

Eloranta Niko

Elämyksellinen ja osallistava virtuaaligalleria

Kehittämisehdotuksia toteutuksen tueksi

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotanto AMK

Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Opinnäytetyö

31.3.2014

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Niko Eloranta Elämyksellinen ja osallistava virtuaaligalleria – Kehittämisehdotuksia toteutuksen tueksi 53 sivua + 6 liitettä 31.3.2014
Tutkinto	Kulttuurituottajan AMK-tutkinto
Koulutusohjelma	kulttuurituotannon koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	-
Ohjaaja(t)	Lehtori Laura-Maija Hero
<p>Tämä opinnäytetyö toteutettiin tapaustutkimuksena. Se oli yhden kehittämishankkeen osa elämyksellisen ja osallistavan, visuaalisille taiteille suunnatun, virtuaaligallerian toteuttamiseksi Internetiin. Virtuaaligalleriaa on suunniteltu pohjalta toteuttamassa NetAround Oy. Tutkimuksella selvitettiin, mitkä olisivat elämykselliset keinot viedä taideteoksia virtuaaliseen tilaan, miten virtuaaligalleriassa vierailusta luodaan yleisölle mahdollisimman elämyksellinen kokemus ja miten tehdä tästä monipuolisesti yleisöä osallistava kokonaisuus.</p> <p>Virtuaaligallerian toteutuksen lähtökohtia lähdettiin pohtimaan elämyksen, osallistamisen ja virtuaalisuuden teoreettisessa viitekehyksessä. Teoriaan tutustumisen jälkeen tutkimusten kautta kerättiin tietoa kahdella eri menetelmällä. Ensin toteutettiin aivoriihi Ikaalisten käsija taideteollisuusoppilaitoksen luovan alan opiskelijoiden kanssa. Toisessa vaiheessa suoritettiin vertaisanalyysin kautta jo olemassa olevien virtuaaligallerioiden sisältöjen tutkimista.</p> <p>Teorian ja näiden kahden menetelmän pohjalta koottiin kehittämissideoita virtuaaligallerian toteuttamiseksi. Työn tuloksia voidaan soveltaen hyödyntää myös muunlaisen näyttely- ja kulttuuritoiminnan elämykselliseen ja osallistavaan esittelemiseen verkossa.</p> <p>Tutkimuksien kautta selvisi, ettei elämyksellisen ja osallistavan virtuaaligallerian toteutusvälttämättä vaadi suuria resursseja - enemmänkin vain innovatiivista ja avarakatseista lähestymistä aiheeseen. Yleisön osallistaminen tulee aloittaa jo virtuaaligallerian taiteilijoiden valinnassa. Taiteilijoiden ja heidän teostensa elämyksellisen kokemisen tukena gallerian yleisö haluaa kuulla niiden taustoista enemmän. Niiden toimivimpana esittelykeinona toimii videomateriaali.</p>	
Avainsanat	Visuaalinen taide, elämys, osallistaminen, virtuaalisuus

Author(s) Title Number of Pages Date	Niko Eloranta Experiential and participatory virtual gallery -Development ideas to support the execution 53 pages + 6 appendices 31 March 2014
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Cultural Management
Specialisation option	-
Instructor(s)	Laura-Majja Hero, Lecturer
<p>This thesis was executed as a case study. It was a part of a development project in order to create an Internet based virtual gallery aimed for visual arts, and which will offer experiences and will make public participate in it. The virtual gallery will be executed based on my proposal by NetAround Ltd. The thesis is conducted in order to find out which would be the experiential means to set artworks to virtual space, how to make a visit in the virtual gallery as memorable experience as possible, and how to make it an ensemble that is participatory in a diverse way for the public.</p> <p>The basis of the execution of the virtual gallery was created by studying existing theories of experience, participation and virtuality. After the theoretical framework, research data was collected by two different kinds of methods. First a brainstorm was executed among the students of Ikaalinen College of Crafts and Design and the results were analyzed based on the theory. On the second phase a benchmarking analysis was carried out by studying the contents of the existing virtual galleries.</p> <p>Development ideas for the virtual gallery were drawn based on the theory and the results of the two research methods. The results of the research can be generalized to some extent also into presenting other kinds of exhibition and cultural activities in an experiential and participatory way in the Internet.</p> <p>The research indicated, that massive resources are not necessary in order to create an experiential and participatory virtual gallery –instead more innovative and open minded approach to the topic is important. The participation of the public should begin already when choosing artists for the virtual gallery. The public wants to learn more about the backgrounds of the artists and their artworks in order to support the memorable experience. The best way to present them is video material.</p>	
Keywords	Visual arts, experience, participation, virtuality

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Osallistamisen kautta elämyksiin	3
2.1	Elämysyhteiskunta nyt	4
2.2	Elämyksen ja kokemuksen suhde	5
2.3	Elämysmallit	7
2.3.1	Pine & Gilmoren malli	7
2.3.2	Lapin elämysteollisuuden malli	9
2.4	Osallistaminen - yleisön ja taiteen suhde toisiinsa	11
2.5	Osallistaminen ja viestintätavat Internetissä	12
2.6	Virtuaalisuus	15
3	Tutkimuskysymykset	17
4	Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät	18
4.1	Lineaarinen malli	19
4.2	Tiedonkeruumenetelmät	20
4.2.1	Esiselvitys	21
4.2.2	Aivoriihi	22
4.2.3	Benchmarking	25
5	Tulokset - millainen olisi elämyksellinen ja osallistava virtuaaligalleria	26
5.1	Kirjallisten ideoiden kautta keskusteluun	26
5.1.1	Eri teosten esittelytekniikat luovat virtuaaligallerian tunnelman	26
5.1.2	Elämyksen ja osallistamisen avaimet virtuaalisessa tilassa	30
5.1.3	Osallistamisen keinot virtuaaligalleriassa	34
5.1.4	Osallistaminen teosten valinnassa voi luoda elämyksiä	35
5.2	Hyviä käytäntöjä olemassa olevista virtuaaligallerioista	36
5.2.1	Benchmarkingin kohteet	37
5.2.2	Visuaalinen materiaali teosten esittelyssä	38
5.2.3	Elämyksiä virtuaalisessa taidenäyttelyssä	39
5.2.4	Osallistaminen benchmarking kohteissa	41
6	Kehittämisehdotukset	43
7	Pohdinta	46
	Lähteet	51

Liitteet

Liite 1. Kutsu aivoriiheen

Liite 2. Aivoriihen rakenne

Liite 3. Aivoriihi – taulukko, tekniikat joilla viedä taideteos virtuaaliseen tilaan

Liite 4. Aivoriihi – taulukko, elämyksellisiä elementtejä virtuaaligallerian toteutukseen

Liite 5. Aivoriihi – taulukko, osallistaminen virtuaaligallerian toiminnassa

Liite 6. Benchmarking analyysi taulukossa

1 Johdanto

Innostukseni kehittämistyöni yleisöä osallistavan ja elämyksellisen virtuaaligallerian toteutuksesta visuaalisille taiteille lähtee omasta monialaisesta taiteilijataustastani. Jo ammattitaiteilijana toimiessani kävi selväksi, kuinka kallista gallerioiden vuokraaminen on. Varsinkin uransa aloittelevien taiteilijoiden on useimmiten hyödynnettävä kaikki keinot löytää yleisönsä, vaikka tämä tapahtuisi alussa oman taloudellisen toimeentulon kustannuksella. Monet lahjakkaatkin taiteilijat maksavat uransa alkuaikana suuria summia galleriavuokrista, mutta eivät saa näistä näyttelyistään taloudellista vastinetta. Pikemminkin he pitävät näyttelyitä tappiollisesti, toivoen niiden joskus tulevaisuudessa maksavan itsensä takaisin. Ymmärretään, että tämä on yksi markkinoinnin, näkyvyyden ja tunnettuuden hakemisen keino, joka on vain hyödynnettävä kuluista välittämättä.

Koska Internetin käyttö kaikilla kulttuurin kentillä on yleistynyt, ja sitä kautta on syntynyt mahdollisuus tavoittaa isojakin massoja ilman suuria kuluja, tulisi tätä mahdollisuutta hyödyntää visuaalisten taiteiden esittelyyn arvollensa sopivassa ympäristössä. Tämä väylä mahdollistaa myös kansainvälisen yleisön saavuttamisen hyvin helpolla tavalla.

Taiteilijan, joka kehitystyöni kohteena olevassa virtuaaligalleriassa töitään esittelee, tulee kokea tämä ympäristö sopivaksi taiteensa esittelyyn. Hänen on käsitettävä virtuaalinen tila Internetissä vaihtoehtona näyttelyn järjestämiselle fyysisessä galleriassa, ja koettava tämä konsepti houkuttelevana taloudellisessa mielessä. Lisäksi hänen on nähtävä virtuaaligalleria erilaisia markkinointimahdollisuuksia luovasti hyödyntävänä ja mahdollisuuksia urallaan avaavana kokonaisuutena.

Taiteen kuluttajan puolestaan tulee saada kokea elämyksiä tähän virtuaaliseen maailmaan astuessaan, aivan kuten fyysisissä gallerioissakin pyritään tarjoamaan.

Tässä kehittämistyössäni ei ole tarkoitus suunnitella taiteen verkkokauppaa, vaikka seuraavissa vaiheissa tullaankin tulevaisuudessa ottamaan myös teoksien myynti ja tilan kaupallisuus huomioon. Tässä vaiheessa tätä virtuaaligalleriaa suunnitellaan markkinoinnillisesta näkökulmasta, jossa taiteilijoita ja heidän teoksiaan halutaan tuoda mahdollisimman tehokkaasti ja erottuvasti yleisön tietoisuuteen. Tarkoitukseni on löytää keinoja, miten visuaalinen taide voitaisiin esitellä elämyksellisesti ja mahdollisimman realistisesti yleisölleen virtuaalisessa maailmassa. Pyrin myös löytämään uu-

sia, innovatiivisia ja innostavia keinoja yleisön osallistamiseen niin virtuaaligallerian toimintaan ja elämyksellisiin sisällön tuottamiseen, kuin virtuaalisen gallerian markkinointiin ja sen toiminnasta tiedottamiseen.

Vaikka suunnittelun alkuperäiset lähtökohdat ovat olleet uraansa aloittelevien taiteilijoiden promoamisessa, tämän virtuaalisen galleriatilan käyttö ei tule rajoittumaan vain heihin. Sen sijaan tarkoitukseni on kehittää tila, joka soveltuu missä tahansa uransa vaiheessa olevan taiteilijan esittelyyn.

Näen, että opinnäytetyöni kartoituksen tulokset hyödyntäisivät varsinkin aloittelevia taiteilijoita heidän suunnitellessaan uraansa sekä töidensä esittelyä Internetissä. Opinnäytetyössäni voin jakaa tärkeää informaatiota Internetin hyödyntämisestä taiteen markkinoinnissa myös isompien kulttuurilaitosten näkökulmasta, koska tällainen palveluiden kehittäminen - uusien ja osallistavien taiteen jakokanavien löytäminen ja hyödyntäminen - on varmasti myös asiakkaita taistelevien kulttuurilaitosten intressinä kokoaikaisen kehittyvillä kulttuurin markkinoilla.

Kulttuurituottajan näkökulmasta kehittämistyöni tutkimuskohteen lähestyminen elämyksen ja osallistamisen näkökulmista avaa näitä näkemyksiä myös laajemmin. Eikö jokaisen kulttuurituotteen ja palvelun tulisi olla elämys kokijalleen? Ja eikö ole tätä päivää ottaa yleisö ja sen kokemus ja näkemys osaksi koko prosessia? Osallistamisella voidaan tuoda aivan uusia näkökulmia yleisön kokemukseen, ja laajentaa siten elämysten tuottamista kulttuurituotannon kentällä.

Kartoitukseni pohjana on opinnäytetyöni tilaajan, NetAround Oy:n, varaama domain galleri.fi. NetAround Oy on suomalainen tietojärjestelmähankkeiden projektijohtamis- ja konsultointipalveluita tarjoava konsulttiyritys. Yrityksen omistajat ovat aktiivisia taiteen tekijöitä sekä kuluttajia, joten opinnäytetyöni ideaa on alusta alkaen työstetty yhteistyössä heidän kanssaan. Kokonaisuutta on tarkoitus lähteä kehittämään ensin pienin resurssein, ja tämän kokeilun kautta tutkia, olisiko tällaiselle palvelukokonaisuudelle suurempaakin kysyntää niin taiteilijoiden kuin taiteen kuluttajien keskuudessa.

Toteutin kartoituksen keräämällä ensin aiheeseen liittyvää teoriaa. Seuraavaksi toteutin avoriihen Ikaalisten käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksessa luovien alojen opiskelijoiden parissa. Tämän lisäksi etsin muita virtuaalisia gallerioita benchmarkkausta varten.

En kuitenkaan tämän opinnäytetyöprosessin aikana pyri pääsemään virtuaaligallerian toteutuksessa fyysiselle tasolle, vaan tarkoitukseni on kartoittaa kyseisen gallerian rakennetta ja sisältöjä elämyksen ja osallistamisen kautta. Itse virtuaaligallerian toteutus jää tilaajien tulevaisuuden projektiksi. Pysin kuitenkin opinnäytetyöni lopussa antamaan tilaajalle keinoja viedä projektia eteenpäin kehittämissuunnitelmieni pohjalta, ja jakamaan tilaajan kanssa ajatuksia siitä, mitä asioita tulisi vielä selvittää ennen kyseisen virtuaaligallerian fyysistä toteutusta.

Mandel (2008) toteaa, että kulttuurituottajien rooliin ei kuulu vain uusien rahoituslähteiden löytäminen ja organisaatorakenteiden tutkiminen tiettyä kulttuurilaitosta varten. Siihen kuuluu myös uusien yleisöryhmien etsiminen ja löytäminen eri taiteiden alalta, taiteen uusien yhteiskunnallisten käyttötapojen keksiminen, taiteiden vaikutuksen lisääminen yhteiskunnassa ja monipuolinen kulttuurielämän stimuloiminen. Kulttuurituotantoa voidaan pitää tärkeänä osana kollektiivista luovuuden prosessia, joka ei pelkää tuota taideteoksia, vaan jossa myös suunnitellaan näiden teosten vastaanottoa prosessin oleellisena osana. Mandelin mukaan tämä on johtanut siihen, että tarvitaan uusia taiteen ja kulttuurin välittymisen muotoja, jotka voivat rakentaa siltoja ihmisten yksityiselämän ja taiteen ja kulttuurin maailman välille. Näin pystytään herättämään onnistuneesti uusien kävijäryhmien kestävä kiinnostus taiteisiin, ja tarjoamaan niin yksilöille kuin koko yhteiskunnalle rikastuttava kokemus. Mandelin mielestä taide myös kärsii imagostaan. Sitä pidetään hyvin hienona ja etäisenä ihmisten arkisista huolenaiheista - elitistisenä ja ylellisenä. Tämä voi estää ihmisiä osallistumasta taidetapahtumiin. (Mandel 2008, 161-172). Kulttuurituotannon kentällä pitää ottaa huomioon yleisö laaja-alaisesti, ja tätä kautta poistaa taiteen ja kulttuurin kokemiselta sen elitistisluonteinen luonne. Taide kaikissa muodoissaan tulee olla helposti lähestyttävää ja mahdollisimman monen saavutettavissa. Siihen myös tämä työn alla oleva virtuaalinen galleria tähtää.

2 Osallistamisen kautta elämyksiin

Seuraavissa luvuissa selvitän teoreettisen kirjallisuuden avulla elämyksen ja osallistamisen viitekehystä, joka on olennainen kehittämistyöni kannalta. Koska virtuaaligalleriasta on tarkoitus tehdä elämyksellinen ja osallistava, on tärkeää ymmärtää termien takana oleva teoria. Kokemus on avain kuluttajan elämyksen kokemiseen, ja siksi käsittelem elämystä osittain kokemuksen kautta. Vaikeudeksi kokemuksen ja elämyksen

käsitteiden erottelussa luo niiden englanninkielinen vastine *experience*, joka voidaan suomentaa sekä elämyksenä että kokemuksena (Väyrynen 2010, 21). Näin ollen englanninkielistä lähdekirjallisuutta läpi käydessäni, jouduin puntaroimaan näiden kahden termin suhdetta toisiinsa.

Lisäksi käsittelen lyhyesti virtuaalisuutta, joka on kehittämiskohteeni kannalta myös yksi avainkäsitteistä. Ihmiset viettävät aikaansa koko ajan enemmän ja enemmän Internetissä, ja se onkin lähtökohtana koko tulevan virtuaaligallerian toteutukselle.

Mielestäni kehittämistyöni kohteena olevan virtuaaligallerian kestävän, pitkäkestoisen ja asiakaslähtöisen toiminnan kannalta nämä kyseiset osa-alueet tulevat olla huolella suunniteltuja ja hyvin toteutettuja. Ei riitä, että tiedän näiden elementtien olemassaolon tärkeyden, vaan minun tulee löytää perusteita, jotka tukevat tätä aiemmin luomaa käsitystäni. Oman taiteilijataustani, kulttuurituotannon opintojeni, opinnäytetyötäni varten tekemiäni tutkimusten, ja aiheiden teoriaa hyödyntävän osuuden kautta toivon löytäväni oikean tavan opinnäytetyöni tilaajalle toteuttaa näitä elementtejä niin, että he voivat kehittämistyöni pohjalta rakentaa itselleen toimivan ja kiinnostavan virtuaaligalleriatilan.

2.1 Elämisyhteiskunta nyt

Väyrysen (2010, 31) mukaan nykypäivän elämisyhteiskunnassa odotetaan lähes välitöntä vastinetta investoidulle rahalle, ajalle ja aktiviteetille. Elämisyhteiskunnan tuloa jo ennen 2000-luvun alkua ovat ennustaneet myös Rolf Jensen teoksessaan *The Dream Society* (1999) sekä B. Joseph Pine ja James Gilmore teoksessaan *The Experience Economy* (1999).

Miksi sitten elämysteollisuus on juuri nyt noussut niin vahvaan rooliin? Pine & Gilmore (2011) näkevät yhtenä syynä sen kasvulle uudet teknologiat, jotka mahdollistavat monipuolisen elämyksellisyyden. Toisena tekijänä heidän mukaansa on kasvava kilpailu, joka pakottaa etsimään erottumisen keinoja. Tärkeimpänä he näkevät kuitenkin yhteiskuntamme taloudellisen vaurastumisen, joka antaa kuluttajalle mahdollisuuden maksaa elämyksistä. Pine & Gilmore kokevat laajenevan elämyksien tarjonnan alkujaan lähteneen Walt Disneystä, joka tuotteisti elämyksellisyyden monialaisesti. Elämykset ovat nousseet luomaan nyky-yhteiskunnassa uusia arvoja. Elämysten tarjonta kasvaa, kun yritys käyttää palveluja ”näyttämönään” ja tuotteitaan ”rekvisiittana” sitouttaakseen yksilöitä. (Pine & Gilmore 2011, 3 -17.)

Pine & Gilmore (2011) käyttävät termiä ”*elämysten lavastajat*” yrityksistä, jotka eivät tarjoa enää vain palveluita ja tuotteita, vaan niistä seuraavia elämyksiä täynnä rikkaita kokemuksia luotuna yhdessä jokaisen kuluttajan kanssa. Yritykset, jotka luovat iloa elämysten kautta, jäävät kuluttajien sydämiin, saavat heidän rahansa ja myös nyky-yhteiskunnassa vähissä olevan aikansa. (Pine & Gilmore 2011, 17-19.)

Vaikka itse elämykset eivät ole käsin kosketeltavissa, ihmiset kaipaavat niitä, sillä elämysten arvo koetaan ihmisessä itsessään ja muistot niistä ovat kestäviä (Pine & Gilmore 2011, 19). Karvosen (2004) mukaan elämisyhteiskunnassa laitteistojen ja ohjelmien sijaan elämyksiä tuottavat sisällöt nousevat päähuomion kohteiksi. Elämisyhteiskunnassa tuotteiden ja palveluiden tarjoajien täytyy suhtautua työhönsä samalla tavalla kuin elokuvaohjaajien ja kirjailijoiden; pitää pyrkiä löytämään tarinoiden ja johdattamisen kautta tapa tuottaa kulttuurin kuluttajille heidän odottamiaan elämyksiä. (Karvonen 2004, 60.) Väyrynen (2010, 20) toteaa myös aineettomien elämysten tuotannon, ja uusien kokemusten tuottamisen ja hankinnan olevan koko ajan laajeneva tuotannon-ala.

Elämisyhteiskunnan tarjoamat pinnalliset ja nopeasti kulutettavat elämykset tulisi kuitenkin erottaa varsinaisista syvällisistä hetkistä ja elämyksistä, jotka viittaavat voimakkaasti johonkin tähdelliseen (Väyrynen 2010, 27). Elämyksellisessä kuluttamisessa elämyksen arvioinnin kriteerit ovat luonteeltaan pohjimmiltaan esteettisiä ja ratkaisevia tuotteen itseisarvon arvostamiselle, täytti se tai sitten ei itsessään mitään käytännöllistä tarvetta (Ahola 2007, 25).

