rasteja, jotka olisivat kerättävissä vain tapahtuman ajan. Niihin voisi olla mahdollista liittää myös tapahtumiin liittyviä etukuponkeja. Tapahtumarastit vetäisivät pelaajia osallistumaan erilaisiin tapahtumiin. Kannattaisi myös olla yhteydessä tapahtumien järjestäjiin ja sopia peliin soveltuvista eduista. Vaihdoissa järjestäjä saisi uusia kävijöitä.

LÄPSYSTÄ VAI SAATTAEN VAIHTAEN? KOKEILEVA KEHITTÄMINEN NUORTEN TYÖLLISYYDEN EDISTÄMISESSÄ

Sanna Lappalainen

Sipilän hallitusohjelma nostaa kokeilut ja kokeilevan kehittämisen edistämisen tärkeäksi painopistealueeksi etsittäessä keinoja kääntää Suomen talous ja työllisyys uuteen nousuun (Ratkaisujen Suomi 2015; Työ- ja elinkeinoministeriö 2015). Uudenlaisia keinoja tarvitaan myös nuorten työllisyyden edistämiseksi niin Euroopassa, Suomessa kuin alueellisestikin. Kokeilukulttuuri ja kokeileva kehittäminen ovat avainasemassa, kun luodaan uusia tulokulmia ja keinoja nuorten työllisyyden edistämiseksi. Myös Etelä-Savon korkea nuorisotyöttömyys edellyttää rohkeutta tehdä asioita uudella, kokeilevalla otteella.

KOKEILEVA KEHITTÄMINEN NUORTEN TYÖLLISYYDEN EDISTÄMISESSÄ

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Pienyrityskeskukseen GAME ON – Nuorten työllistymistä uudentlaisista digitaalisista kokeiluista -hankkeen keskeisenä tavoitteena on ollut eteläsavolaisten nuorten työllisyyden edistäminen erityisesti digitaalisia ja pelillisiä kokeiluja hyödyntäen. Myös kesäkuussa 2017 käynnistyneessä Digillä duuniin! – Digitaaliset sovellukset nuorten työllisyyspalveluissa -hankkeessa (ESR) nuorten työllisyyttä ja sitä tukevia palveluja kehitetään kokeilukulttuurin, digitaalisuuden ja pelillisyyden myötä. Digillä duuniin! -hanketta hallinnoi Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun nuorisoalan tutkimus- ja kehittämiskeskus Juvenia.

GAME ON- ja Digillä duuniin! -hankkeilla on yhteinen tavoite: eteläsavolaisten nuorten työllisyyden ja työllisyyttä tukevien palvelujen kehittäminen erityisesti pelillisyyttä, digitaalisuutta ja kokeilukulttuuria hyödyntäen. Yhteisen tavoitteen myötä on ollut luontevaa edistää nuorten työllisyyttä yhteisen kokeilevan kehittämisen myötä. Kokeilevalla kehittämisellä tarkoitetaan kehittämisprosessia, jossa esimerkiksi palvelu tai tuote kehittyvät prosessin aikana kohti lopullista muotoaan. Kokeilu ei ole valmiin ratkaisun kokeilua, vaan iteratiivinen, useita kokeiluja sisältävä kehittämisprosessi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015,

12.) Kun kokeiluja on tehty yhdessä, on kehittämistyössä yhdistynyt erilaiset näkökulmat ja niiden myötä kokeilujen kannalta hedelmälliset ideat (ks. Työ- ja elinkeinoministeriö 2015, 17).

GAME ON- ja Digillä duuniin! -hankkeiden yhteisen kokeilevan kehittämisen puitteissa on tehty kaksi nuorten työllisyyttä tukevaa kokeilua, jotka ovat olleet Job Game Jam -tapahtuman järjestäminen sekä nuorten yrittäjämäistä asennetta edistävä kesätyökokeilu. Seuraavaksi artikkelissa avataan kokemuksia yhteisestä kokeilevasta kehittämisestä näihin kokeiluihin pohjaten.