”*Tämän päivän kilpailukykyisen elämystuotteen on oltava paljon enemmän kuin mukava kokemus*” (Tarssanen 2009, 18). Väyrysen (2010, 32) mielestä näyttääkin siltä, että elämisyhteiskunta ei nostakaan elämäämme uudelle intellektuaaliselle, esteettiselle, moraalille tai onnelliselle tasolle, vaan on lähinnä kulutuksen uusi muoto. ”*Elämysteollisuus tuo kaikkein välittömimmät tunteet, affektit, kulutuksen piiriin*” (Väyrynen 2010, 32).

2.2 Elämyksen ja kokemuksen suhde

Mikä erottaa toisistaan elämyksen ja kokemuksen? Elämyksiä koskevassa teoreettisessa keskustelussa on nostettu esiin kysymys käsitteiden ”elämys” ja ”kokemus” välistä suhteesta. Kivelän (2012) mukaan elämyksen käsitteen katsotaan näistä kahdes-

ta olevan laajempi. Kokemusta käytetään, kun puhutaan aistein välittyneestä havainnosta sellaisenaan. Elämyksen käsitteeseen taas voidaan yhdistää laajempi sisältö tai mieli, joka on kokemuksen kokijalle merkityksellinen – se on siis liitettävissä itse toimintaan ja kokemukseen. (Kivelä 2012, 52.) Elämyksen käsite on varsin nuori eikä sitä sellaisenaan edes ole olemassa kaikissa valtakielissä. Englannissa sanan standardikäännös on *experience*, kokemus. (Väyrynen 2010, 21.) Tarssanen (2009,11) kirjoittaa elämyksen olevan merkittävä, positiivinen ja ikimuistoinen kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksen.

Kokemus on aina aktiivista merkityksien antamista eri tavoin aistimillemme havainnoille: koemme ”jotain jonakin”, kokoamme aistivaikutelmien kaaoksesta esiin merkityksellisiä kokonaisuuksia, hahmotamme yhden aistimamme asian kivenä, toisen kantona ja niin edelleen (Väyrynen 2010, 24). Ahola (2007, 25) puolestaan määrittelee kokemuksen yksilöllisen uniikiksi tapahtumaksi, johon yhdistetään paljon tunteita. Latomaan (2010, 97) mukaan kokemuksen laadusta riippuu missä suhteessa elämys ja merkitys ovat. Elämyksen syntymiseen voidaan kuitenkin merkittävästi vaikuttaa kiinnittämällä erityistä huomiota asiakkaan kokemukseen (Tarssanen 2009, 10).

Elämyksen ja kokemuksen suhde on mielenkiintoinen. Tarssasen & Kyläsen (2007, 121) mielestä elämys kehittyy riittävän vaikuttavasta kokemuksesta ja se on moniaistinen, positiivinen ja kokonaisvaltainen tunnekokemus. Pine & Gilmoren (2011, 17) mukaan jokainen elämys taas syntyy sen luojan ja sen kokevan yksilön sen hetkisen mielen tilan sekä aiempien kokemusten välillä. Latomaa (2010) jakaa kokemuksen kahteen eri puoleen: elämykseen ja merkitykseen. Elämys voidaan nähdä henkisenä tilana ja merkitys psyykkisenä suhteena, jolloin ”*kokemus on siten mentaalinen elämyksellinen tila ja mentaalinen merkityssuhde, joka ilmenee tai havaitaan mielikuvina*”. Elämys ja elämyksellisyys kuvaavat kokemusmaailmassa ilmenevää koskettavuutta määrällisenä enemmän-vähemmän -ulottuvuutena. (Latomaa 2010, 97.)

Ahola (2007) näkee kuluttajan aktiivisena eristettynä agenttina. Hän puhuu kuluttajasta merkityksen luojana, joka tuo tilanteeseen vastineena omat objektiiviset kokemuksensa, luonteen piirteensä, tunteensa, tietämyksensä ja elämän kokemuksensa. (Ahola 2007, 25.) Tarssanenkin (2009, 18) korostaa, että asiakkaan kokemukseen vaikuttavat hänen kulttuurinen taustansa, aiemmat kokemuksensa ja ennakkomielikuvansa.

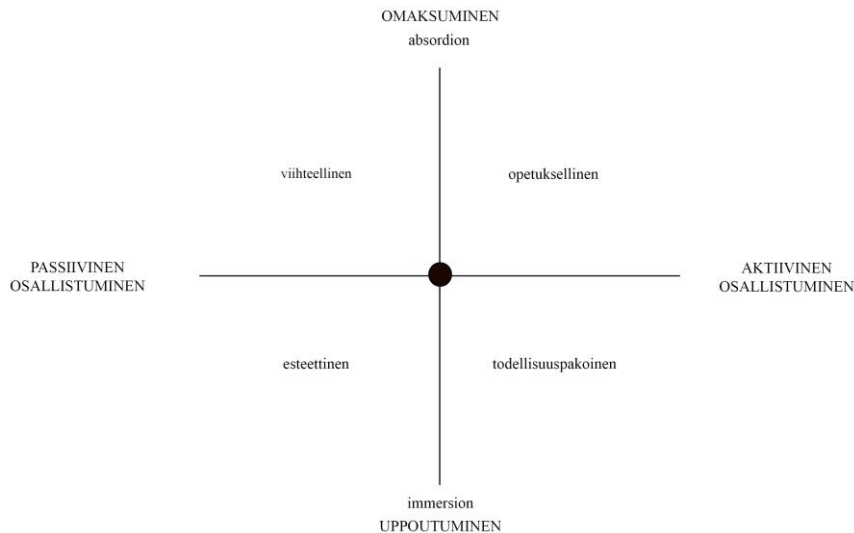
Kulttuurintutkimuksessa ymmärretään, ettei tuottaja vain lähetä merkitystä ja kuluttaja passiivisesti vastaanota sitä. Sen sijaan merkitystä luodaan kokoajan aktiivisesti kuluksen yhteydessä; siellä missä ihmiset sisällyttävät nämä tuotteet, palvelut ja kokemukset jokapäiväiseen elämäänsä. Tunteiden herättämisen ja sitä kautta elämysten kokemisen on väitetty olevan niitä suurimpia motivaattoreita kulttuurituotteiden kuluttamisessa. Viimekädessä kuluttaja tuo vastaanottotilanteeseen oman yksilöllisen erilaisuutensa kuten persoonallisuutensa, tarpeensa kokea elämyksiä, ja myös luovuutensa. (Ahola 2007, 19-25.)

2.3 Elämysmallit

Käsittelen tässä elämystä kahden eri teorian kautta, joissa molemmissa asiakkaan osuus elämyksen rakentajana on aktiivinen. Molemmat mallit käsittelevät tätä asiakkaan kokemaa elämystä sen tuottamisen näkökulmasta. Jatkossa sovellan näitä malleja opinnäytetyöni tutkimustulosten analysoinnin pohjana.

2.3.1 Pine & Gilmoren malli

Pine & Gilmoren laatiman elämyksen kaksiulotteisen kokemisen kaavion kautta pystyy tulkitsemaan yleisön kokeman elämyksen laatua tuotteen tai palvelun kokemisessa. Ensimmäinen ulottuvuus määrittelee yleisön aktiivisuutta elämyksen kokemisessa tuotteen tai palvelun kautta: passiivinen osallistuminen – aktiivinen osallistuminen. Toisella tasolla kuvataan yhteyttä tai yhteisöllisyyttä tilassa, jossa elämys koetaan: omaksuminen (henkinen osallistuminen) – uppoutuminen (fyysinen osallistuminen). Näiden ulottuvuuksien kautta voidaan elämyksen kokeminen jakaa neljään eri osa-alueeseen: 1. viihteellinen elämys, 2. opetuksellinen elämys, 3. todellisuuspakoinen elämys ja 4. esteettinen elämys. Voimakas elämys voi kuitenkin sisältää elementtejä kaikista neljästä osa-alueesta. (Pine & Gilmore 2011, 45-46.)



Kuvio 1. Elämyksen neljä ulottuvuutta (Pine & Gilmore 2011, 46)

Kaavio elämyksen neljästä ulottuvuudesta jakautuu seuraavasti:

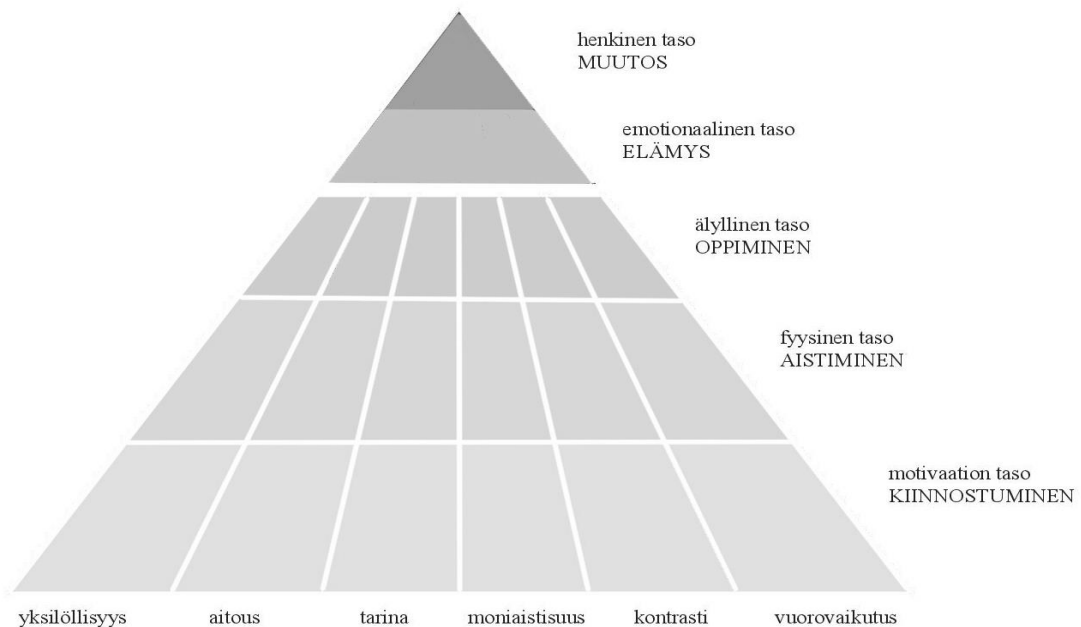
1. *Viihteellinen elämys*: Pine & Gilmore (2011) näkevät tämän ulottuvuuden ”perinteisempänä viihteenä”, joka saa ihmiset hymyilemään, nauramaan tai muuten vain viihtymään.
2. *Opetuksellinen elämys*: Tämä elämyksen ulottuvuus vaatii osallistujan aktiivista osallistumista. Tässä ulottuvuudessa osallistuja imee (*absorbs*) itseensä edessään tapahtuvia asioita. Tässä elämyksen tilassa ihmisiä informoidaan, ja heidän tietonsa tai taitonsa kasvavat ainakin henkisellä tasolla. Mieli on tässä toiminnassa aktiivisesti osallisenä.
3. *Todellisuuspakoinen elämys*: Tämä ulottuvuus vaatii osallistujalta kokonaisvaltaista osallistumista toimintaan. Osallistujalla on mahdollisuus vaikuttaa toiminnan kokonaisvaltaiseen kuvaan.
4. *Esteettinen elämys*: Osallistuja on tässä ulottuvuudessa lähes tai täysin passiivinen seuraaja, joka ei jätä itsestään merkkejä ympäristöönsä. Tämä ei tarkoita sitä, etteikö ympäristö jättäisi kuitenkin ”merkkejä” osallistujaan.
(Pine & Gilmore 2011, 46-56.)

Internet mahdollistaa varsinkin todellisuuspakoisen elämyksen tuottamisen, vaikka tätä ei ole vielä täysin kaikilla aloilla ymmärrettykään. Siinä missä koulutukselliseen elä-

mykseen osallistuja haluaa oppia asioita, viihde-elämyksen ulottuvuudessa halutaan kokea, ja esteettisellä elämyksen ulottuvuuden osallistuja haluaa olla ja nauttia. Todellisuuspakoisen elämyksen hakija haluaa näistä poiketen osallistua voimakkaasti toimintaan. (Pine & Gilmore 2011, 51.)

2.3.2 Lapin elämysteollisuuden malli

Lapin elämysteollisuuden kehittämiskeskuksessa on tutkittu tuotteen ja palvelun elämyselementtejä, ja tätä kautta asiakkaan kokemuksen syvyyttä. Niistä on tuotettu malli, elämyskolmio. Tämän mallin avulla voi tuotetta tarkastella sekä tuottajan, että asiakkaan/kokijan näkökulmasta.



Kuvio 2. Elämyskolmio - elämyksen elementit ja kokemuksen tasot. (Tarssanen 2009, 11)

Elämyskolmiossa kokemus jaetaan viidelle eri tasolle:

1. *Motivaation taso*: Herätetään kiinnostus ja luodaan odotuksia tuotetta kohtaan. Synnytyy halu ja valmius osallistua ja kokea.
2. *Fyysinen taso*: Asiakas kokee ympäristöään aistiensa kautta, ja ottaa tuotteen vastaan fyysisellä tasolla. Tällöin koetaan, tunnetaan, havaitaan ja tiedostetaan. Tasolla mitataan myös tuotteen tekninen laatu, käytettävyys ja toimivuus.

3. *Älyllinen taso*: Asiakas prosessoi ympäristön antamia aistiärsyksiä. Hän soveltaa, muodostaa mielipiteitä, ajattelee ja oppii kaiken tämän pohjalta. Tällä tasolla asiakas tekee myös päätöksen onko tyytyväinen tuotteeseen vai ei.

4. *Emotionaalinen taso*: Tällä tasolla koetaan varsinainen elämys; jotain hyvin merkityksellistä yksilön näkökulmasta. Jos tuotteessa on tähän saakka otettu huomioon kaikki peruselementit, ja fyysinen sekä älyllinen taso toimivat, on hyvin todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion.

5. *Henkinen taso*: Tällä tasolla koettu elämyksen kaltainen positiivinen ja voimakas tunnereaktio voi saada aikaan henkilökohtaisen muutoskokemuksen. Yksilö saattaa kokea muuttuneensa ihmisenä; omaksuneensa osaksi persoonaansa tai maailmakuvaansa jotakin uutta ja kehittyneensäkin.

(Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010.)

Elämyksen elementtejä Lapin elämysteollisuuden mallissa käsitellään seuraavasti:

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen ainutkertaisuutta ja -laatuisuutta niin, ettei täysin samaa tai samanlaista tuotetta löydy muualta. Räätelöitävyys ja asiakaslähtöisyys ovat tärkeitä. Elämystuotteessa *aitoudella* tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta. *Tarina* liittyy hyvin läheisesti tuotteen aitouteen. Se muodostaa tuotteelle sosiaalisen merkityksen ja sisällön sekä asiakkaalle syyn kokea kyseessä oleva tuote. *Moniaistisuuden kautta* tuote on koettavissa mahdollisimman monin aistein – se tarjoaa visuaalisuutta, tuoksua, äänimaailmaa, makuja ja tuntoaistimuksia. *Kontrastisuudella* ymmärretään erilaisuutena asiakkaan näkökulmasta. Se on jotain tavallisuudesta poikkeavaa ja asiakkaan arjesta erottuva. *Vuorovaikutus* sisältää yhteisöllisyyden ja vuorovaikutuksen muiden kokijoiden kanssa. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010.)

Elämyksellisen tuotteen aikaansaamiseksi sen tulisi siis sisältää kuusi erilaista elementtiä: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus ja vuorovaikutus. Näin voidaan tähdätä yksilön kokemaan muutokseen elämyksellisyyden kautta. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010.)

2.4 Osallistaminen - yleisön ja taiteen suhde toisiinsa

”Luovien prosessien, yleisön ja yhteisöjen välinen suhde on viime vuosina tullut määrittelyksi perusteellisesti uudelleen. Vaikka tätä suhdetta edelleen usein pidetään rajoittavana tekijänä, taiteilijat käyttävät sitä yhä enemmän myös hyödyllisenä kehyksenä, joka rikastaa ja edistää heidän työtään.” (Chaudoir 2008, 193.)

Chaudoirin (2008, 193) mukaan ajatus siitä, että sosiaalinen sektori on mahdollinen voimavara eikä pelkkä taiteen vastaanottaja, on johtanut siihen, että yhteisön sisäsyntyistä kehitystä pidetään nykyään mittapuuna ja myös yhtenä kulttuuridemokratian tekijänä.

Nykyinen yleisökäsitys pyrkii osallistavaan taiteeseen tavalla, joka on herkkä ja myös valmis ottamaan huomioon yhteisön sisäsyntyiset voimavarat (Chaudoir 2008, 204). *”On siis tärkeää, että ihmiset saadaan houkuteltua ulos passiivisesta katsojan roolista ja annetaan heidän osallistua aktiivisesti tilanteeseen”*. Kestävän suhteen luominen ja satunnaisen kävijän muuttaminen säännölliseksi osallistujaksi edellyttää kokemusta siitä, että taidelaitos ja sen ohjelmisto on kävijän oman elämän kannalta relevantti ja hän kokee yhteenkuuluvuuden tunnetta niiden kanssa. Mikä on tärkeää, niin yksilöt tulkitsevat taidetta omilla, eri tavoillaan. Itse asiassa taide edellyttää kuluttajalta tai sen vastaanottajalta omaa tulkintaa. (Mandel 2008, 164-177.)

Sami Viitamäki käyttää termiä *”osallistaminen”* kirjassa *Klikkaa tästä, internetmarkkinoinnin käsikirja* (2012) puhuessaan kaupallisten tahojen hankkeista seuraavasti: *”Tarjoaman kehitystä, asiakashankintaa, asiakkuuksien arvon kasvattamista tai asiakaspoistuman hallintaa pyritään tehostamaan nojaamalla oman henkilöstön, asiakkaiden, suuren yleisön tai yhteistyökumppaneiden laaja-alaisen, suhteellisen avoimeen ja ennen kaikkea vapaaehtoiseen toimintaan alueilla, joilla perinteisesti on käytetty palkattua ammattilaistyövoimaa”* (Viitamäki 2012, 124.)

Yleisöpohjan laajentamisessa on kyse kokonaan uudeltaisesta ajattelutavasta: siitä, että ajatellaan (potentiaalista) yleisöä oleellisena osana taidelaitosta. Se edellyttää ihmisistä lähtevää ajattelua, ja sitä että uusista yleisöistä ja heidän ajatuksistaan ollaan myös kiinnostuneita. (Mandel 2008, 176-177.)

Taide vaatii vastaanottajaltaan emotionaalista sekä älyllistä osallistumista, ja taide toteutuu loppujenlopuksi vastaanottajan oman osallistumisensa kautta. Taiteiden tuotanto voi olla onnistunutta ja kestäväää vain, jos sen avulla onnistutaan yhdistämään yleisö ja vastaanottaja tunnetasolla. (Mandel 2008, 164-165.) ”Yhteisöä pidetään voimavarana eikä pelkästään varastona, niin paikan ja sen erityispiirteiden kannalta kuin siihen sisältyvien ilmaisumuotojen ja yksittäisten rikkauksien kannalta” (Chaudoir 2008, 202). Tuotteet tai palvelut voivat tyydyttää myös yhteenkuulumisen, sosiaalisen arvostuksen tai esteettisyyden tarpeita (Karvonen 2004, 65).

Mistä siis puhumme, kun puhumme yhteisöstä? Vähimmäismääritelmä Chaudoirin (2008) mukaan on se, että kyseessä on tietyssä paikassa elävä tietty erillinen väestö, jolla on vahvat keskinäiset sosiaaliset suhteet. Heti perään hän toteaa, että yhteisön käsite sisältää nykyään useita ulottuvuuksia. Yhteisö edustaa hänen mukaansa myös paikkaa, jossa sosiaaliset käytännöt muodostuvat. Tässä mielessä olisi syytä tarkastella taideprojekteja, jotka nousevat yhteisöstä itsestään, eli joissa yhteisöä voi pitää subjektina. ”Luomisprosessin ja ympäristön välinen yhteys on viime vuosina joutunut perusteellisen uudelleen määrittelyn kohteeksi ja usein taiteilijat ottavat sen huomioon tarpeellisenä, hedelmällisenä ja rikastavana kehyyksenä”. (Chaudoir 2008, 203.)

Toinen ihminen, jolle tunteita ja ajatuksia jaetaan, ei koskaan voi tehdä niistä täysin alkuperäistä tulkintaa, mutta joitakin merkityksiä pystytään jakamaan. ”Yleisön luomat omat merkitykset ovat kuitenkin aina sidonnaisia sosiaaliseen taustaan”. (Ahola 2007, 20-21.)

2.5 Osallistaminen ja viestintätavat Internetissä

Verkkokeskustelujen ja vuorovaikutuksen kannalta olennaista on se, että www:n (*World Wide Web, Internet, verkko*) kehittäjän Tim Berners-Leen projektiehdotukseen kuului alusta alkaen verkon interaktiivisuus. Verkon oli tarkoitus olla järjestelmä, jossa ”teki-*juudestä tulee universaalia*” ja jossa ”*lukija saa automaattisesti tiedon häntä kiinnostavasta uudesta materiaalista*”. (Laaksonen & Matikainen 2013, 196.)