KOKEILU: JOB GAME JAM

Yhtenä pelialaan liittyvänä keskeisenä trendinä pidetään pelinkehittämisen siirtymistä pelinkehittäjiltä pelaajille (esim. Harviainen, Meriläinen & Tossavainen 2013, 124). Kehittämishankkeiden aikana on havaittu, että myös Etelä-Savossa on paljon pelaamisesta, pelialasta sekä pelinkehityksestä ja -tekemisestä kiinnostuneita nuoria. Erilaisia peliryhmiä alueella on melko hyvin, mutta nuoret ovat toivoneet myös pelinkehitykseen ja -tekemiseen liittyvää harrastustoimintaa. Tämän nuorten toiveen pohjalta kehittämishankkeet järjestivät tietävästi Mikkelin ensimmäisen Game Jam -tapahtuman, jonka teemana oli pelien kehitys ja tekeminen sekä pelialan työllistymismahdollisuudet. Kyseessä oli kokeilu, jonka avulla haluttiin koota pelinkehityksestä ja -tekemisestä kiinnostuneet nuoret yhteen.



Yleensä pelinkehittämisellä tarkoitetaan ammattimaista pelien kehitystyötä, kun taas pelintekemisellä viitataan laajemmin esimerkiksi vapaa-ajalla tapahtuvaan pelien tekemiseen ja rakenteluun (Kultima 2014, 134). Job Game Jam -tapahtuman osallistumisen kynnys haluttiin pitää matalana siten, että tapahtuma oli kiinnostava niin pelialan ammattilaisille, pelintekemistä harrastaville tai muutoin asiasta kiinnostuneille. Tapahtuman aikana osallistujilla oli mahdollisuus kehittää ja tehdä erilaisia pelejä sekä osallistua erilaisiin pelialaan ja pelien kehittämiseen liittyviin workshoppeihin. 12 tuntia kestäneen tapahtuman aikana valmistui useita digi-, lauta- ja roolipelejä tai ainakin näiden pelien käsikirjoituksia.

Job Game Jam -tapahtuma oli monialaisen yhteistyön tulos, sillä mukana oli yrittäjyyden, pelialan ja pelaamisen sekä digitaalisen nuorisotyön osajia. Kehittämishankkeiden lisäksi tapahtuman järjestelyissä oli mukana Ohjaamo Olkkari ja Hacklab Mikkeli ry. Kokeilevalle kehittämiselle on luonteenomaista se, että käyttäjät tai asiakkaat otetaan kehittämisprosessin varhaisessa vaiheessa mukaan kokeiluun (ks. Työ- ja elinkeinoministeriö 2015, 12). Myös Job Game Jam -tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa oli useita nuoria mukana. Tapahtumaan osallistuneilta nuorilta kerättiin myös palaute, jonka mukaan osallistujat olivat hyvin tyytyväisiä tapahtuman sisältöihin ja järjestelyihin. Moni osallistujista toivoi tapahtumalle myös jatkoa, minkä vuoksi yhteistä ideointia jatkettiin nuorten kanssa järjestämällä tapahtuman jälkeen pelinkehitykseen ja -tekemiseen liittyvä ideointitilaisuus paikallisessa flipperihallissa.



Kaiken kaikkiaan Job Game Jam -tapahtuma oli onnistunut kokeilu, joka vahvisti pelinkehitystoiminnan potentiaalin nuorisotyössä ja -toiminnassa sekä nuorten työllisyyden edistämisessä. Myös suomalainen pelialan kattojärjestö Neogames Finland ry on nostanut pelinkehitysharrastuksen yhdeksi nuorisotyön strategiseksi painopisteeksi (Neogames Finland ry 2015). Nuorisotyöllisen pelikehitysharrastuksen myötä edistetään osaavan työvoiman saamista pelialalle myös tulevaisuudessa. Ja vaikka nuori ei suuntaisi suoraan pelialalle, harjaannuttaa pelintekeminen muun muassa systeemiajattelua, itseohjautuvuutta, tiimityötaitoja ja epäonnistumisista oppimista, mitkä kaikki ovat tärkeitä tulevaisuuden työelämätaitoja (ks. Kultima 2014, 134; 142).

Kokeilu epäonnistuu vain silloin, kun kokeilusta ei opita yhtään mitään. Asia, missä Job Game Jam -tapahtuman osalta ei onnistuttu erityisen hyvin, oli tapahtuman markkinointi. Tapahtumaa markkinoitiin hyvin aktiivisesti, mutta mahdollisesti esimerkiksi väärää sosiaalisen median kanavia hyödyntäen. Ennako-odotusten vastaisesti nuoria ei tavoitettu sosiaalisen median kautta, vaan valtaosa osallistujista oli kuullut tapahtumasta kavereilta ja tutuilta. Tämä on asia, joka on hyvä ottaa huomioon tulevaisuudessa vastaavia tapahtumia järjestäessä.