Verkko lähtökohtaisesti interaktiivisena mediaympäristönä mahdollistaa hyvin monenlaisen ihmisten välisen sekä ihmisten ja verkkoympäristöjen välisen vuorovaikutuksen. ”Tätä jaottelua on kuvattu käsitteillä ”*välinevuorovaikutus*” (*medium interactivity*) ja ”*ih-*

misten välinen vuorovaikutus” (human interactivity)”. (Laaksonen & Matikainen 2013, 193.)

Hakalan & Vesalan (2013) mukaan verkkokeskusteluiden viestintä on lähtökohtaisesti vuorovaikutteista ja yhteisöllistä, jossa tunteella, yhteisöllisyydellä ja rituaaleilla näyttää olevan suuri merkitys. Verkko on avannut kokonaan uuden toimintakentän, jossa kuka tahansa voi saada äänensä kuuluville. He eivät puhu verkon yhteydessä viestinnän lähettäjistä, vastaanottajista eikä vastaanotosta vaan enemmänkin toimijoista ja verkon käytöstä. Se ei poissulje sitä, että kysymys sisällöistä on kuitenkin aiheellinen myös verkkoyhteiskunnassa. Oleellista on se, että viestintä ei muodosta verkkokeskusteluissa niinkään tiiviitä rituaalisia yhteisöjä, vaan toimii eräänlaisena kulttuurisena tiedonjaon laajana alustana (”maaperänä”), jolta ideat ja ajatukset leviävät. (Hakala & Vesala 2013, 216-218.)

Osallistavassa toiminnassa, kuten Internetissä yleensäkin, ei ole pelkästään tuottajia ja kuluttajia. Sen sijaan on kyseessä monimuotoinen ekosysteemi, jonka osat parhaimmillaan tarjoavat kaikki toinen toisilleen jotain hyvin arvokasta. Sisällön tai ideoiden tuottajat, kritisoijat, rikastajat, yhdistäjät, arvottajat, organisoijat, levittäjät ja kuluttajat saattavat eri tilanteissa olla eri ihmisiä, ja toisaalta rooli saattaa samallakin henkilöllä vaihtua osasta toiseen yhdellä hiiren klikkauksella. On kuitenkin muistettava, että liian laaja skaala saattaa hämmentää ja karkottaa osallistujia, etenkin jos kyseessä on matalan sitoutumisen tuote tai palvelu. (Viitamäki 2012, 131.)

Viitamäki (2012) toteaa, että yhteisöllinen toiminta ei yleensä synny asiakkaiden ja yrityksen välisten yhteyksien ympärille sinällään. Hän näkee, että tärkeintä on antaa asiakkaille kiinnostava ja tärkeä puheenaihe jaettavaksi ja keskusteltavaksi. Näitä puheenaiheita hän kutsuu sosiaalisiksi objekteiksi, sillä ne saattavat vetää ympärilleen muunlaista aktiiviteettia kuin pelkkää keskustelua; esimerkiksi visuaalista tai musiikillista ilmaisua, muokkausta ja merkityksen luomista. (Viitamäki 2012, 133.)

Verkkokeskustelut ja -palvelut jaetaan tyyppillisesti kahteen eri ryhmään: synkronisiin ja asynkronisiin palveluihin. Asynkronisissa palveluissa on kyse reaaliaikaisesta viestinnästä (esimerkiksi Chat-keskustelut), kun taas asynkronisissa palveluissa viestintä voi tapahtua myös viiveellä (esimerkiksi sähköposti). Verkkovälitteiset viestit matkustavat siis paitsi paikan, myös ajan yli. Toinen, enemmänkin verkkoviestintien käyttöä tyyppitelevä jako, liittyy yksityisten ja julkisten viestien väliseen rajanvetoon. Varsinkin sosiaali-

nessa mediassa voidaan löytää saman sovelluksen sisältä tyypillisesti sekä julkisen että yksityisen viestinnän erilaisia muotoja. (Laaksonen & Matikainen 2013, 194.)

Nykyisissä verkkokeskusteluympäristöissä aiemmin selkeät rajanvedot, kuten yksityinen-julkisen tai synkroninen-asykroninen, alkavat monesti hämärtyä. Verkkokeskustelualustat tarjoavat usein mahdollisuuden viestintään sekä tekstin että kuvallisten viestinnän muotojen avulla, ja tukevat lisäksi käytön erilaisia aikaulottuvuuksia. Palvelut ovat tarvittaessa aina käytössä verkon uuden mobiilikäytön myötä, jolloin synkronisuuden ja asynkronisuuden raja muuttuu entistä epäselvemmäksi. Raja yksityisyyden ja julkisen välillä on puolestaan nykyisin usein käyttäjän itsensä määriteltävissä. (Laaksonen & Matikainen 2013, 195.)

”Vuorovaikutteisuuden keskeisenä lähtökohtana on palveluiden tietty sisältö ja sisältötyyppi, joiden ympärille keskustelu syntyy sisällön herättämänä” (Laaksonen & Matikainen 2013, 197). Vaikka verkkokeskusteluiden muodot ovat viestiketjujen ja kommenttiketjujen kautta hyvin vakiintuneita, syntyy teknisesti samankaltaistenkin verkkopalveluiden sisälle monia erityyppisiä käyttäjäyhteisöjä. Yksi keskustelukulttuuriin vaikuttava tekijä on se, kuinka julkisesti ja avoimesti keskustelijoiden identiteetti on näkyvillä. Tutkimukset ovat osoittaneet todeksi väitteen, että anonyymi keskustelu on hyvin usein tasoltaan heikompaa kuin oikeilla nimillä käyty keskustelu. Verkkokeskusteluihin vaikuttavat myös erilaiset tekniset ratkaisut. Näin ollen verkkoympäristöissä voidaan erottaa tietynlainen kahtiajakoisuus; keskustelun muotoutumiseen vaikuttavat sekä teknologinen konteksti että sen päälle rakentunut sosiaalinen asiayhteys. (Laaksonen & Matikainen 2013, 197-200).

Keskustelukulttuurin kannalta kiinnostava havainto on se, että alkujaan keskustelupalstoilla syntyneet käytännöt ovat levinneet myös aiemmin yksisuuntaiseen viestintään keskittyneille sivustoille. Esimerkiksi uutismedian verkkopalvelut pyrkivät yhä useammin tarjoamaan paitsi mahdollisuuden käyttää mediaa vuorovaikutteisesti, myös mahdollisuuden monitasoiseen ihmisten väliseen vuorovaikutukseen. Perinteinen media on keksinyt, että live-katsomot, joissa *Twitterin*, *Facebookin* tai muun raportoinnin kanavana käytetyn sivuston kautta kommentoidaan tapahtumia, ovat uudenlainen tapa osallistaa yleisöä. (Laaksonen & Matikainen 2013, 201-202).

Viitamäen (2012) mukaan sisäiset motivaatiotekijät liittyvät siihen, miten paljon osallistujat saavat tyydytystä toiminnasta sen itsensä vuoksi. Merkittävää on se, että nämä

tekijät ovat usein myös erittäin vahvoja ihmisen toimintaan vaikuttavia tekijöitä. Perustarpeensa tyydyttäneet ihmiset haluavat ruokkia ja ilmaista luovuuttaan, saada haasteita ja pähkinöitä purtavaksi, tyydyttää uteliaisuuttaan, oppia tekemällä, tehdä hyvää tai vain hauskuuttaa itseään osallistumalla toimintaan, joka näihin tarpeisiin vetoaa. (Viitamäki 2012, 136.)

Yhteisölliseen toimintaan liittyvät motivaatiotekijät ovat puolestaan sellaisia, jotka syntyvät muiden käyttäjien kanssa yhdessä toimimisesta. Niitä voisi kutsua myös sosiaalisiksi palkkioiksi, ja ne voivat vaihdella eri osallistujaryhmillä. Siinä missä jotkut haluavat Andy Warhollin sanojen mukaan ”*vain 15 sekuntiaan mahdollisimman suuren yleisön huomiosta*”, toiset taas hakevat syvempää tunnustusta yhteisöltään. Jotkut puolestaan hakevat yhteenkuuluvuutta ja/tai oppia muilta osallistujilta, kun taas toisia kiinnostaa pääsy käsiksi resursseihin ja kanaviin, joihin kaikilla ei ole mahdollisuutta. (Viitamäki 2012, 136.)

Viitamäki (2012) sanoo, että etenkin osallistamisessa on tärkeä etukäteen määritellä rajat tarkasti. Rajat ja säännöt liittyvät tässä pääasiassa osallistumisen edellytyksiin, luomisen ja kanssakäymisen sääntöihin sekä juridisiin näkökulmiin. Selkeät ja helposti nähtävillä olevat säännöt sisällön luomiselle ja hyväksymiselle ovat tärkeitä, jotta käyttäjät eivät koe turhautumista. Tuotosten palautuksessa käytettävän formaatin lisäksi myös muut työn hyväksymiseen liittyvät kriteerit tulee esittää mahdollisimman tarkasti, jotta ikäviä väärinymmärryksiä ei pääsisi syntymään, ja kaikki olisivat tyytyväisiä. Esimerkiksi *Threadless* ja *iStockphoto* vaativat lähetetyiltä töiltä paitsi hyvää makua myös tiettyä luovuuden sekä esteettisyyden tasoa, minkä he myös ilmaisevat selkeästi ohjeissaan. Yhteisesti luodun arvon ja henkisen pääoman parissa toimittaessa tärkeiksi nousevat myös immateriaalioikeudet ja tässä niiden siirtyminen osapuolelta toiselle. (Viitamäki 2012, 137-139.)

Työkalut eli osallistamisen alusta, luomisen välineet sekä valvonnan ja päätöksenteon tukivälineet ovat Viitamäen (2012) mukaan viimeinen etappi Internetin osallistavan toiminnan suunnittelussa (Viitamäki 2012, 139).

2.6 Virtuaalisuus

Karvosen (2004) mukaan virtuaalitodellisuus on oikeastaan ikivanha keksintö: uneksiessamme elämme ja toimimme sisäisessä, aivojemme tuottamassa todellisuudessa.

Virtuaalitodellisuus on hänen mielestään unen tapaan lumetodellisuutta, joka syntyy kun ihmisten aisteihin pusketaan oikean ympäristön sijaan esimerkiksi kuvaa ympäristöstä, jota ei välttämättä ole olemassa missään muualla kuin tietokoneen esityksessä. (Karvonen 2004, 76-77.)

Elämysyhteiskunta ja elämysteollisuus eivät koskaan voi kokonaan korvata tavaroiden ja palvelujen tuotantoa (Väyrynen 2010, 31). Salmenkivi (2012, 13) kuitenkin muistuttaa, että todellinen fyysinen maailmamme yhdistyy digitaaliseen maailmaan: todellisilla paikoilla, puistoilla, kahviloilla ja kaupoilla on oma digitaalinen tilansa, tavallaan toinen ulottuvuus, johon voi päästä vain kyseisestä paikasta, ja kaikki esineet kodin viherkasveista aina kodinkoneliikkeen LED-televisioihin voi linkittää digitaaliseen maailmaan. Uusi digitodellisuus muuttaa monella tapaa tapaamme elää ja käyttäytyä. Tämä digivalankumous muuttaa elämäämme yhtä paljon kuin Internetin keksiminen. (Salmenkivi 2012, 13.) Samalla kun tietoverkot muodostuivat avoimeksi, erilaista käyttäjien luomaa sisältöä pursuilevaksi koko maailman verkoksi, luotiin myös pohjaa digitaaliselle elämäntavalle, jossa verkottuneen ja vuorovaikutteisen median avaamat uudet ilmaismahdollisuudet olivat keskeisessä roolissa (Mäyrä 2013, 307).

”Aiempia joukko- ja henkilöviestinnän muotoja huomattavasti notkeampina ja dynaamisempina informaatioteknologisista mediamuodoista on kehkeytynyt julkaisemisen ja kuluttamisen lisäksi yksilöiden ja ryhmien kohtaamisten näyttämöjä”. Kun tietokoneen tai sitä muistuttavan älypuhelimien ja Internetin kautta hoidetaan niin pankkiasiat, sosiaalisten yhteyksien ylläpitäminen, kuin hankitaan tietoa sekä erilaista viihdettä ja elämyksiä, voidaan puhua digitaalisuudesta modernin elämäntavan määrittäjänä. (Mäyrä 2013, 305.)

Salmenkiven (2012) mukaan teknologiavälitteinen todellisuus, johon olemme jo astuneet ja josta tulee arkea hyvin nopeasti, tuo eteemme mahdollisuuksia, joita olemme nähneet vain tieteiskirjallisuudessa. Digitaaliset tilat ovat edenneet todella suurin harppauksin siitä, kun *World Wide Web* kehitettiin 1992. Verkkoon ovat siirtyneet uutiset, viihde, informaatio, sosiaaliset kontaktit jne. Länsimaissa verkosta on tullut hämmästyttävän nopeasti kaikkialla läsnä oleva alusta. *”Internet on kuin sähkö: se saa asiat toimimaan, mutta sen olemassaoloa ei liiemmin ajatella”.* (Salmenkivi 2012, 13-24.)

Todellinen maailmamme on juuri nyt sulautumassa digitaaliseen avaruuteen monin eri tavoin. Salmenkiven (2012) mukaan digitalisaatio muuttaa kaksi esittämisen perus-

koordinaattia: ajan ja paikan. Emme ole sidoksissa välittömän ympäristöömme ja sen paikalliseen aikaan, kun voimme esiintyä virtuaalisesti missä tahansa, myös muilla aikavyöhykkeillä. (Salmenkivi 2012, 113-114.) Todellisen maailmaan objektit voivat olla vain pelkkiä lähtöpisteitä, joista mm. mobiililaitteiden mahdollistama digitaalinen dialogi ja tiedonvaihto käynnistyvät. Uudessa digitaalitodellisuudessa oikeat esineet ovat kuitenkin digitaalisen maailman olennainen osa – vaikka niihin ei olisi liitettykään mitään teknistä vempainta. (Salmenkivi 2012, 35-172.)

Karvonen (2004) toteaa, että elämysyhteiskunta on kehitysvaihe joka seuraa tieto- ja informaatioyhteiskuntaa. Elämysyhteiskunnassa tunteet ovat keskeisiä kun taas tietoyhteiskunta palvoi ainoastaan järkeä. Elämysyhteiskunta ei ole kuitenkaan tässä tietoyhteiskunnan vastakohta. Kehittynyt informaatioteknologia tarjoaa perustan, jonka avulla elämyksellisiä tekotodellisuuksia voidaan tuottaa entistä paremmin esimerkiksi virtuaalitodellisuuden muodossa tai kaikkialle ympäristöömme upotetun älykkään teknologian avulla. (Karvonen 2004, 60.)

Tanskalainen tulevaisuudentutkija Rolf Jensen toteaa kirjassaan *Dream Society* (2009, 24), että tulevaisuus ei sijaitse fyysisessä maailmassa, vaan se on olemassa vain ajatuksissamme. Karvosen (2004, 76) mukaan elämyksellisten ympäristöjen rakentaminen virtuaalitodellisuuteen tarjoaa tässä paljon enemmän mahdollisuuksia kuin tavallinen fyysinen rakentaminen. Väyrysen (2010) mukaan uudet mediat, kuten Internet, mahdollistavat loputtoman määrän mitä erilaisimpia elämyksiä ja luovat uutta keinotekoisia yhteisöllisyyttä niiden ympärille. Hän toteaa, että moderni sivilisaatio johtaa kiireiseen ja nopeatahtiseen elämäntapaan, jossa syvälliset, aikaa vievää paneutumista ja omistautumista edellyttävät olemiskysymykset sivuutetaan. (Väyrynen 2010 20-26.) Simulaatio ei kuitenkaan merkitse todellisuuden jäljittelyä ja toisintamista tavanomaisessa mielessä, vaan päinvastoin sen voidaan ajatella edeltävän kohdettaan ja tätä kautta tuottavan todellisuutta (Karvonen 2004, 59). Karvonen (2004, 77) toteaa jopa, että virtuaalitodellisuus voi tarjota arjen maailmaan parempia elämyksiä.

3 Tutkimuskysymykset

Toikko & Rantasen (2009, 117) mukaan tutkimuskysymykset muodostavat tutkimusasetelman ytimen. Kehittämistoiminnan yhteydessä on heidän mielestään usein luontevaa puhua tutkimuskysymysten sijaan arviointikysymyksistä, kehittämiskysymyksistä

tai vain kysymyksistä. Laadullisten tutkimusten yhteydessä, kuten minun opinnäytetyössäni, kysymykset voivat olla yleisluontoisia, ja saattavat muuttua aineiston tuottamisen ja analysoinnin myötä. (Toikko & Rantanen 2009, 117.)

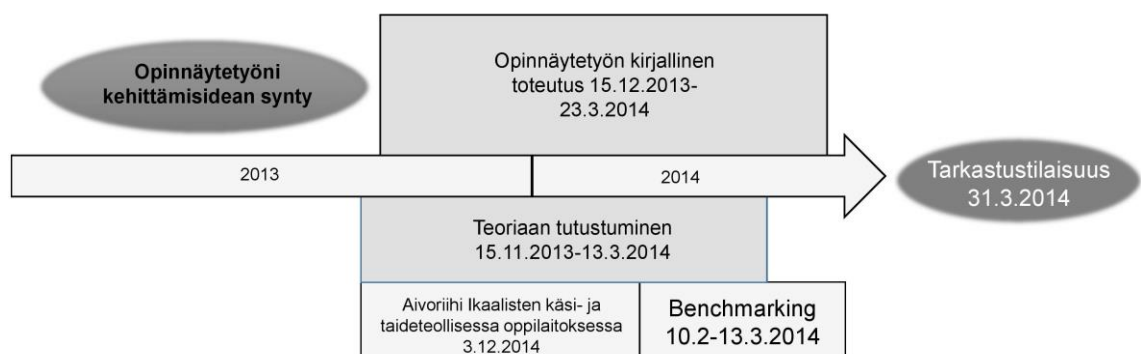
Opinnäytetyöni tilaajan kanssa päädyimme siihen, että tässä vaiheessa kehittämistyössäni selvitetään seuraavia asioita:

Minkälaisia teknisiä ratkaisuja voisi hyödyntää visuaalisten taiteiden teoksien esittelemisessä Internetin elämyksellisessä ja osallistavassa virtuaaligalleriassa, niin että kokonaisuus voisi kilpailla fyysisten gallerioiden kanssa?

Miten fyysisten taideteosten katselemisesta voidaan tehdä elämyksellistä Internetissä? Millä tavoin luodaan kokonaisvaltainen elämys virtuaaligalleriassa vierailijalle?

Miten yleisö (eli taiteen kuluttajat) voidaan osallistaa toimintaan niin, että virtuaaligallerian käyttö on kiinnostavaa, ihmiset tulevat käymään siellä yhä uudestaan, ja heidät saadaan myös kertomaan sivustosta ystäviensä ja muiden kontaktiensa keskuudessa.

4 Tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmät



Kuvio 3. Opinnäytetyöni eteneminen.

Toikko & Rantasen (2009, 14) mukaan kehittäminen nähdään usein konkreettisena toimintana, jolla tähdätään jonkin selkeästi määritellyn tavoitteen saavuttamiseen. Omassa opinnäytetyöni kehittämissuunnitelmassa pyrin elämyksellisen ja yleisöä osallistavan virtuaalisen gallerian suunnittelemiseen. Ojasalo, Moilanen & Ritalahti (2010, 12) näkevät innovatiivisuuden nykypäivänä merkittävänä kilpailutekijänä, jolla yrityksen

on mahdollisuus erottua kilpailijoistaan. Varsinkin luovilla aloilla tämä erottuminen pitää tehdä elämyksellisesti niin, että yleisö ei voi unohtaa kokemaansa, ja palaa palvelun luo aina uudestaan ja uudestaan uusien elämysten toivossa.

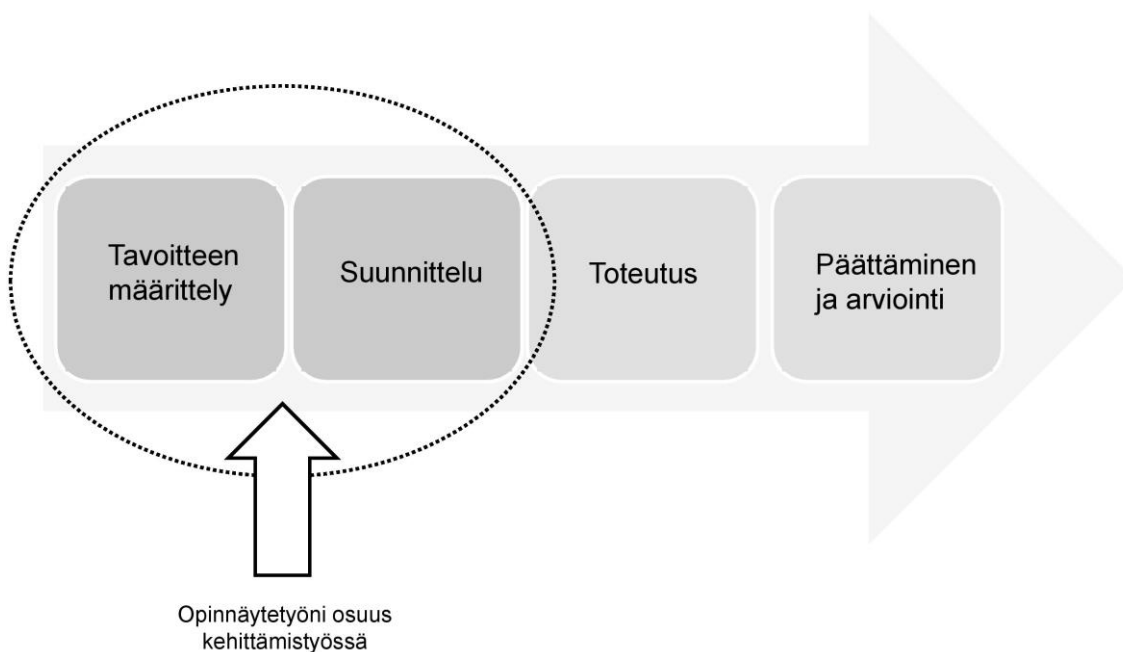
Opinnäytetyöni on toteutettu tapaustutkimuksen (*Case study*) menetelmin, ja kehittämistyöni nojaa voimakkaasti aiempiin teorioihin ja tapausvertailuihin. Ojasalon ym. (2010, 52) mukaan tällaisessa kehittämissuunnitelmassa kohde, eli tapaus (*case*), voi olla esimerkiksi yritys tai sen osa, yrityksen palvelu, toiminta tai prosessi. Kehittämiskohteenani opinnäytetyössäni ovat tilaavan yrityksen palvelu, joka on suunnattu taiteilijoille ja taiteen kuluttajille. Ojasalon ym. (2010) mukaan tutkimuksellisen kehittämishankkeen lähtökohtana ovat kehittämiskohteen tunnistaminen, ja sen ja siihen liittyvien tekijöiden ymmärtäminen. Tapaustutkimus vastaakin useimmiten kysymyksiin ”miten?” ja ”miksi?”. (Ojasalo ym. 2010, 11–53.) Kehittämistyössä tapaustutkimus nähdään soveltuvan hyvin lähestymistavaksi, muun muassa silloin kun halutaan tuottaa tutkimuksen keinoin kehittämisehdotuksia (Ojasalo ym. 2010, 37–38 ja Metsämuuronen 2006, 90-91). Ojasalon ym. (2010, 37-38) mukaan puhtaassa tapaustutkimuksessa ei siis käytännössä viedä muutosta eteenpäin tai varsinaisesti kehitetä mitään konkreettista, vaan sen avulla luodaan kehittämissideoita tai ratkaisuehdotus havaittuun ongelmaan.

Toikko & Rantasen (2009) mukaan luotettavuus on tieteellisen tiedon keskeinen tunnusmerkki. He näkevät, että kysymys luotettavuudesta kohdistuu tutkimusmenetelmiin, tutkimusprosessiin ja tutkimustuloksiin. Määrällisissä tutkimuksissa luotettavuutta on perinteisesti lähestytty reliabiliteetin ja valideetin käsitteiden avulla. Sen sijaan laadullisessa tutkimusorientaatioissa, jota itse käytän opinnäytetyössäni, käytetään usein vakuuttavuuden käsitettä. Toikko & Rantasen mukaan (2009) kehittämistoiminnassa luotettavuus tarkoittaa ennen kaikkea käyttökelpoisuutta. Ei riitä siis, että kehittämistoiminnan yhteydessä syntyvä tieto on todenmukaista, vaan sen tulee olla myös hyödyllistä. (Toikko & Rantanen 2009, 121-122).

4.1 Lineaarinen malli

Yksinkertaisimmillaan kehittämistoiminnan tehtäväkokonaisuuksien välistä suhdetta voidaan Toikko & Rantasen (2009) mukaan hahmottaa lineaarisen mallin mukaan, joka sopii hyvin minun kehittämistyöni malliksi. Prosessin eteneminen kuvataan tässä lineaarisesti vaiheistettuna: määrittely, suunnittelu, toteutus sekä päättäminen ja arviointi. Projektille määritellään lineaarisessa mallissa jokin rajattu ja selkeä tavoite, jolle laadi-

taan tarvittaessa myös alatavoitteita kehittämistyön edetessä. Tavoitemäärittely on tämän kehittämistyön perusta, jonka varaan myöhempi prosessi rakentuu. Toteutusvaiheen aikana kehittämistyö ”elää” aina jonkin verran, joten suunnitelmia saatetaan joutua muuttamaan tai ainakin täydentämään. Toteutusvaiheen aikana luodaan kehittämistyön suunnitelman mukainen malli, prosessi tai tuote. Toikko & Rantasen (2009) mielestä toteutukseen liittyy hankkeen käyttöönotto, jolloin pyritään varmistamaan, että tulokset ovat myös hyödynnettävissä tai levitettävissä. Viimeisenä vaiheena tulee projektin päättäminen ja arviointi. Linearisessa mallissa kehittämistyö on siis selkeästi ajallisesti rajattu, joten sillä täytyy olla päätepiste. (Toikko & Rantanen 2009, 64-66.)



Kuvio 4. Toikko & Rantasen (2009, 64) kehittämistyön lineaarista mallia mukaillen

Opinnäytetyössäni käsiteltävä osuus tässä mallissa rajautuu tavoitteiden ja suunnittelun osuuteen. Tavoitteet olemme kehittämistyölle määritelleet yhdessä tilaajan kanssa, ja suunnittelussa tilaaja on ollut tukenani koko prosessin ajan. Toteutus, päättäminen, sekä arviointi jäävät tilaajan toteutettaviksi, minun osuuteni jälkeen. Päätepiste tässä kehittämistyössä tulee aikanaan olemaan virtuaalisen gallerian julkaiseminen.

4.2 Tiedonkeruumenetelmät

Tällaiselle tekemälleni tapaustutkimukselle on tyypillistä, että tapauksen tutkimiseen käytetään usein erilaisia tiedonhankintamenetelmiä, jotta saadaan kohteesta syvälinen

ja kokonaisvaltainen kuva (Ojasalo ym. 2010, 38). Valitsin, että teen laadullisen (kvalitatiivisen) tutkimuksen, ja hyödynsin useampaa eri tiedonhankintamenetelmää. Koin, että tämä on hyvä tapa löytää tarpeeksi laajasti vastauksia kehittämideoitani ja ratkaisuehdotuksiani ongelmaa koskien. Kehittämistyötäni tukevinä tutkimusmenetelminä käytin aivoriiheä ja benchmarkingia (esikuva-arviointia, vertaisanalyysiä). Kehittämistyötäni ei ole myöskään aloitettu tyhjästä, vaan se nojautuu aiempiin teorioihin, metodeihin ja tutkimuksiin kuten Ojasalo ym. (2010, 53) suosittelevat tekemään.

Ojasalon ym. (2010, 29) mukaan toimialan ymmärtäminen on hyödyllistä siitä syystä, että kehittämistyössä tuotetut ratkaisut eivät perustuisi vain teoriasta nostettuihin liiketoiminnan yleisiin malleihin ja käsitteisiin, vaan ne tulisivat lähemmäksi kohdeorganisaation todellisuutta ja jokapäiväistä toimintaa. Käyttämieni tiedonhankintamenetelmien ohella tässä nousi tärkeään osaan myös aiempi kokemukseni ja (hiljainen) tietoni kulttuurialasta, ja vielä tarkemmin visuaalisista taiteista. Kehittämistoiminnassa ollaan monesti vahvasti tekemisissä hiljaisen tiedon kanssa. Ammattilaisella on usein käsitys siitä, että jokin toiminta on hyvää ja tuottaa tulosta, mutta hän ei välttämättä pysty määrittelemään mihin tämä tieto perustuu (Ojasalo ym. 2010, 40). Michael Polanyi (1966, 4) tiivistää hiljaisen tiedon (*tacit knowledge*) lauseeseen: "we can know more than we can tell". Tämän lauseen myötä voi sanoa opinnäytetyöni kehittämiskohteen sisältävän paljon toimintamalleja, jotka olen itse kokenut hyväksi taiteilijaurallani, mutta nyt tutkimustyöni kautta haen vahvistusta omille kokemuksilleni.

4.2.1 Esiselvitys

Tiedonhankinnan ensimmäisessä esiselvitysvaiheessa lähdin tutkimaan aiempien teorioiden ja kirjallisuuden kautta kehittämiskohdettani. Näin löysin uusia näkökulmia tutkimukseeni, samalla hyödyntäen jo valmiiksi hyväksi koettuja teorioita. Sopivan kirjallisuuden löytämisen ja aiheen teoreettisen viitekehyksen ymmärtämisen kautta minun oli parempi lähteä muodostamaan kokonaiskuvaa tutkimusaiheestani. Koska mitkään opinnäytetyöni teoreettisen viitekehyksen osa-alueet eivät tällä tasolla olleet minulle entuudestaan tuttuja, koin hyvin tärkeänä tutustua teoriaan tarpeeksi laajasti ja syvästi. Tämän kaiken teorialtutkimuksen pohjalta pystyin myös jatkamaan paremmin tapaus-tutkimukseni eteenpäin viemistä.

Etsin aluksi laajasti kirjallisuutta taiteen markkinoinnista Internetissä (icommerce, kaupankäynti netissä, taiteen markkinointi jne.) sekä palvelujen kehittämisestä. En kuiten-

kaan ollut varma, olivatko nämä juuri sopivat raamit kehittämistyöni teoreettiseksi viitekehikseksi, joten lähdin tutkimaan aihetta yhteisöfacilitoinnin ja yhteisömanageroinnin (toimintaa verkossa yrityksen tai yhteisön sekä yleisön rajapinnoilla, ryhmäprosessien ohjaamista) näkökulmista. Tätä teoriaa tutkittuani, ja eri näkökulmia punnittuani, päädyin jakamaan kehittämistyöni teoreettisen viitekehiksen kolmeen osaan löytääkseni kohteelleni tarpeeksi vahvan teoriataustan. Keskityin elämyksiin ja niiden tuottamiseen sekä yleisön osallistamiseen, koska näen elämyksen olennaisena osana taiteen kokemista ja osallistamisen tärkeänä osana kaikkea toimintaa Internetissä. Lähestyn aihetta myös suppeasti virtuaalisuuden kautta, joka on rakentamassa fyysistä pohjaa kaikelle tälle toiminnalle.

4.2.2 Aivoriihi

Toisena esiselvitysvaiheena toteutin aivoriihen (brainstorming) luovienalojen opiskelijoiden keskuudessa. Tämän kautta toivoin löytäväni tuoreita ja aivan uusia näkökulmia kehittämistyöni lähtökohdiksi. Etsin tässä vastausta siihen, miten viedä visuaalisten taiteiden teoksia Internetin virtuaaligalleriaan mahdollisimman elämyksellisesti, ja saada yleisö osallistettua ja tätä kautta sitoutettua virtuaaligallerian vakituiseksi kävijäksi.

Koin aivoriihen toimivaksi oman kehittämistyöni esiselvitysvaiheeksi, koska se on yksi luovanalan ongelmaratkaisun standardimenetelmistä, jolla tuotetaan ideoita ryhmässä. Ojasalon ym. (2010) mukaan aivoriihikokous alkaa esivaiheella, jossa asetetaan ja rajataan aivoriihen tavoitteet. (Ojasalo ym. 2010, 145-146.) Tämä vaihe oli tärkeä, jotta sain aivoriihestä mahdollisimman paljon tutkimuksellista kehittämistyötäni eteenpäin vievää materiaalia.

Valitsin tutkimustyöni esiselvitysvaiheeseen liittyvän aivoriihen suorituspaikaksi Ikaalisten käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen (IKATA), koska heidän opetussuunnitelmasaan kuvatus opiskelumallin mukaan koin saavani sieltä aivoriihen kautta hyvää vastinetta tutkimuskysymyksiini. Heidän koulutusohjelmiansa keskeisenä tavoitteena on ammatillinen tietotaito, ja sen soveltaminen esineellisen kulttuurin alueella. IKATA:ssa nähdään käsityöalan ammattien edellyttävän tekijältään luovaa ajattelua ja kokeilumielttä. Kuvallinen ajattelukyky sekä hyvä muoto- ja väritaju ovat alan opiskelijoilta toivottavia ominaisuuksia. (<http://ikata.lpkky.fi/dynamic/1/3.html>.)

Ikaalisten käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksesta aivoriiheeni valikoitui juuri valmistuksessa oleva kolmannen vuosikurssin graafisten suunnittelijoiden ryhmä, joka koulustaustansa vuoksi oli erinomainen suorittamaan aivoriihtä kanssani. IKATA:ssa graafinen suunnittelija nähdään visuaalisen viestin viejänä, joka kuuntelee asiakkaan odotuksia, ja täyttää niitä omaa luovuuttaan käyttäen. Heidän on ammattilaisina tyylytietoisesti osattava mm. suunnitella visuaalisia kokonaisuuksia vaihtuviin medioihin. Opiskelun keskeistä sisältöä on käsin tekemisen yhdistyminen tietotekniseen osaamiseen, ja he tutustuvat visuaalisen viestinnän eri keinoihin ja tekniikan hallintaan (ohjelmistot sekä laitteet). (<http://ikata.lpkky.fi/dynamic/1/17.html>.)

Aivoriiheen osallistui 13 opiskelijan ryhmä, joiden ikäjakauma oli 17-30v. Ryhmän kanssa sovin, että he ovat anonyymeinä osallistujina aivoriihessä, koska koin että ideointi voi olla näin vapautuneempaa.

Opiskelijat olivat saaneet ennen aivoriihtä heille lähetetyssä sähköisessä kutsussa (liite 1) vain vähän tietoa kehittämistyöni kohteesta. Tällä halusin varmistaa heidän tulevan paikalle ilman ennako-odotuksia, -luuloja ja -asenteita aiheittani kohtaan. Näin tilanne lähti käyntiin tyhjältä pöydältä, ja pystyin omalla esittelylläni suuntaamaan keskustelua haluamaani suuntaan. Ojasalon ym. (2010, 146) mukaan aivoriihen lämmittelyvaiheessa on tärkeää vapauttaa ryhmä turhista ennakkoluuloista ja mieltä rajoittavista tekijöistä. Pysin tähän myös esittelemällä itseni mahdollisimman vapaamuotoisesti ja pitämällä tilaisuuden hyvin epävirallisen luontoisena. Olin tuonut paikalle myös yhden veistoksen, joka toimi sekä tunnelman keventäjänä ja keskustelun herättäjänä, kuin myös koko aivoriihen aloituksen ytimenä.

Tällaisen ideointitiimiin pitäisi Taatilan & Suomalain (2008) mukaan pystyä luomaan niin hyvä keskinäinen luottamus, että omien ideoiden avoin esittäminen on mahdollista. Heidän mielestään jokaisen jäsenen mielipide tiimissä on tärkeä, ja jokainen näkemys on merkityksellinen. (Taatila & Suomala 2008, 70.) Tässä minua auttoi ryhmän valinta, joka merkitsi sitä, että he olivat jo usean vuoden ajan opiskelleet yhdessä, ja näin ollen olivat tuttuja keskenään jo ennestään.

Aivoriihessä hyödynsin ideakävelymenetelmää (aivoriihen rakenne, liite 2), jossa kukin ryhmäläinen kirjoitti lapuille niin monta ideaa kuin hänelle tuli mieleen. Ideat ripustettiin taululle niin, että niiden välille jätettiin tyhjää tilaa. Kun nämä ensimmäisen kierroksen ideat alkoivat tyrehtyä, ryhmäläiset alkoivat kiertää ja tarkastella muiden ideoita. Niitä

alettiin kehittää edelleen, ja uudet syntyneet ideat kirjoitettiin ja sijoitettiin aina alkupe-
räisten läheisyyteen. (Ojasalo ym. 2010, 146.)

Tämän brainstormingin lähtökysymyksenä oli: miten viedä taideteos, joka saattaa olla
myös kolmiulotteinen (tässä nostin pöydälle mukani olleen veistoksen), Internetin
virtuaaligalleriaan? Keskustelun ja post it -muistilappujen kautta käsitelimme aihetta
noin puolituntia, ja jaoimme ideoita taululla. Johdattelin aivoriiheen osallistujia myös
lisäkysymyksellä: kuinka tehdä se elämyksellisesti? Kun osallistujien ideat tämän ky-
symyksen osalta alkoivat ehtymään, koin että olimme käsitelleet sen aiheen loppuun.

Seuraavaksi jatkoin ajatusta eteenpäin, ja esitin kysymyksen: miten kulttuurin kuluttajat
ja virtuaaligallerian käyttäjät voitaisiin osallistaa mukaan virtuaaligallerian toimintaan?
Tähän käytimme toisen puolituntia. Näiden keskustelujemme ja kirjallisten tuotosten
pohjalta laitoimme kaikki muistilaput taululle, ja pyysin osallistuvaa ryhmää lukemaan
toistensa ideoita ja jatkojalostamaan niitä eteenpäin. Käsiteltyämme nämä jalostetut
ideat, kävimme vielä noin tunnin vapaata keskustelua aiheesta. Näin osallistujat pääsi-
vät jakamaan vapaammin muita ideoitaan asiaan liittyen.



Kuvio 5. Toinen vaihe Ikaalisten käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksessa suorittamastani aivorii-
hestä.

Saimme tuotettua reilusti uusia ideoita kehittämistyöni lähtökohdiksi, ja esiselvitysvaiheen yhdeksi osaksi. Sain aivoriihestä myös vahvistusta jo aiemmin teorian sekä oman pohdintani kautta löytyneillä kehittämisideoille.

Äänitin aivoriihen, jotta pystyin jälkikäteen tutkimaan tätä kautta saatua aineistoa huolella ja litteroimaan sen tutkimusmateriaalikseni myöhempää analysointia varten. Kuvasin myös still-kuvoin muistilappujen avulla tehdyn kirjallisen tuotoksen, ja keräsin laput talteen kirjoittaakseni puhtaaksi kaikki aivoriihessä tuottamamme uudet ideat. Näiden litteroitujen materiaalin pohjalta minun oli helppo lähteä työstämään ja analysoimaan saamiani tuloksia.

4.2.3 Benchmarking

Esiselvityksen kolmantena tärkeänä osana tein benchmarkkausta (esikuva-arviointia) Internetin maailmassa, ja pyrin löytämään tutkimuskohteeseeni rinnastettavia tapausesimerkkejä tarkemman analysoinnin kohteeksi. Tässä hyödynsin sekä kotimaisia että ulkomaisia Internet-sivuja, joita erilaiset taideinstanssit olivat luoneet ja hyödyntäneet taiteen esittelyssä. Käytin tässä hakusanana virtuaalista galleriaa (virtual gallery). Ojasalon (2010) mukaan benchmarkingissa tutkitaan useimmiten menestyvää tai menestyviä organisaatioita, pyritään oppimaan niiden menestyksen syistä ja yritetään hyödyntää muualla hyväksi havaittuja toimintatapoja ottamalla niitä käyttöön (Ojasalo ym. 2010, 163). Pyrin löytämään tapausesimerkeiksi soveltuvia sivustoja kahden eri kategorian kautta, jotka tilaajani kanssa koimme tärkeiksi koskien kehittämistyöni suuntaa: virtuaaligalleriat, jotka oli luotu antamaan elämyksiä käyttäjilleen; sekä taiteen esittelyyn suunnatut sivustot, joilla oli osallistettu (interaktiivisuus) taiteen kuluttajat jollain lailla sivuston toimintaan. Nämä kaksi näkökulmaa rajasivat selkeästi tutkittavaa materiaalia, ja antoivat parhaan hyödyn suhteessa kehittämistyön kohteeseeni. Benchmarkkauksessa tutkittavien kohteiden rajaus oli työläs, mutta tärkeä osa, sillä halusin valita ja rajata kohteet niin selkeästi, että ne hyödynsivät opinnäytetyöni kehittämiskohteen suunnittelua parhaalla mahdollisella tavalla.

Tutkittavina muuttujina benchmarking-analyysissäni hyödynsin sekä aivoriihen kautta osallistujien hyväksi kokemia elämyksen tuottamisen ja osallistamisen keinoja, sekä Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010) määrittelemiä elämyksen elementtejä. Etsin tämän vertaisanalyysini kautta

kehittämistyöni suunnittelun tueksi yksittäisiä kiinnostavia ja innovatiivisia toteutustapoja sekä ideoita ja inspiraatiota, enkä niinkään valmiita, kopioitavissa olevia toteutuskonaisuuksia.