KOKEILU: KESÄTYÖTIIMI

Yrittäjämäisyys leimaa yhä useampaa työtä. Tulevaisuuden työelämässä korostuvat yrittäjähenkisyyden ja -asenteen lisäksi esimerkiksi voimakas itseohjautuvuus, organisoititaidot ja teknologiaosaaminen. (Ks. Kautiainen & Kokkonen 2014, 6–7). Jotta nuorilla olisi mahdollisuuksia näiden taitojen oppimiseen, järjestetään kehittämishankkeiden toisena yhteistyön tuloksena kesätyökokeilu. Yleensä kesätyössä nuoret toteuttavat ennalta määriteltäviä, ulkoapäin annettuja tehtävänantoja. Kesätyökokeilussa perustavana ajatuksena on, että nuoret suunnittelevat ja organisoivat yhdessä kesätyön tarkemmat sisällöt oppien samalla työelämässä tärkeitä tiimityötaitoja, yrittäjämäistä työskentelyotetta sekä digitaalista osaamista ja mediataitoja. Kesätyökokeilu toteutetaan yhteistyössä Mikkelin kaupungin nuorisopalveluiden kanssa.

Kesätyökokeilussa tarjotaan viidelle mikkeliäiselle nuorelle mahdollisuus työllistyä kesätiedottajatiimiin, jonka tavoitteena on kokea ja kokeilla nuorille suunnattuja toimintoja ja palveluja sekä viestiä niistä muille nuorille. Kesätiedottajatiimi suunnittelee kesätyön sisällön tarkemmin itse, kun taas hankkeiden tehtävänä on yrittäjäyyskasvatuksen sekä digitaalisen nuorisotyön asiantuntemuksen mukaan tuominen sekä kesätyöntekijöiden sparraaminen. Artikkelin kirjoitushetkellä kesätyötiimiin haku on käynnissä.

Kesätyökokeilu on konkreettinen esimerkki siitä, kuinka kokeileva kehittäminen luo toimintaan jatkuvuutta. GAME ON -hankkeella on ollut vastuu kesätyökokeilun valmistelusta ja suunnittelusta, vaikka se toteutuu vasta hankkeen päättymisen jälkeen. Digillä duuniin!

-hanke on myös ollut mukana kesätyökokeilun suunnittelussa, mutta lisäksi hanke vastaa kesätyökokeilun toteutuksesta GAME ON -hankkeen päättyessä. Näin kokeilu voidaan viedä saattaen vaihtaan päätökseen GAME ON –hankkeen päättyemisestä huolimatta.

Kokeilun epäonnistuminen tai epäonnistuminen tuottaa tietoa siitä, miten kokeilua tulisi kehittää, jotta se toimisi paremmin (Saari ym. 2018, 9). Ensimmäisen kesätyökokeilun jälkeen saadaan tietoa siitä, millaisia nuorten kesäyrittäjyyden ja yrittäjämäisen asenteen edistämiseen liittyviä kokeiluja voitaisiin toteuttaa seuraavana kesänä.

SAATTAEN VAIHTAEN - YHTEINEN KOKEILEVA KEHITTÄMINEN LUO UUDENLAISTA OSAAMISTA, VERKOSTOJA JA JATKUVUUTTA

Kahden hankkeen yhteisen kokeilevan kehittämisen myötä Xamkin Pienyrityskeskukseen vahva yrittäjyyskasvatuksen ja -valmennuksen osaaminen on yhdistynyt nuorisoalan tutkimus- ja kehittämiskeskus Juvenian nuorisotutkimuksen ja nuorisoalan kehittämisen osaamiseen. Yhteisen kehittämisen myötä Xamkin kaksi tutkimusyksikköä tiivistivät yhteistyötä eteläsavolaisten nuorten työllisyyden edistämiseksi.

Kehittämishankkeiden yhteisen kokeilevan kehittämisen hyödyt voidaan kiteyttää osaamisen jakamiseen ja aktiiviseen vuoropuheluun, uudella tavalla ajattelemiseen ja jatkuvuuden takaamiseen. Yrittäjyyskasvatuksen ja nuorisotyön kädenpuristuksen myötä on syntynyt uudenlaista osaamista, uusia verkostoja ja uusia näkökulmia sekä jatkuvuutta nuorten työllisyyden edistämiseksi. Yhteisen kokeilevan kehittämisen myötä on myös vältytty päällekkäisen työn tekemiseltä ja onnistuttu kohdistamaan resurssit järkevällä tavalla. Lisäksi kokeileva yhteinen kehittäminen on edistänyt hankkeissa kehitettävien toimintamallien ja käytäntöjen juurtumista hankkeita laajemmiksi ja yleisemmiksi toimintatavoiksi Etelä-Savon alueella.