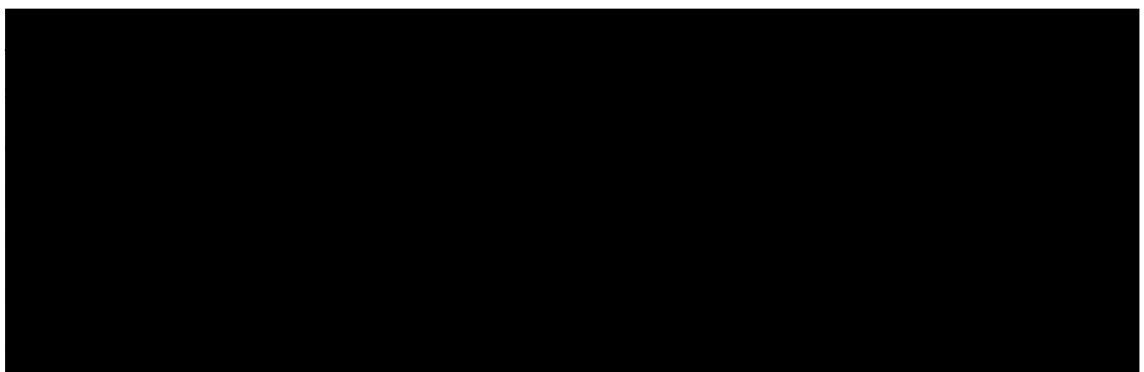
5 Tulokset - millainen olisi elämyksellinen ja osallistava virtuaaligalleria

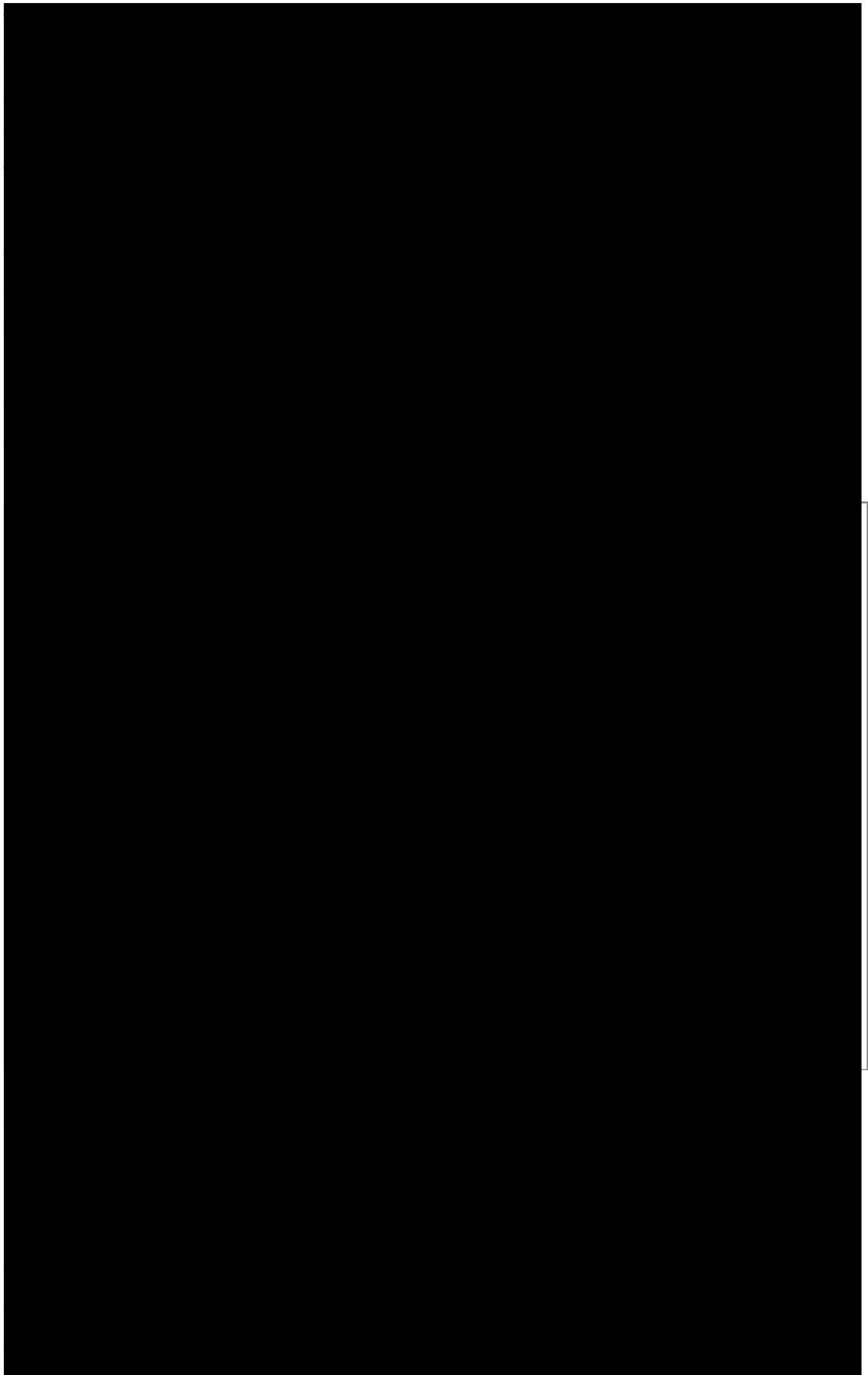


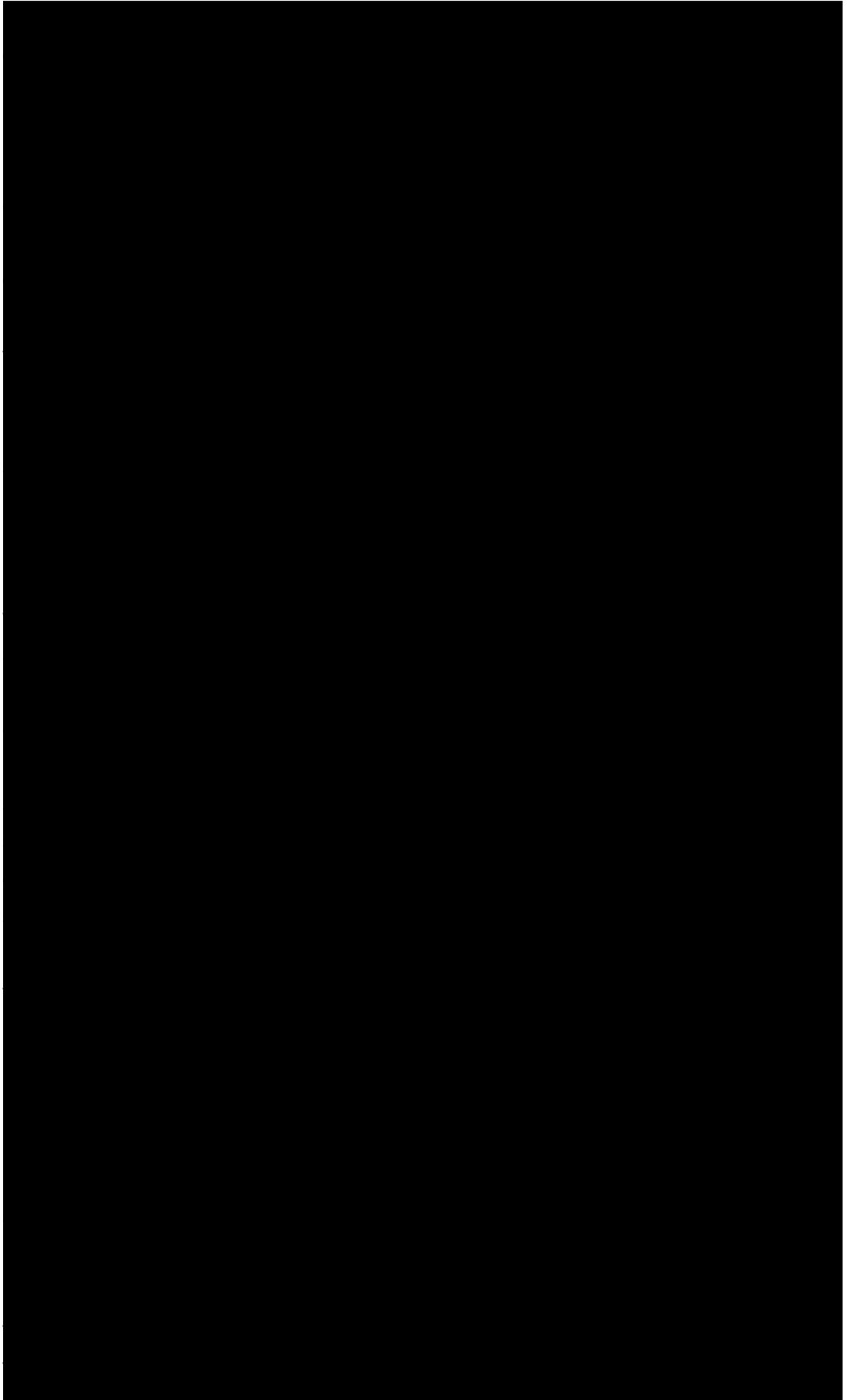
5.1 Kirjallisten ideoiden kautta keskusteluun

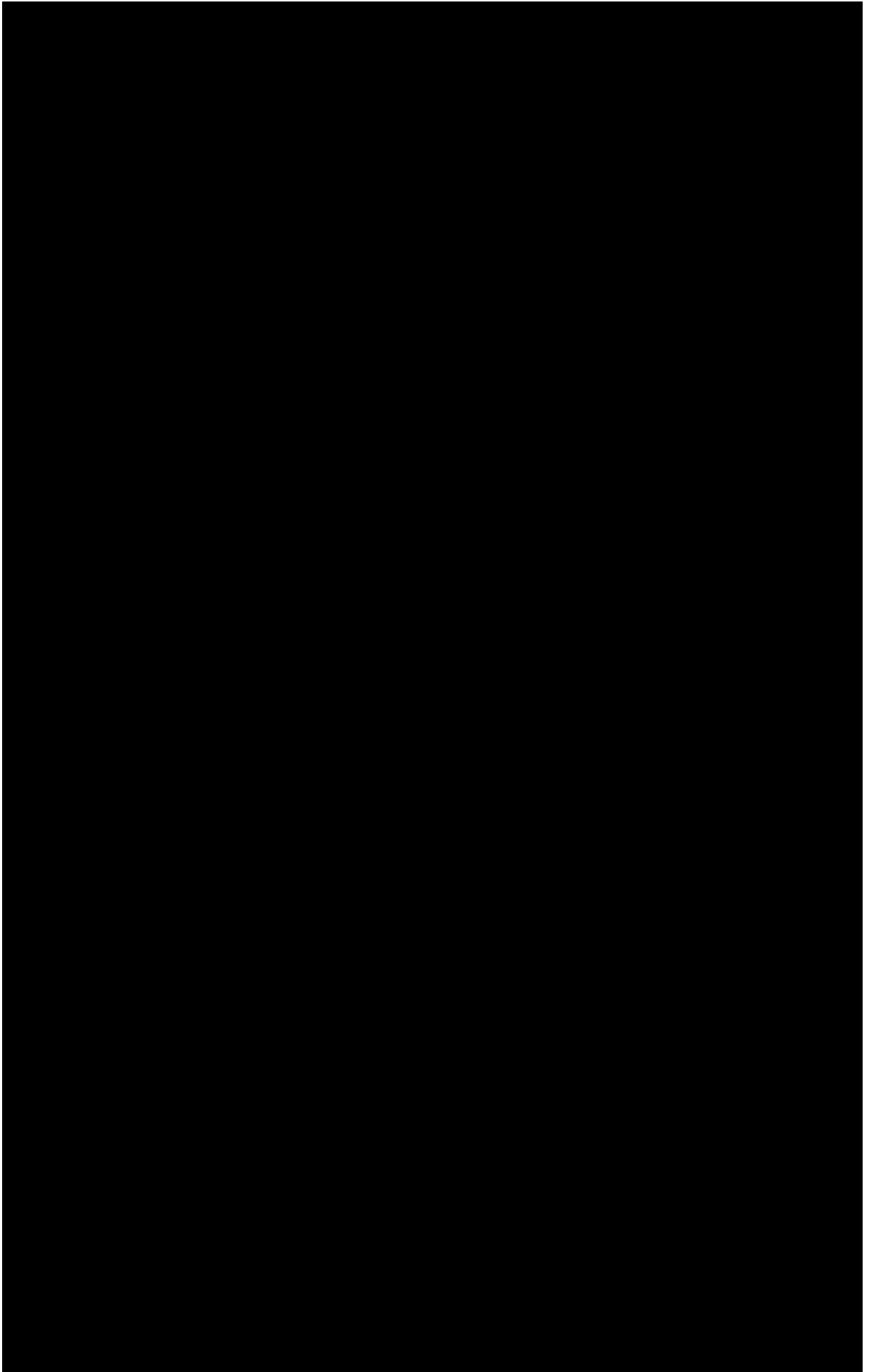


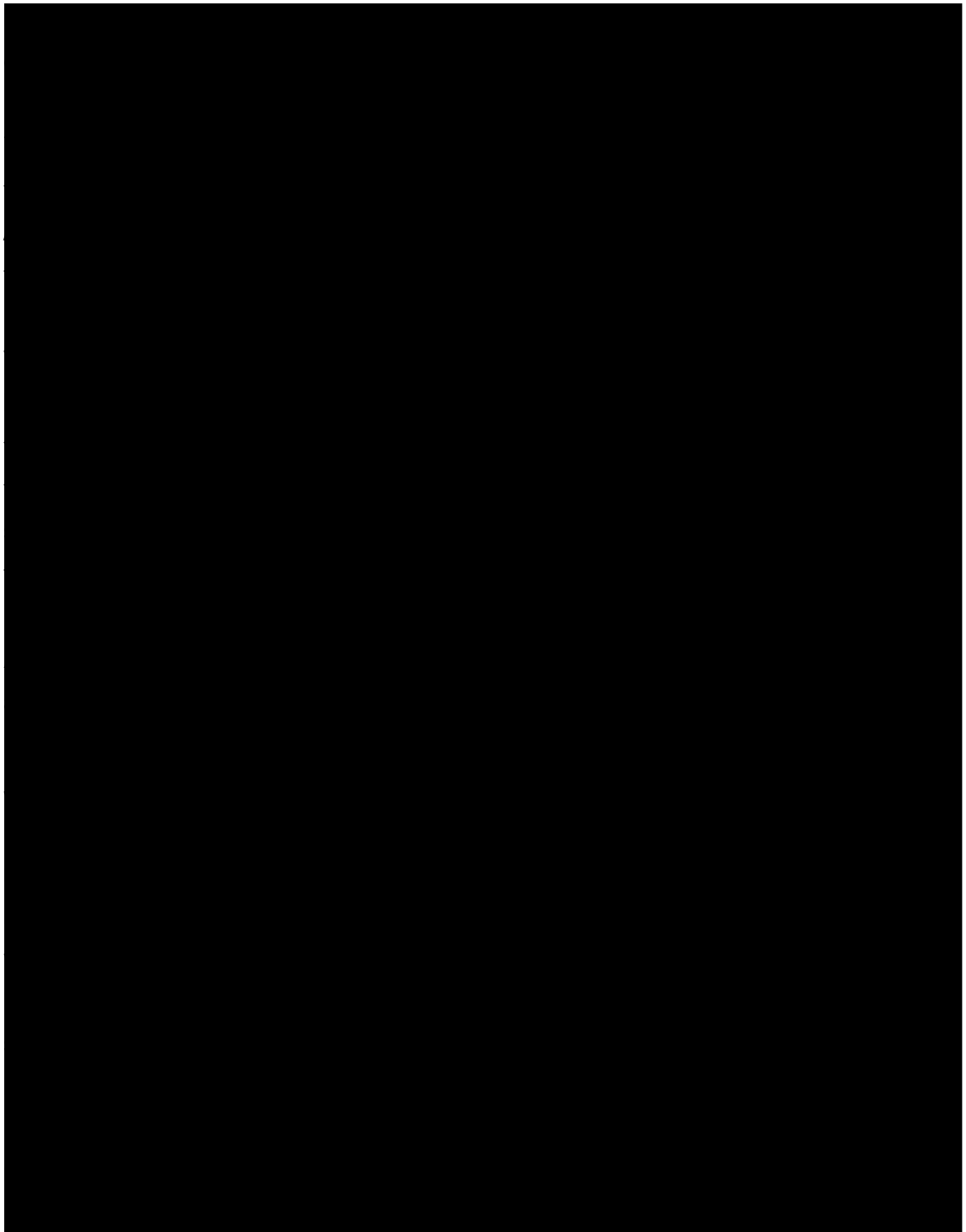
5.1.1 Eri teosten esittelytekniikat luovat virtuaaligallerian tunnelman



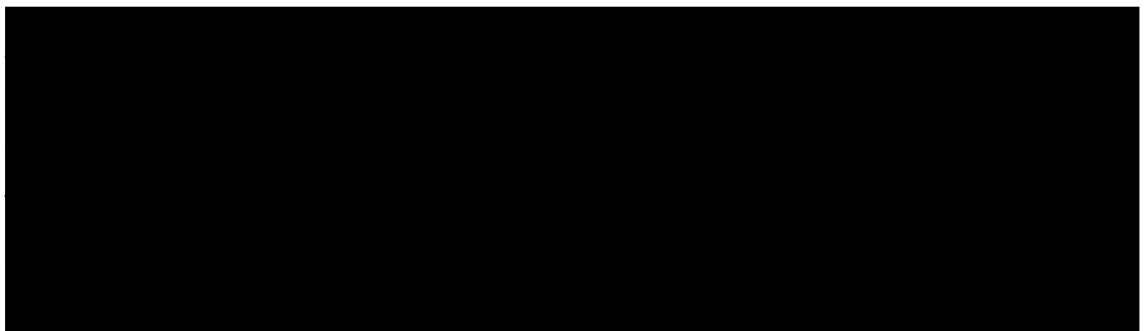


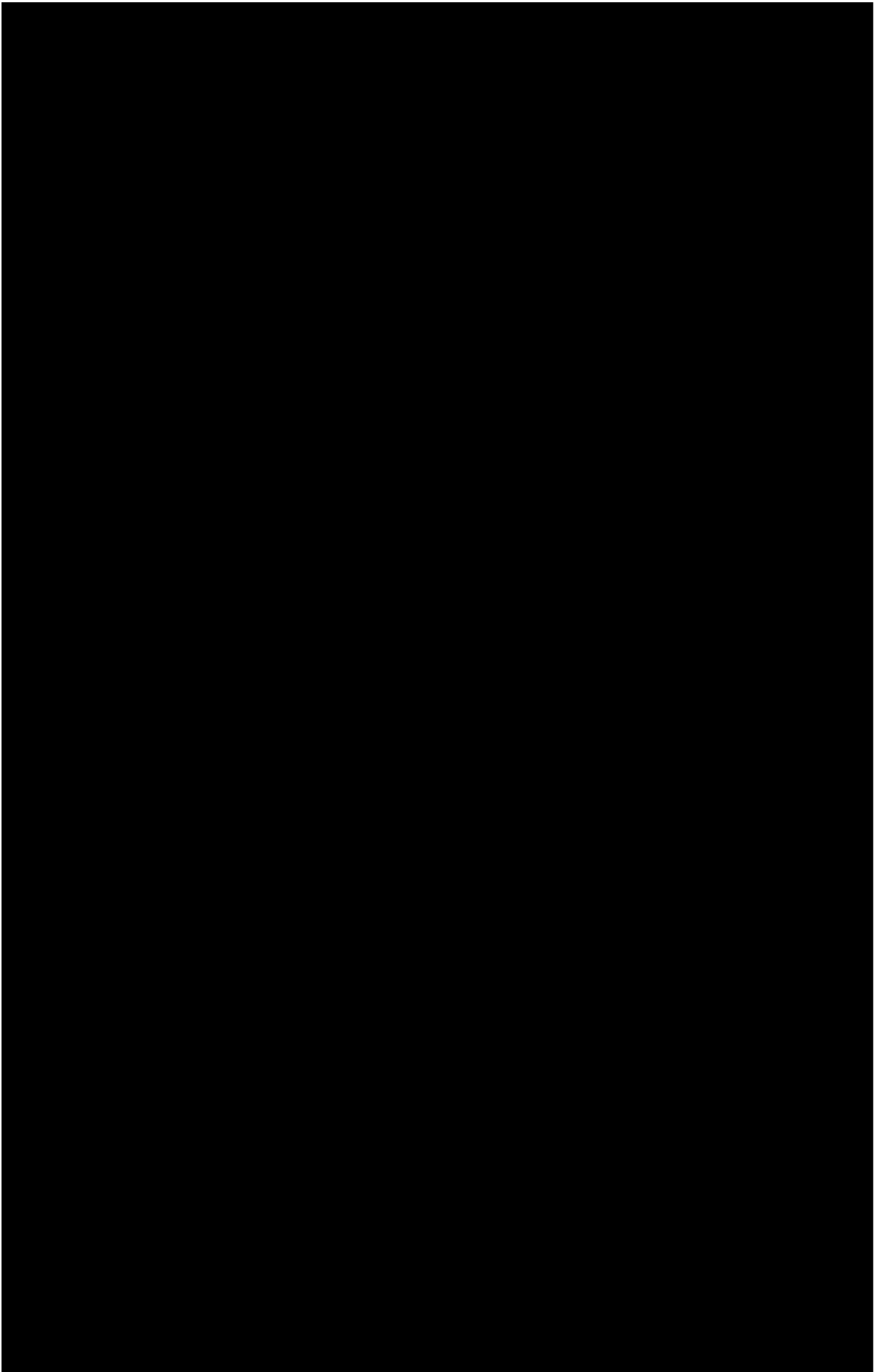


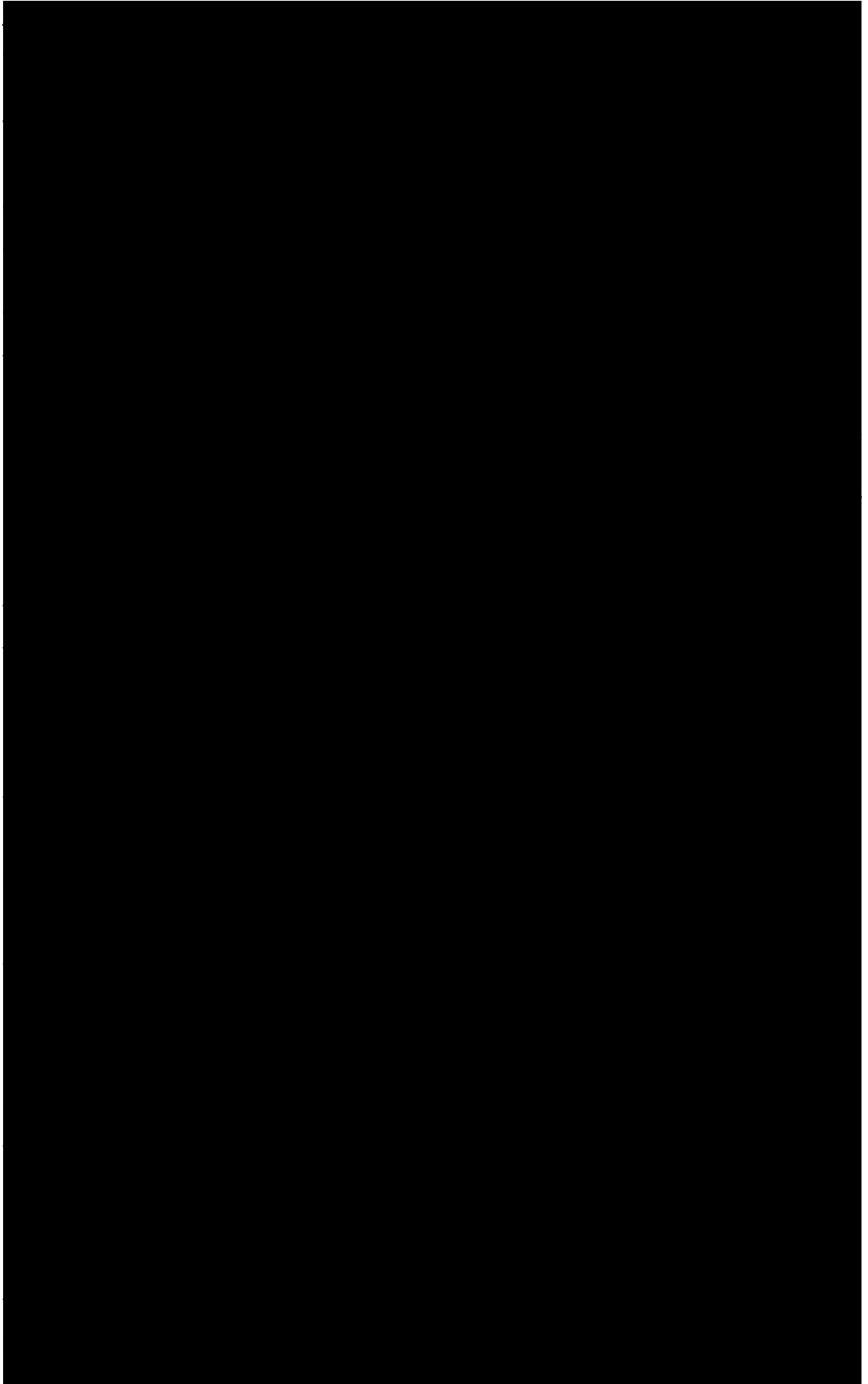


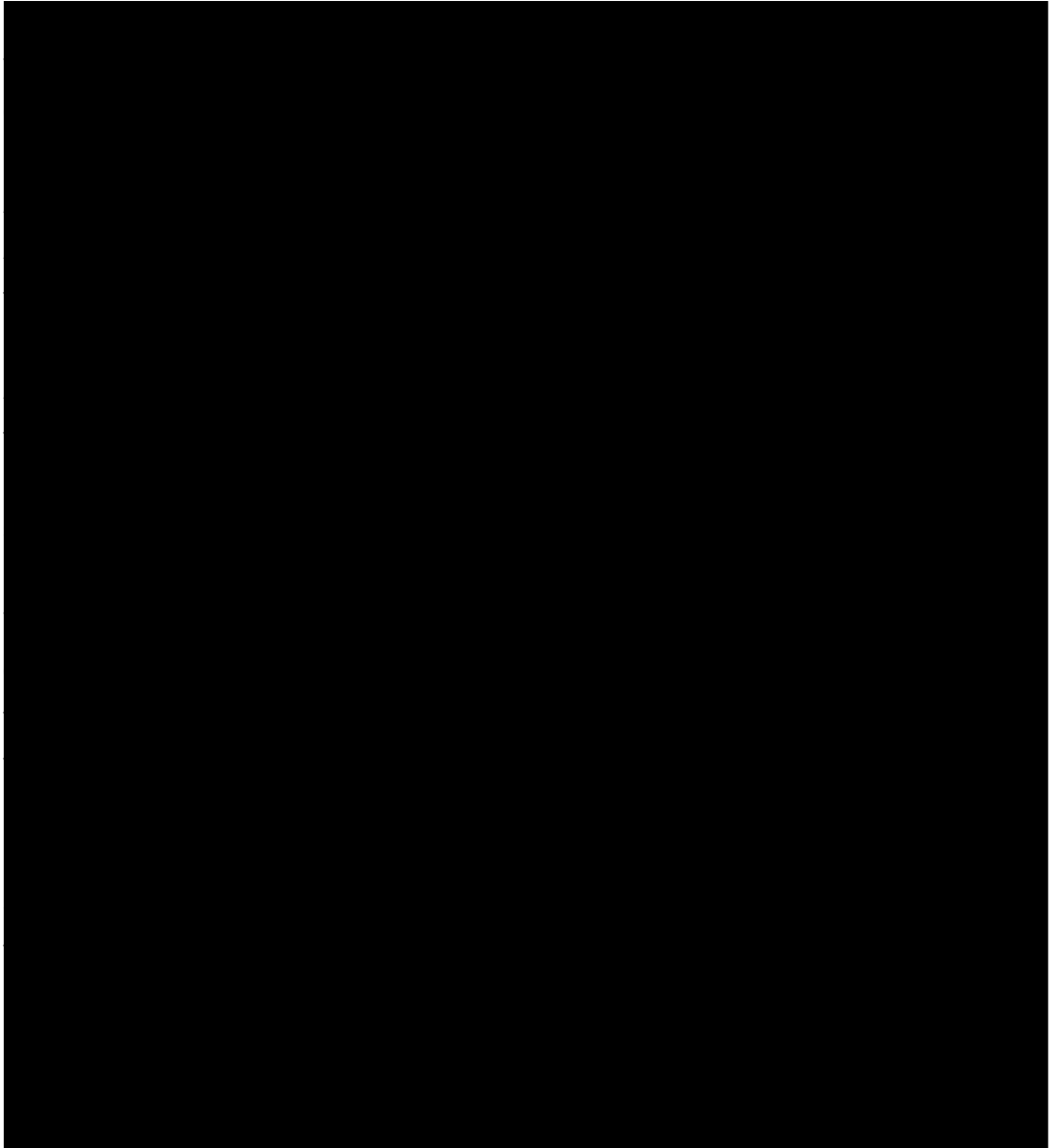


5.1.2 Elämyksen ja osallistamisen avaimet virtuaalisessa tilassa

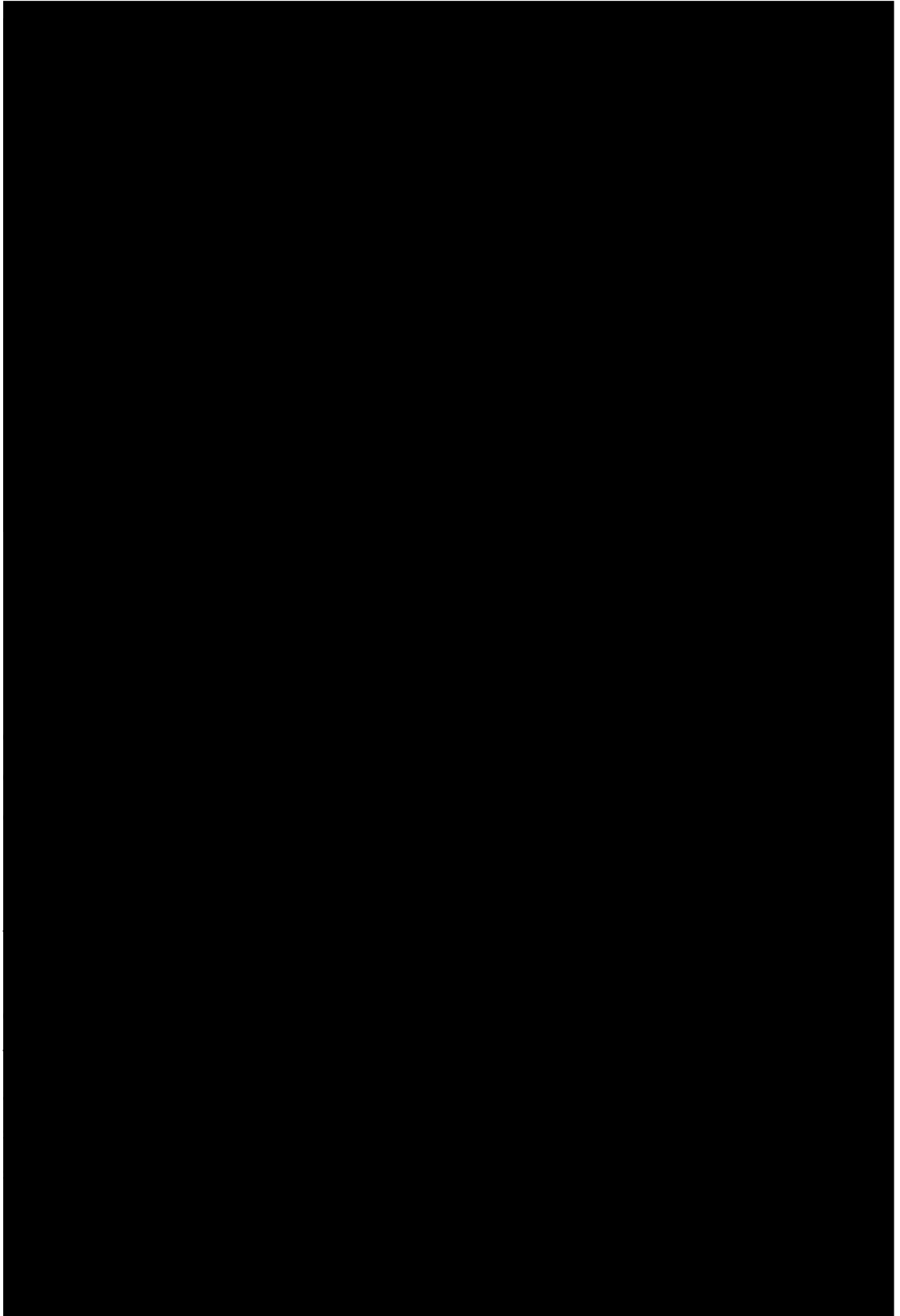






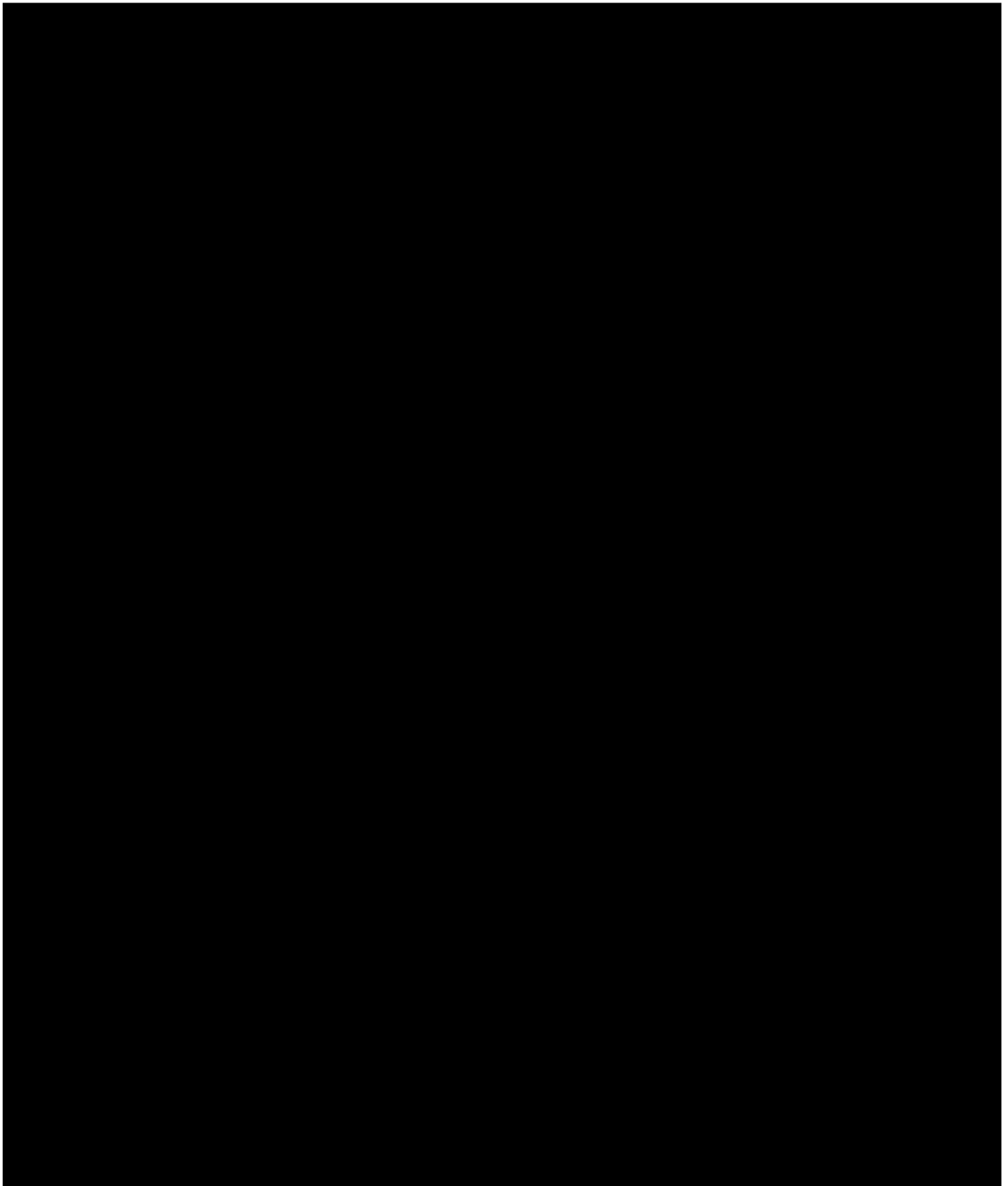


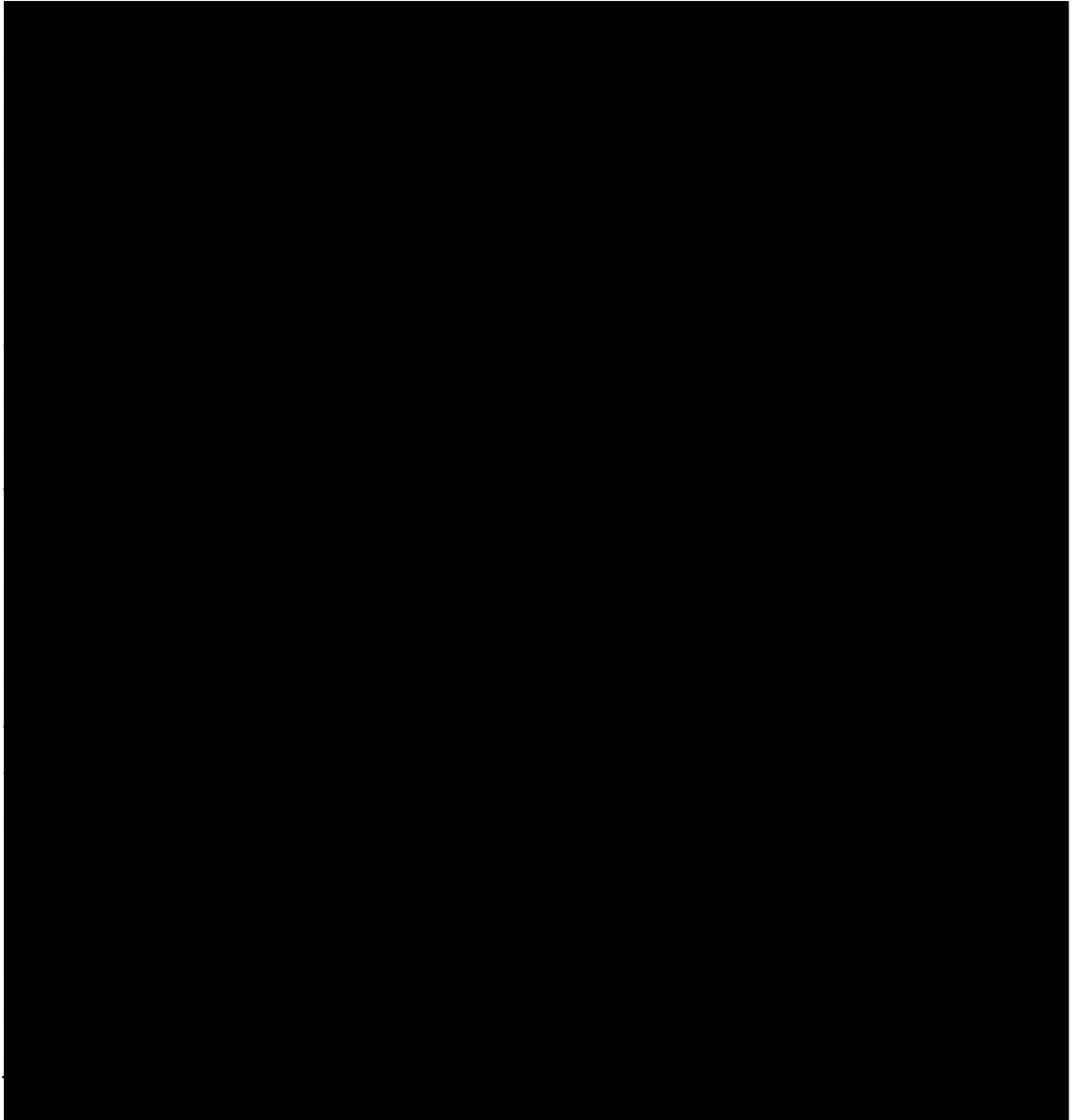
5.1.3 Osallistamisen keinot virtuaaligalleriassa