LÄHTEET

Harviainen, J., Meriläinen, M. & Tossavainen, T. (toim.) 2013. Pelikasvattajan käsikirja. Saatavissa: <https://www.verke.org/wp-content/uploads/2015/12/pelikasvattajankasikirja.pdf> [viitattu 26.2.2018].

Kautiainen, H. & Kokkonen, A. 2014. Etelä-Savon työt 2025. Tulevaisuuden trendit ja heikot signaalit. Etelä-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Raportteja 15/2014. Saatavissa: http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/94536/Raportteja_15_2014.pdf?sequence=4 [viitattu 21.2.2018].

Kultima, A. 2014. Pelinkehittämisen periaatteita. Teoksessa Krokfors, L., Kangas, M. & Kopisto, K. (toim.) Oppiminen pelissä. Pelit, pelillisuus ja leikillisuus opetuksessa. Tampere: Vastapaino Oy, 133–144.

Neogames Finland ry. 2015. Digitaalinen tulevaisuus on täällä ja se luo kasvua ja töitä Suomeen. Suomen pelialan tavoitteet hallituskaudelle. Neogames Finland ry:n tavoitepaperi. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.neogames.fi/wp-content/uploads/2014/12/Suomen-pelialan-tavoitteet-small.pdf> [viitattu 23.2.2018].

Ratkaisujen Suomi. Pääministeri Juha Sipilän hallituksen strateginen ohjelma 29.5.2015. 2015. WWW-dokumentti. Saatavissa: http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1427398/Ratkaisujen+Suomi_FI_YHDISTETTY_netti.pdf/801f523e-5dfb-45a4-8b4b-5b5491d6cc82 [viitattu 5.2.2018].

Saari, E., Hyytinen, K., Hasu, M., Hyypiä, M., Korvela, P., Käpykangas, S., Leväsluoto, J., Melkas, H., Nordlund, A. Pekkarinen, S., Toivonen, M. 2018. Kokeilut käytäntöön työkirja. Saatavissa <https://www.ttl.fi/wp-content/uploads/2017/12/kokeilut-kaytanton-tyokirja.pdf> [viitattu 26.2.2018].

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015. Kokeileva kehittäminen. WWW-dokumentti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 67/2015. Saatavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75056/TEMrap_67_2015_web_18112015.pdf?sequence=1 [viitattu 6.2.2018].

HYVINVOINTIA PELEJÄ TEKEMÄLLÄ?

Taneli Selin

Artikkelissa pohditaan, mitkä seikat saavat nuoria tulemaan peliryhmiin ja kehittämään pelejä ja mitä nuoret näistä peliryhmistä ja erilaisista pelinkehitystapahtumista voivat saada.

Peleillä ja pelaamisella on vahva rooli Ohjaamo Olkkarin nuorten harrasteryhmissä ja vapaa-ajan toiminnassa. Sosiaalisten lautapelien ääreen kokoontuvat keskiviikkoisin VIP-Pelaajat. Yksi tämän ryhmän tarkoituksista on lisätä kasvokkaista vuorovaikutusta, yleensä verkon välityksellä pelejä pelaavien nuorten elämään. Pöydän ääressä pelattavat roolipelit taas kokoavat yhteen peliryhmän perjantai-iltaisoin. Ohjaamo Olkkarin tehtäviin kuuluukin matalan kynnyksen ohjaus- ja neuvontapalveluiden ohella nuorten omaehtoisten sekä ammattilaisvetoisten ryhmätoimintojen mahdollistaminen.

Ohjaamo Olkkarin ryhmä- ja yksilötyötä tekevä henkilökunnan kautta kantautui viesti pelien tekemisestä kiinnostuneista nuorista. Motiivit kiinnostuksen taustalla keskittyivät muutaman tekijän ympärille: osa nuorista oli kiinnostuneita kokeilemaan pelien tekemistä, osalle taas pelien tekeminen oli tutumpaa, mutta he kaipasivat tukea muilta harrastajilta, jotkut olivat kiinnostuneita pelialan opiskelumahdollisuuksista ja olipa joukossa myös pelialan yrittäjyydestä haaveilevia. Haaste uudenlaisen toiminnan tarjoamisesta oli siten esitetty.

Ohjattu ryhmätoiminta pelintekijöille alkoi Ohjaamo Olkkarissa keväällä 2017. Ohjaamo Olkkari tarjosi ryhmän käyttöön tilat ja ohjasi mukaan pelien tekemisestä kiinnostuneita nuoria. Varsinaista teknologista ja kerronnallista pelinkehitysoasaamista varten mukaan hankittiin asiantuntija-apua. Yhteistyökumppaniksi valikoitui tarjousten perusteella mikkeliläinen Metatavu Oy, joka tarjosi digitaalisten pelien kehityksen lisäksi osaamista perinteisempien lauta- ja roolipelien osalta.

PELIEN TEKEMISTÄ RYHMISSÄ OMIA VAHVUUKSIA JA LUOVUUTTA HYÖDYNTÄEN

Toiminnan tavoitteen ollessa mielekkään ja luovan vapaa-ajan toimintamahdollisuuden tarjoaminen ei pelien toteutustapaa rajattu pelkästään esimerkiksi digitaalisiin peleihin.

Innostava tarina ja tasapainotettu pelimekaniikka ovat yhtä lailla tärkeitä pelien toteutustavasta riippumatta. Samoin yhdessä toimimisen edut luovassa aihepiirissä ovat yhteneviä kaikissa toteutustavoissa: tavataan uusia ihmisiä, tunnistetaan sekä omaa että muiden osaamista, opitaan toimimaan uudessa ryhmässä ja päästään toteuttamaan omaa luovuutta.

Pelejä ryhdyttiin tekemään noin neljän henkilön kokoisissa pienryhmissä. Joillakin osallistujista oli jo valmiina idea pelistä sekä sen toteutukseen osallistuvan pienryhmän jäsenistä. Ketään ei kuitenkaan jätetty vaille ryhmää, vaan ryhmien muodostamisessa pyrittiin huomioimaan kunkin vahvuudet ja mielenkiinnon kohteet. Ryhmän jäsenten vahvuudet voivat olla erilaisia, sillä onnistuneen pelin tekemiseen osallistuvilta tarvitaan mm. taiteellisia, teknisiä ja suunnittelutaitoja (Schell 2008, 271).

Mahdollisuus osallistua vapaa-ajan harrastukseen on hyvinvoinnin kannalta merkityksellistä. Erik Allardt on määritellyt hyvinvoinnin edellyttämät tarpeet kolmeen eri ulottuvuuteen: having (elintaso), loving (yhteisyyssuhteet) ja being (itsensä toteuttamisen muodot). Harrastus, jossa yksilö voi toteuttaa itseään luovuuttaan käyttäen ja kokea siten arvostusta korvaamattomana yksilönä, mahdollistaa being-ulottuvuuden tarpeiden täyttymisen. (Allardt 1976, 37–39, 46–49.)

Yhteisyyssuhteet eli loving-ulottuvuus tarkoittaa sosiaalisen vuorovaikutuksen kautta syntyviä resursseja. Allardtin mukaan ihmisellä on luontainen tarve olla osana ja kuulua sosiaalisten suhteiden verkostoihin, jotka tarjotessaan kaksisuuntaisesti pitämisen ja välittämisen tunteita tuottavat yhteisyyden resurssin. Näitä resursseja hyödyntäen yksilö voi edistää omien arvojen toteutumista sekä muiden hyvinvoinnin tarpeiden tyydyttymistä. (Allardt 1976 42–46.)

Ryhmätoiminta organisoitiin kevyeksi mahdollistaakseen sekä ajasta että paikasta riippumattoman pelinkehitystoiminnan harrastamisen. Tämä asetti ryhmään osallistuville edellytyksen tuoda mukanaan omat välineet eli esim. kannettavan tietokoneen tai piirustuslustan. Omia laitteita käyttäen työskentelyvälineet olivat siten jo tuttuja sekä ennen kaikkea pienryhmien toiminta pystyi jatkumaan verkossa lähitapaamisten välillä.

Peliprojektien loppuun saattaminen vie aikaa, sillä ne ovat yhteisen luovan prosessin tulos, joka kehittyy koko työskentelyn ajan. Siksi jo ryhmätoiminnan kokeiluun oli varattu aikaa koko kevät. Kokemukset ryhmään osallistumisesta olivat varsin positiivisia: tarjotut asiantuntijapalvelut olivat olleet sisällöltään mielenkiintoisia ja ryhmien työskentelyä kannustavia. Syntyipä kevään aikana pelejäkin. Tärkeintä oli kuitenkin pelien tekemisestä kiinnostuneiden nuorten tavoittaminen ja yhteisen toiminnan mahdollistaminen heille.