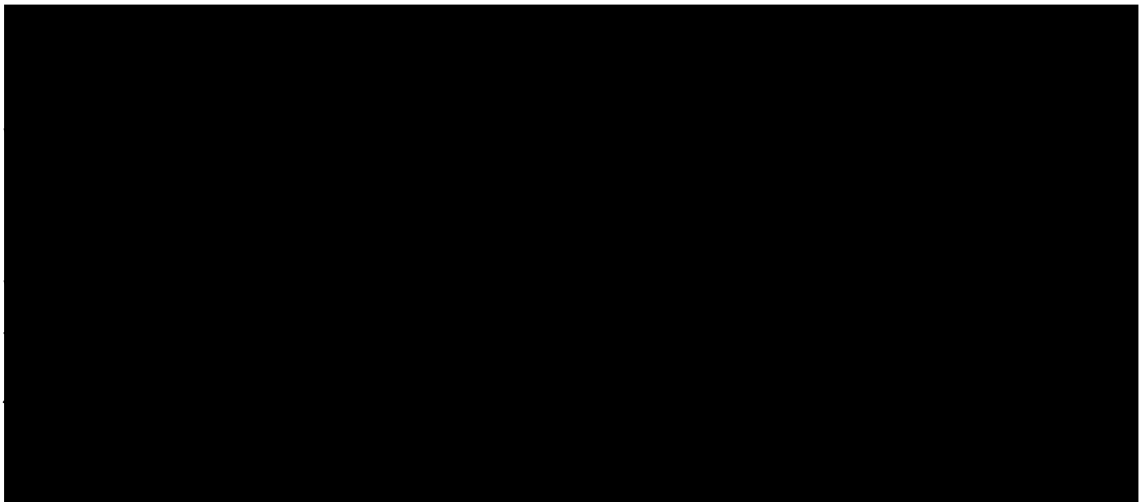


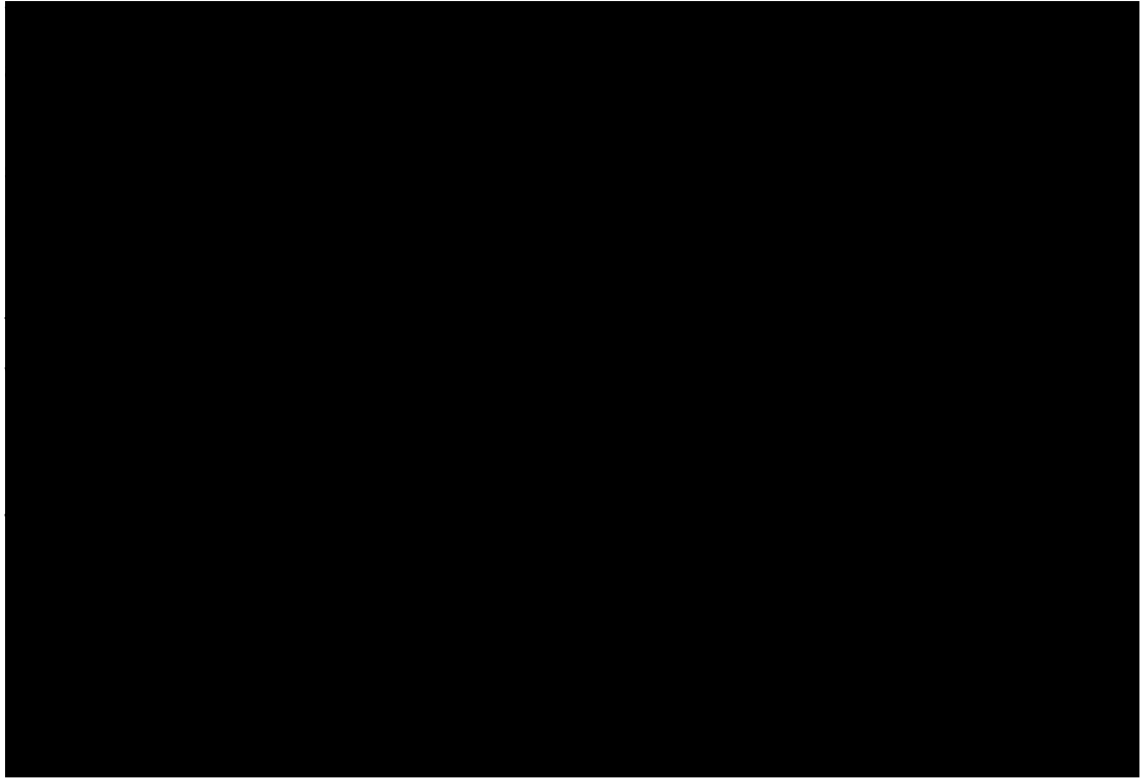
5.1.4 Osallistaminen teosten valinnassa voi luoda elämyksiä



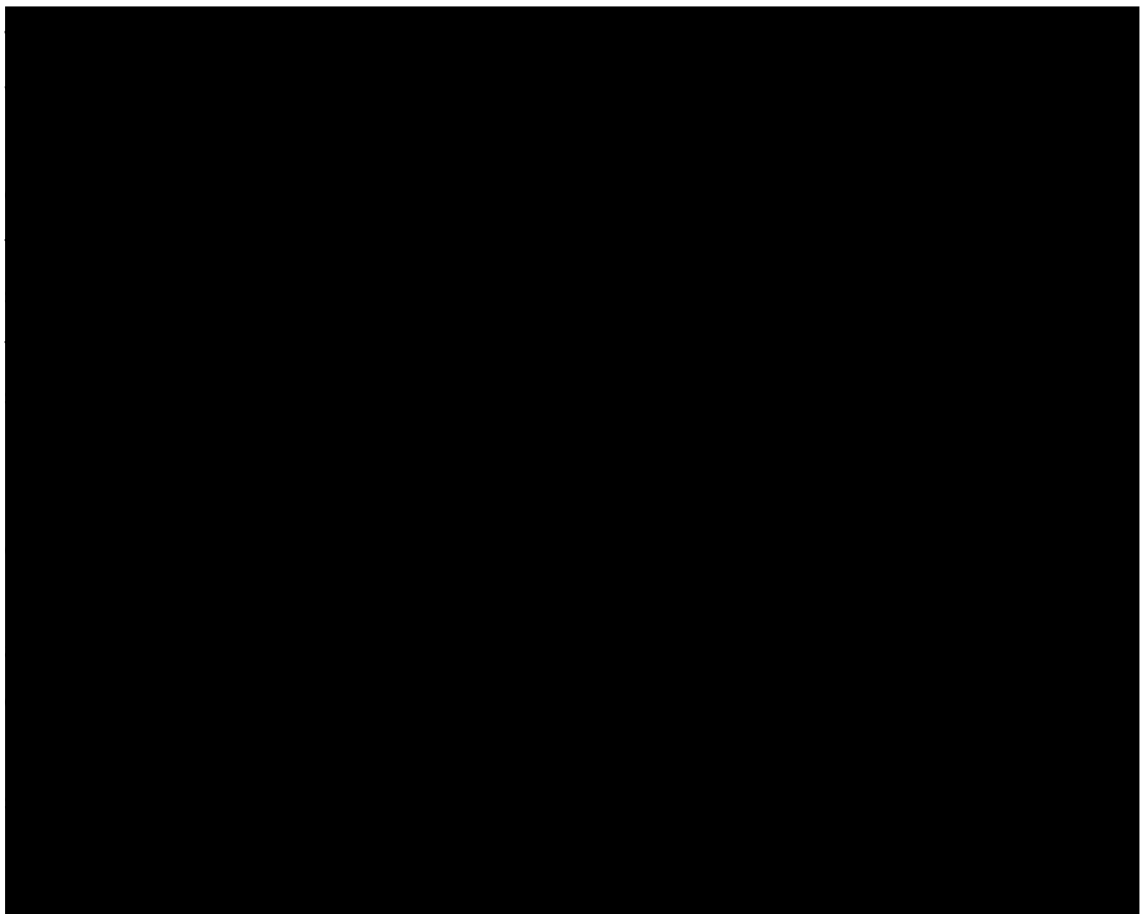


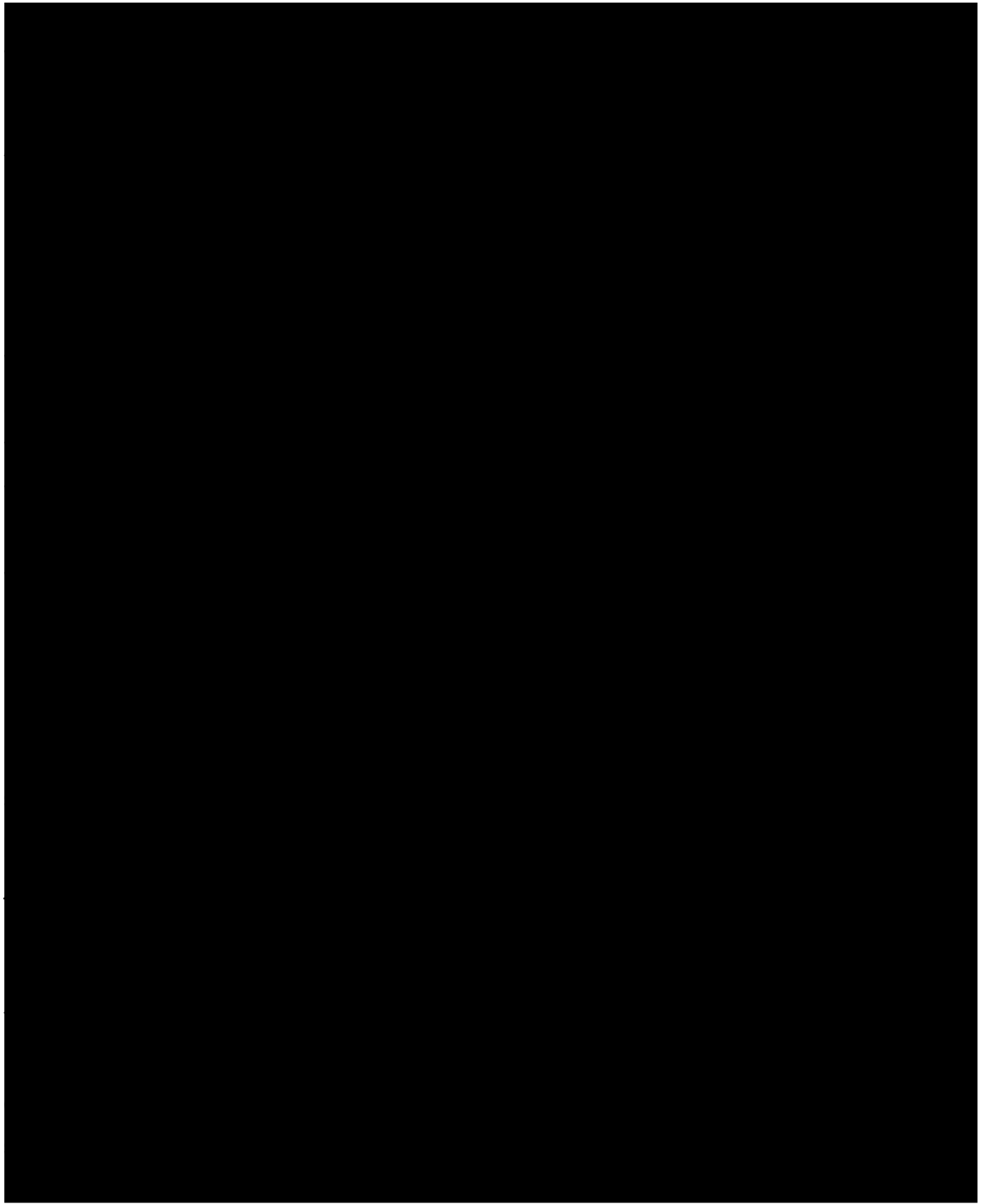
5.2 Hyviä käytäntöjä olemassa olevista virtuaaligallerioista



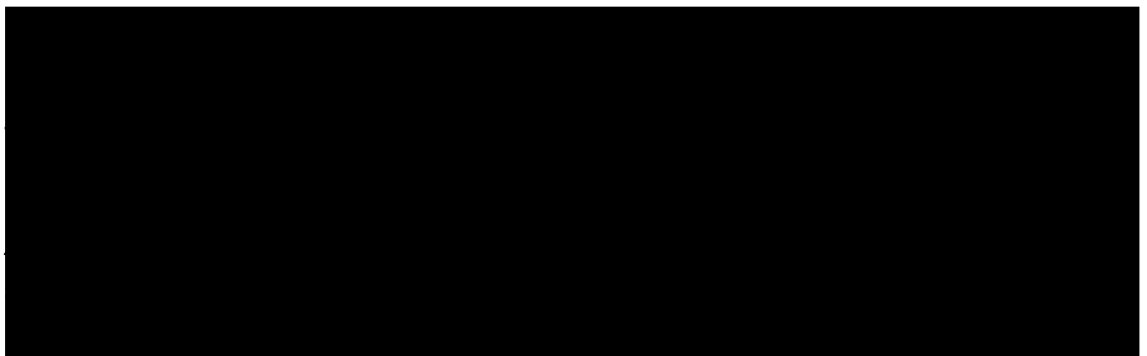


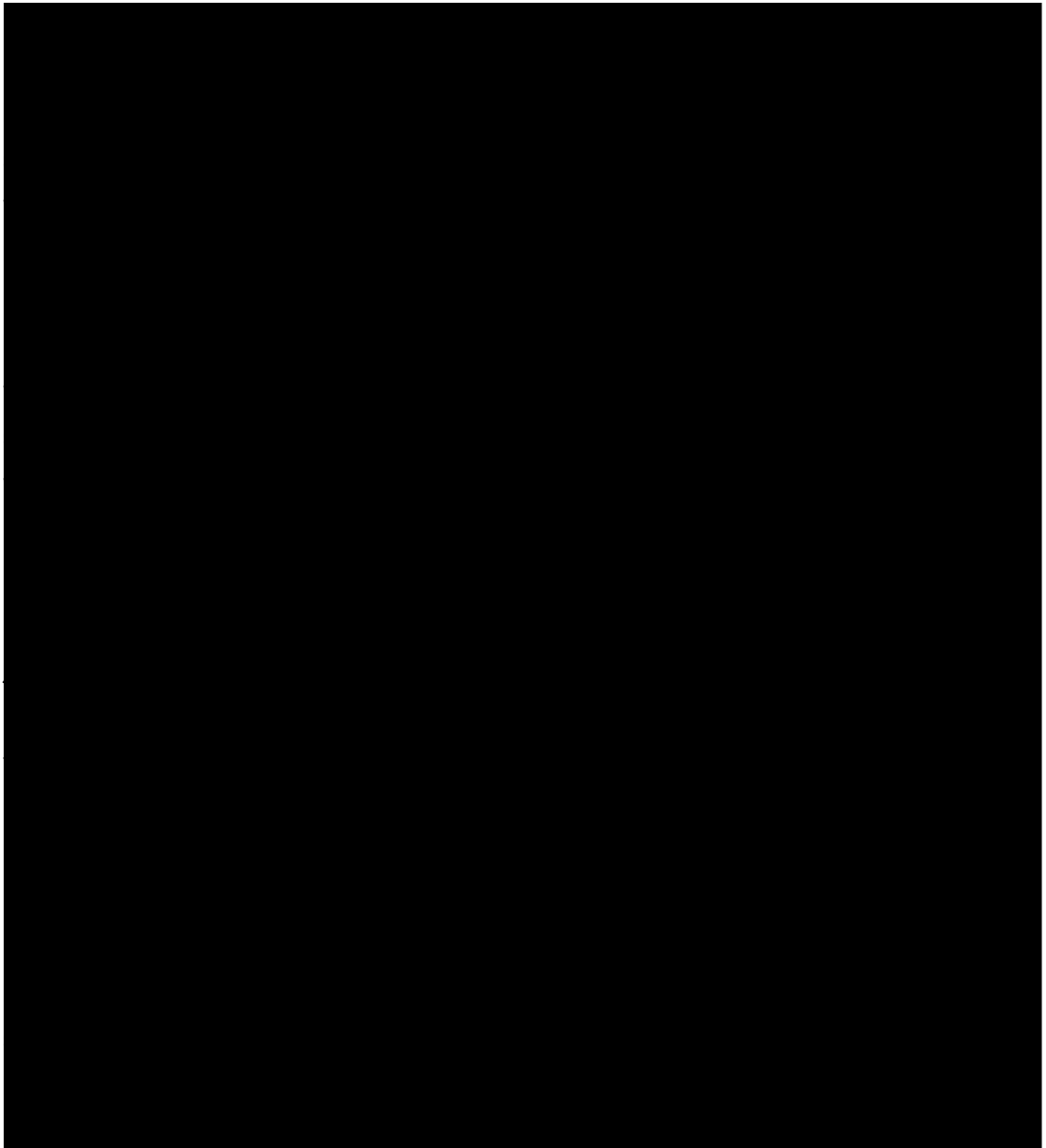
5.2.1 Benchmarkingin kohteet



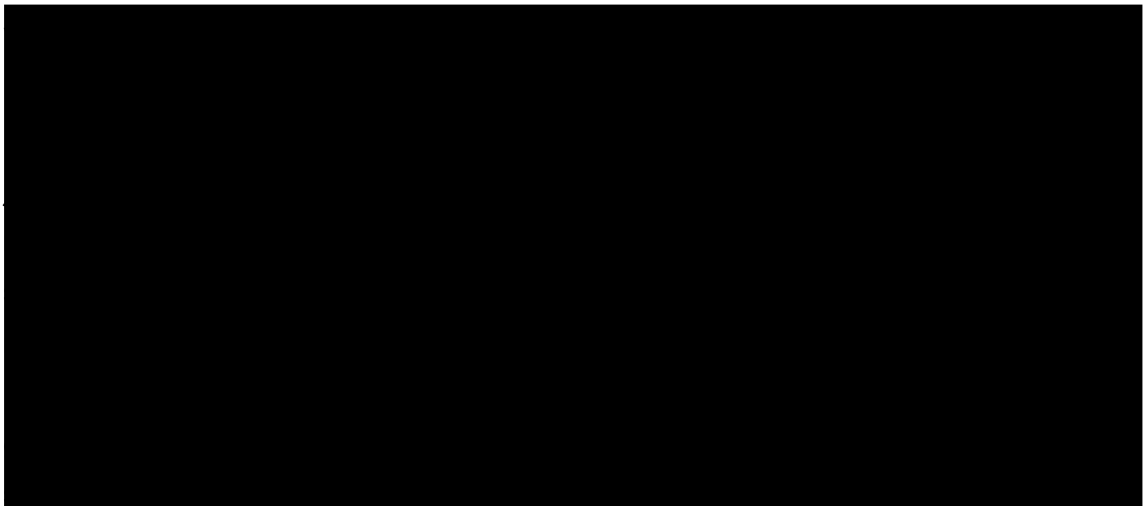


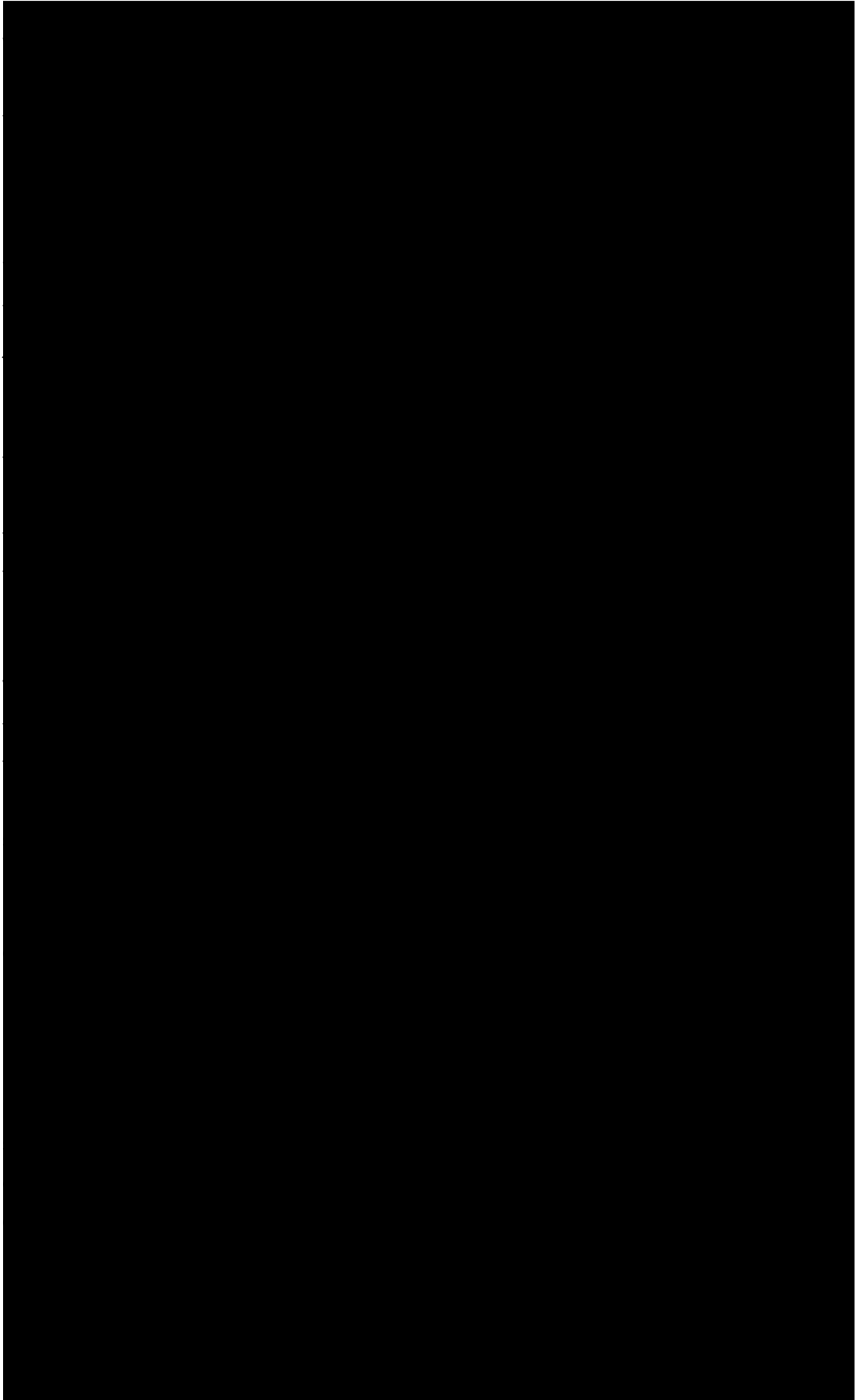
5.2.2 Visuaalinen materiaali teosten esittelyssä