HARRASTUKSESTA NÄKYMIÄ MYÖS ALAN OPINTO- JA TYÖLLISTYMISMAHDOLLISUUKSIIN

Kipinä pelien tekemiseen jäi kuitenkin kytemään nuorten keskuuteen ja jatkoa toivottiin kovasti. Seuraava askel otettiin yhteistyössä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun hallinnoimien GAME ON – Nuorten työllistymistä uudenaikaisista digitaalisista kokeiluista sekä Digillä duuniin! -hankkeiden kanssa. Hankkeet toivat tavoitteidensa myötä kaivatun elementin toimintaan: kumpikin hanke kehittää eteläsavolaisten nuorten työllisyyttä ja työllisyyttä tukevia palveluita erityisesti pelillisyyttä, digitaalisuutta ja kokeilukulttuuria hyödyntäen. Oli siis aika tarjota näkymiä ja jatkopolkuja laajemmin ja pidemmälle kuin pelkkään yhteisölliseen vapaa-ajan toimintaan.

Game Jam -tapahtumissa kokoontuvat yhteen pelien tekemisestä kiinnostuneet henkilöt. Tapahtumien kohderyhmät tai teemat voivat vaihdella, mutta pääsääntöisesti niiden periaatteena on se, että kuka tahansa pystyy olemaan osa pelinkehitysryhmää. Tapahtumat voivat olla kilpailuhenkisiä tarjoten suuriakin palkintoja, mutta myös vailla kilpailullisia elementtejä. Tapahtumat voivat tarjota osallistujilleen riskittömän tilaisuuden kokeilla pelin tekemistä, mikä taas motivoi käyttämään rohkeasti luovuutta. (Kultima 2015.)

Job Game Jam -tapahtumassa painotettiin pelialan työllistymismahdollisuuksia niin työn tekijänä kuin yrittäjänä. Tapahtumassa kuultiin innostavia tarinoita paikallisilta pelialan ammattilaisilta, kuinka peliala oli tarjonnut mahdollisuuden muuntaa oma harrastus palkatyöksi.

Tapahtumaan osallistuneilta kerätyn palautteen perusteella tapahtumalle oli kysyntää. Osallistujat toivoivat jatkossa samankaltaisia tapahtumia, mutta kestoaltaan pidempinä, jopa viikonlopun kestävinä. Pidempi tapahtuman kesto mahdollistaisi monipuolisemman ja syvällisemmän ohjelmatarjonnan. Työskentelyajan sekaan sijoitetut työpajat jakoivat mielipiteitä: osan mielestä ne rikkoivat yhtenäistä työskentelyaikaa pelinkehityksen haitaksi, mutta osa tunsu niiden kannustavan ja tukevan työskentelyä.

Erilaiset pelien tekemiseen ja pelinkehitykseen liittyvät tapahtumat ovat saaneet liikkeelle uuden ihmisryhmän Mikkeliissä. On syntynyt uusia sidoksia, jotka yhdistävät aiemmin toisilleen tuntemattomia. On kasvanut kaverisuhteita yhteistä teosta luodessa. On kohdattu muitakin pelien tekemisestä kiinnostuneita. Onko saavutettu samalla Allardtin (1976, 42–46) kuvaamia yhteisyysuhteita, jotka oman ulottuvuutensa osalta tukevat hyvinvointia?

LÄHTEET

Allardt, E. 1976. Hyvinvoinnin ulottuvuuksia. Helsinki: WSOY.

Kultima, A. 2015. Defining Game Jam. Foundations of Digital Games Conference.

Schell, J. 2008. The Art of Game Design: A book of lenses. CRC Press.

YHTEENVETOA JOBHUNT-TYÖLLISTYMISMALLISTA

Niko Arola

Tähän viimeiseen kappaleeseen on kerätty joitakin keskeisiä huomiota ja suosituksia JobHunt-pelin suunnitteluun ja toteutukseen liittyen. Uudet ideat on tekstissä kursivoitu. Lopussa on listaus JobHunt-peliin 2017 ja 2018 osallistuneista yrityksistä. Tarkempaa tietoa pelin toteutuksesta voi lukea julkaisun aiemmista artikkeleista ”JobHunt – uusi malli nuorten työllistymiseen -kokemuksia kehittämisestä” ja ”X-Routes-seikkailupelin luominen ja käyttö JobHuntissa”.

JOBHUNT 2018 PÄHKINÄNKUORESSA

- JobHunt on GAME ON -hankkeen puitteissa toteutettu, paikkatietoon pohjautuva peli, jonka avulla voidaan yhdistää työnantajat ja työntekijät.
- Peliä pelataan vierailemalla yrityksissä ja suorittamalla kussakin yrityksessä vaaditut toiminnalliset tehtävät. Lisäksi pisteitä voi ansaita vastaamalla oikein yrityksen laatimiin kysymyksiin.
- Osallistujina oli eri alojen opiskelijoita Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulusta ja Etelä-Savon ammattiopistosta sekä 15–29-vuotiaita, joille työnhaku oli ajankohtaista.
- Mukana 16 yritystä ja 4 organisaatiota Mikkelin alueelta, jotka edustivat seuraavia toimialoja: pankki, kauppa ja palvelut, sosiaali- ja hoivapalvelut, puhtaanapito, matkailu ja ravintola-ala.
- Pelaajia 150, jotka edustivat samoja toimialoja kuin yritykset.
- Peli julkaistaan X-Routes-sovelluksessa.
- Yritysrastikuvauksessa tuodaan esille yritys ja sen tarjoamat mahdollisuudet halutulla tavalla.
- Pelaajat näkevät rastit kartalla ja voivat lukea kuvaukset.
- Pelaajat suunnistavat sovelluksen avulla yritysrasteille ja suorittavat yrityksen antamia tehtäviä ja/tai vastaavat kysymyksiin sekä samalla tutustuvat yritykseen.
- Kysymyksillä voi osallistujien osaamisen lisäksi mitata yrityksen kiinnostavuutta tai tunnettuutta pelaajien keskuudessa.
- Pelissä pisteitä eniten keränneet palkitaan.

VALMISTELUAIKATAULU

- Opettajien ja opiskelijaryhmien mukana olosta on sovittava edellisenä lukuvuonna.
- Selkeät ohjeet ja tehtäväksi annetut rasteja suunnitteleville ja toteuttaville opiskelijatiimeille.
- Varsinainen valmistelutyö on hyvä aloittaa n. 5–6 kuukautta ennen toteutusta
 - ✓ työryhmän säännölliset kokoukset joka toinen viikko ja työnjako.
- Yritysten rekrytointi noin 2 kk ennen tapahtumaa.
- Muiden kumppaneiden ja lehdistön sitouttaminen peliin n. 2 kk ennen peliä.
- Markkinoinnin aloittaminen n. 2 kuukautta ennen tapahtumaa.
- Opiskelijoille ja yrityksille olisi hyvä varata yhteistä työskentelyaikaa noin 1 kuukausi.
- Ajankohdan suunnittelussa on huomioitava muut kurssit ja samaan aikaan järjestettävät tilaisuudet
 - ✓ mahdollinen yhteistyö muiden tapahtumien kanssa.
- Palautteen keräämiselle ja analysoinnille on annettava aikaa pelin jälkeen
 - ✓ palautekyselyt yrityksille osallistujille ja toteuttajille.

KESKEISIÄ HAVAINTOJA YRITYSTEN REKRYTOINNISTA JA YHTEISTYÖSTÄ NIIDEN KANSSA

- Selkeä ja yhdenmukainen markkinointipaketti yrityksille
 - ✓ Hyödyt, mitä edellyttää yritykseltä, miten prosessi etenee ja mahdollinen esimerkki rastitoteutuksesta esitettävä selkeästi.
 - ✓ Yrityksen toiveet yhteydenottotavoista ja tiedonsaantitavoista otetaan huomioon.
- Markkinoinnissa haastetaan ja kannustetaan yrityksiä haastamaan toisiaan
 - ✓ Haasteet näkyville pelin sivulle.
- Yritysmarkkinoinnissa hyödynnetään tietoa jo mukana olevista yrityksistä.
- Yrityksille on hyvä tiedottaa käytännöistä ja peleistä useita kanavia myöten (infotilaisuus, videointi, kirjallinen ohjeistus ja opiskelijatiimien kautta tiedon levittäminen).

OLENNAISIA HUOMIOITA NUORTEN SITOUTTAMISESTA

- Helppoa, matala kynnyys osallistumiseen
 - ✓ ei ennakkoilmoittautumisia.
- *Sitouttaminen voi tapahtua vaikka yhteisellä aloituksella pelipäivän alussa, jos mahdollista.*
- Opintoihin kytkeminen toimii parhaiten
 - ✓ minimimäärä rasteja käytävä ja seuranta oltava kunnossa.
- Tiivis toteutus, joka on suunnattu tietyille kohderyhmälle
 - ✓ *toteutus yhden päivän aikana yhdelle toimialalle toiminee tehokkaimmin.*
- Palkinnoista tiedottaminen
- *Jos pelissä on isompi palkinto, sitä voi hyödyntää nuorille markkinoinnissa.*
- Markkinoinnissa voisi hyödyntää myös harrastusporukoita haastamalla heitä pelaamaan.

OLENNAISTA HUOMIOITAVAA MARKKINOINNISSA OSALLISTUJILLE

- Nuoret suunnittelemaan ja toteuttamaan markkinointia
 - ✓ osana opintoja.
- Eri some-kanavien tehokas hyödyntäminen
 - ✓ Nuorten näkemys huomioitava kanavien valinnassa.
- Kohdennettuna opettajien kautta tietoa eri ryhmille
 - ✓ Opettajat on saatava innostumaan ideasta.
- Kiinnostava viesti ja ulkoasu tavoitellulle kohderyhmälle.

JOBHUNT-APPLIKAATIO

- Sovelluskaupasta ladattava karttapohjainen X-Routes-sovellus toimii varsin hyvin.
- Rastien sisällöt ja kuvaukset toimitetaan ajoissa pelin laatijalle.
- JobHunt-peli on hyvä avata jo viikkoa ennen heti, kun rastisisällöt ovat valmiina.
- Pelin laatiminen omatoimisesti varsin yksinkertaista.
 - ✓ Aikaa tulee varata muutama päivä.

MUITA KESKEISIÄ HUOMIOITA JA SUOSITUKSIA JOBHUNT-PELIN TOTEUTUKSEEN LIITTYEN

- Kiinnostavimmat rastit ovat riittävän haastavia, toiminnallisia ja niissä on mukana yrityksen edustaja.
- Rastien on hyvä sijaita riittävän lähellä toisiaan ja niiden on hyvä olla ajallisesti järkevästi jaoteltuna.
- Ongelmatilanteiden varalta on oltava numero tekniseen tukeen.
- Palautteen kerääminen onnistuu parhaiten rasteilla, joten toteuttajatiimin on hyvä kiertää niillä.
- Rastitiimiläisten tulee erottua osallistujista
 - ✓ yhtenäinen asu tai nimikyltit tms.
- Rastin vastuupiskelijat osaavat kertoa riittävästi yrityksestä.
- Tiedotusta ja tuloksia varten myös opiskelijatiimiläiset voivat kerätä palautetta ja kuvata rastitunnelmaa.

KEHITTÄMISIDEOITA

- *JobHunt-työllistymismallin toteutus yhteistyössä jonkin muun nuorten työllistymistä edistävän tapahtuman kanssa limittäin*
- *Pelin toteuttaminen myös ulkomaalaistaustaisille*
- *Rastien luokittelu eri kohderyhmille esimerkiksi värikoodein*
 - ✓ *Esim. toimiala, soveltuu alle 18-vuotiaille / kesätyö / osa-aikatyö / harjoittelu / opinnäytetyö.*

JOBHUNTIIN OSALLISTUNEET YRITYKSET JA ORGANISAATIOT (AAKKOSJÄRJESTYKSESSÄ)

2017

2017	2018
Call Waves Solutions Finland Oy	Ateriapalvelu Ahkeraliisa Oy
Casemet Oy	Burger King Mikkeli
Estery ry.	Geriwel Oy
Gigantti Oy / Mikkeli	Huoltsikka Oy
Haaja & Arwo Design Oy	K-Citymarket Mikkeli
JT Upkeep Oy	Kenkävero
Kaakon Viestintä Oy	Kyyhkylän Kuntoutuskeskus
KonevuokrausYkköset Oy	Mikkelin ruoka- ja puhtauspalvelut
Matrel Oy	Mikkeli Siivotaan Oy
Metatavu Oy	Observis Oy
Mikkelipuisto	Palvelutalo Annakoti
Mikkelin Betoni Oy	Osuuskauppa Suur-Savo
Lähitapiola	Pietarin Pirtti
Löydön Kartano	Ramin konditoria
Observis Oy	SAVAS Savon Vammaisasuntosäätiö
Pannukakkutalo	Serviini Oy
RockingFuture	Suomenniemen Säästöpankki
Savon Talohoito STH Oy	Suur-Savon Osuuspankki
Siimet Oy	Vetrea Terveys Oy Pelakuu
Suomen talotekniikka STT-yhtiöt Oy	Vuoropäiväkoti Vilttihattu/ Mikkelin kaupunki