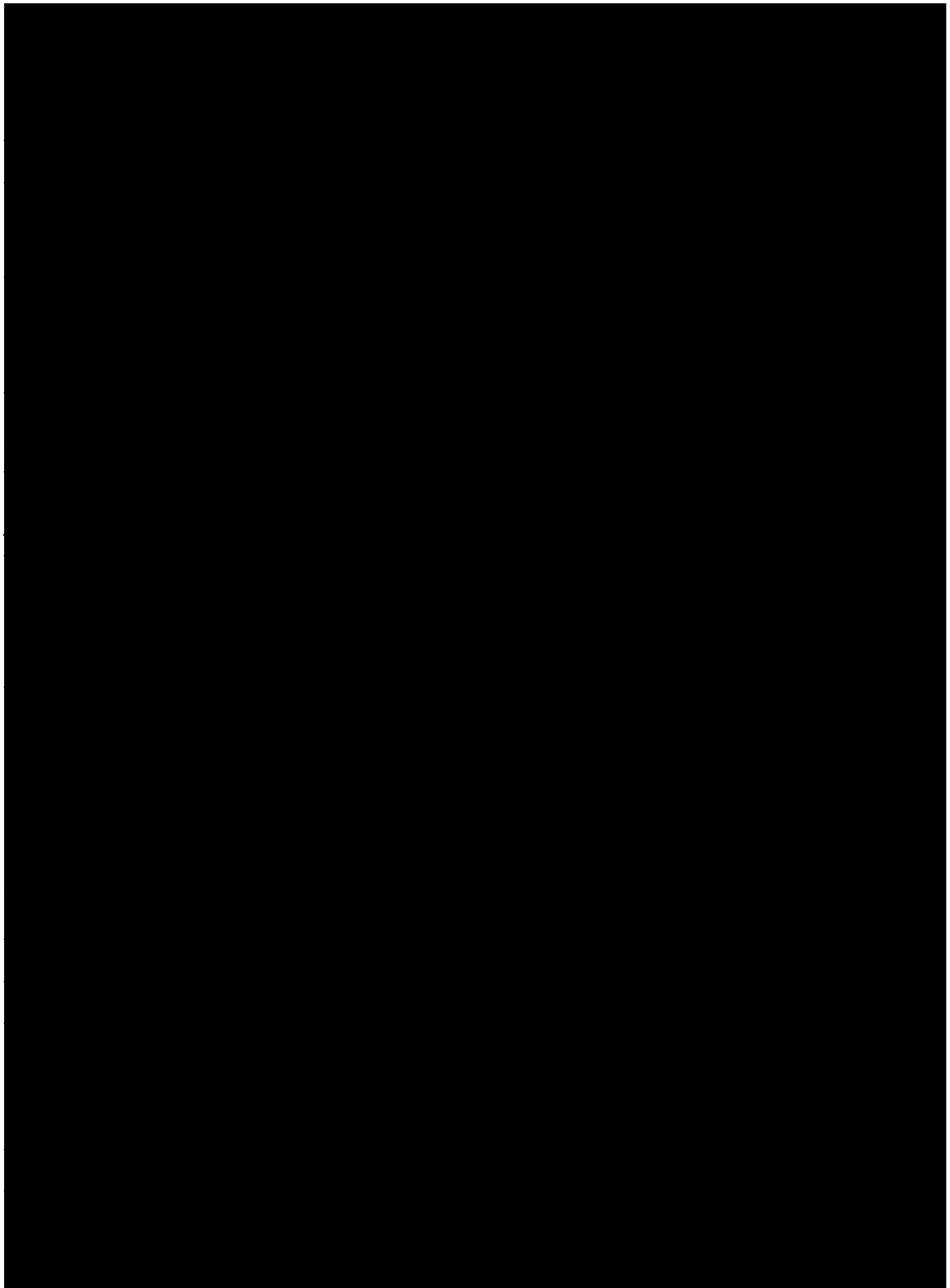




5.2.3 Elämyksiä virtuaalisessa taidenäyttelyssä

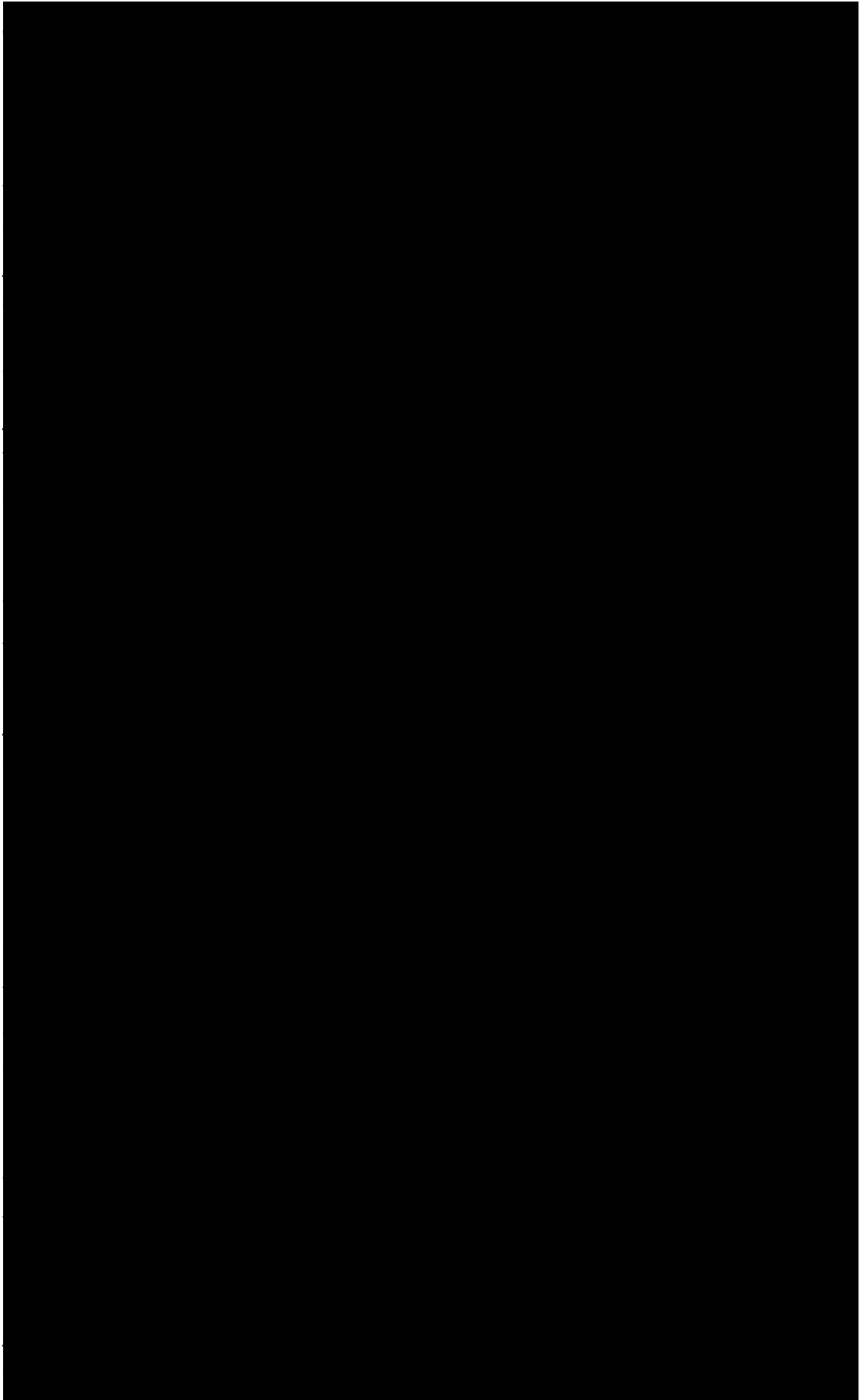


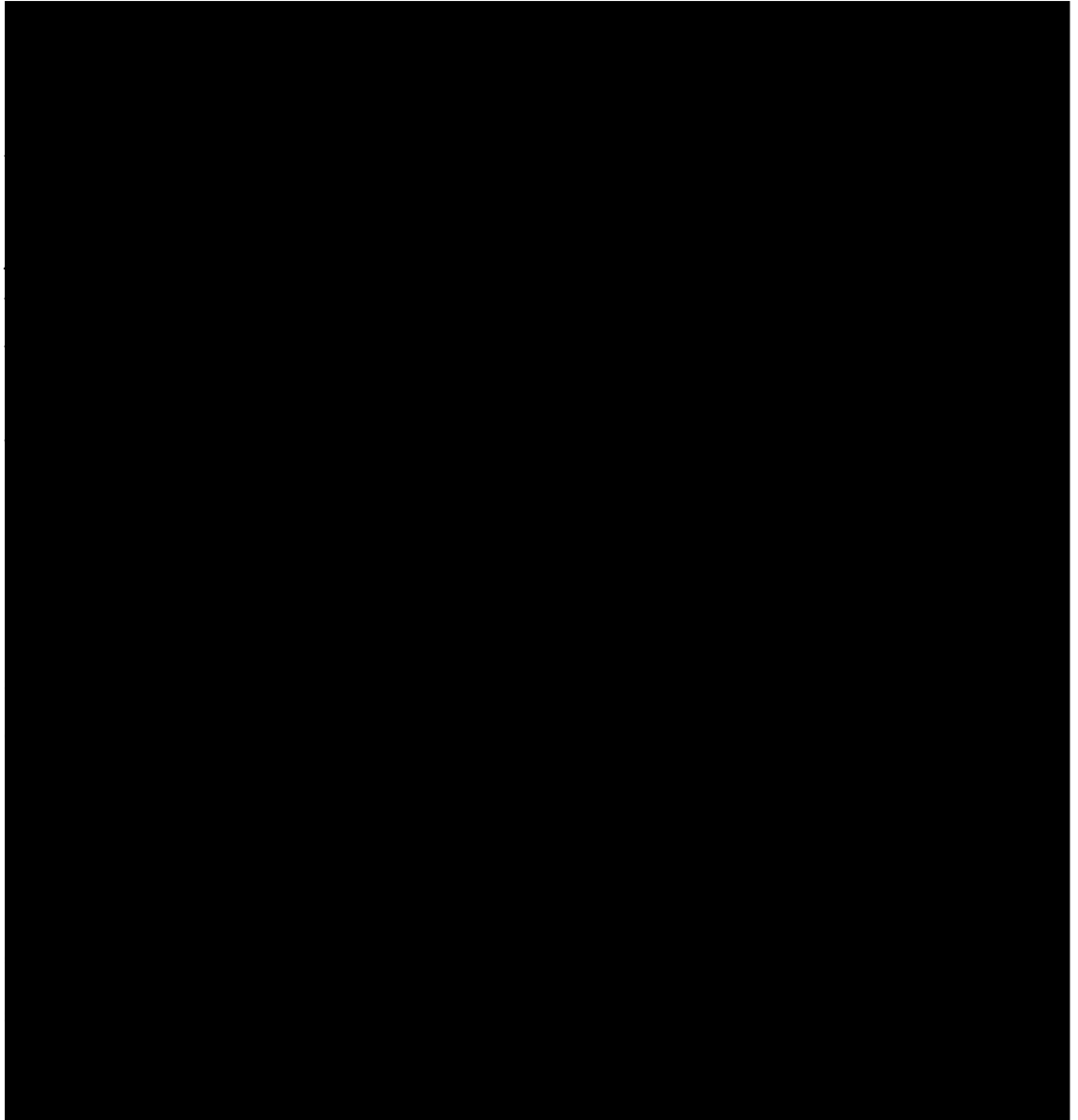




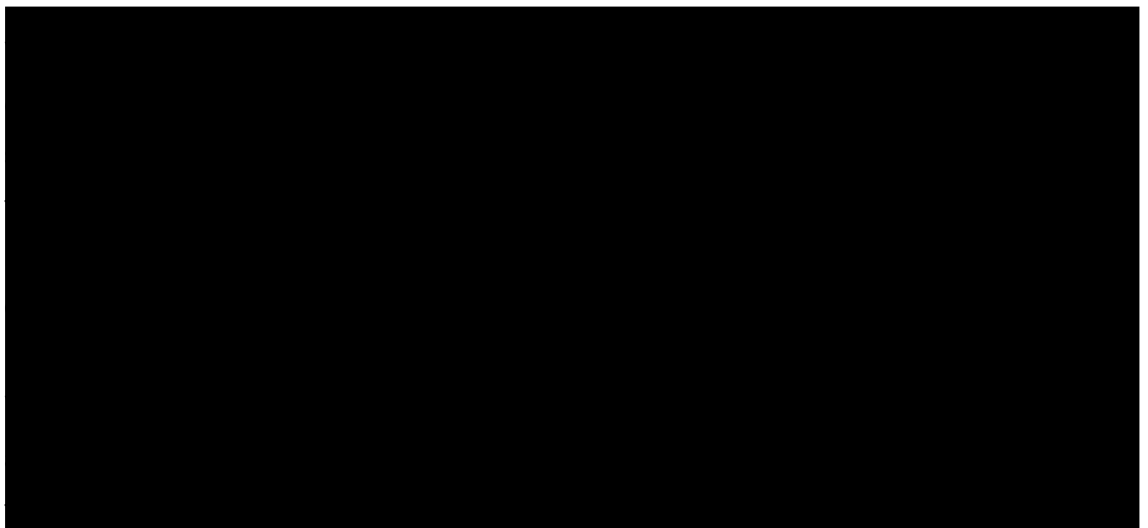
5.2.4 Osallistaminen benchmarking kohteissa

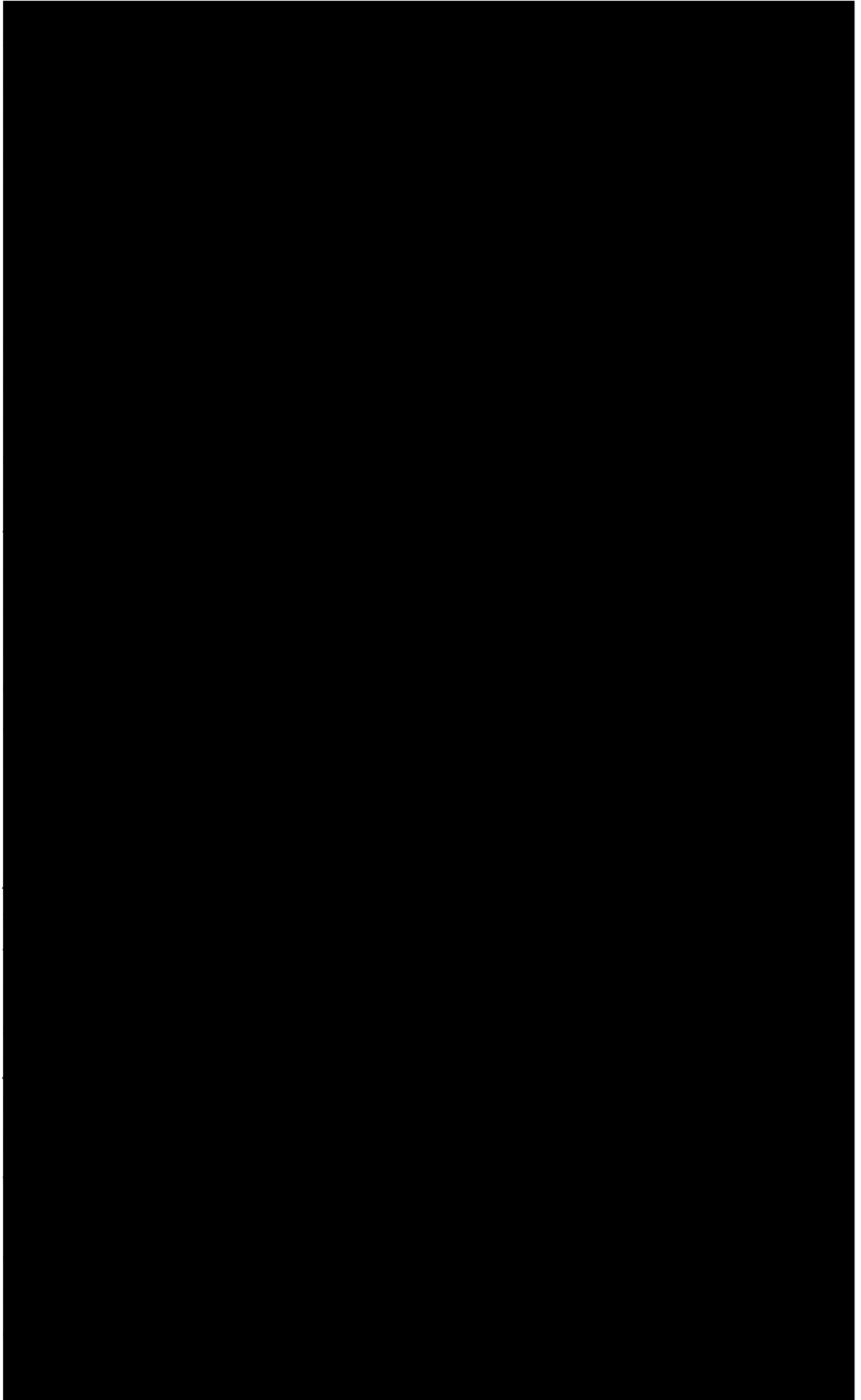


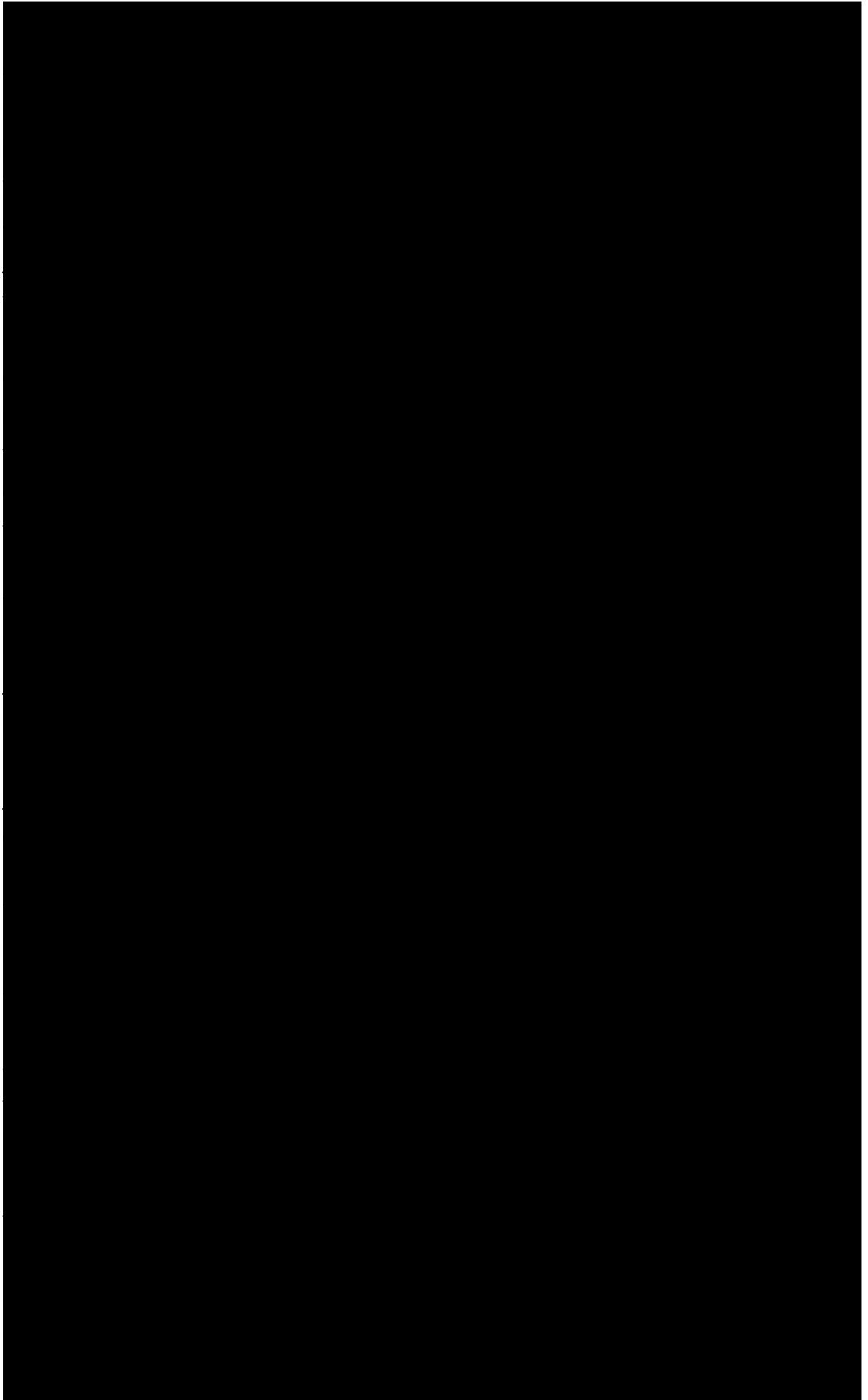


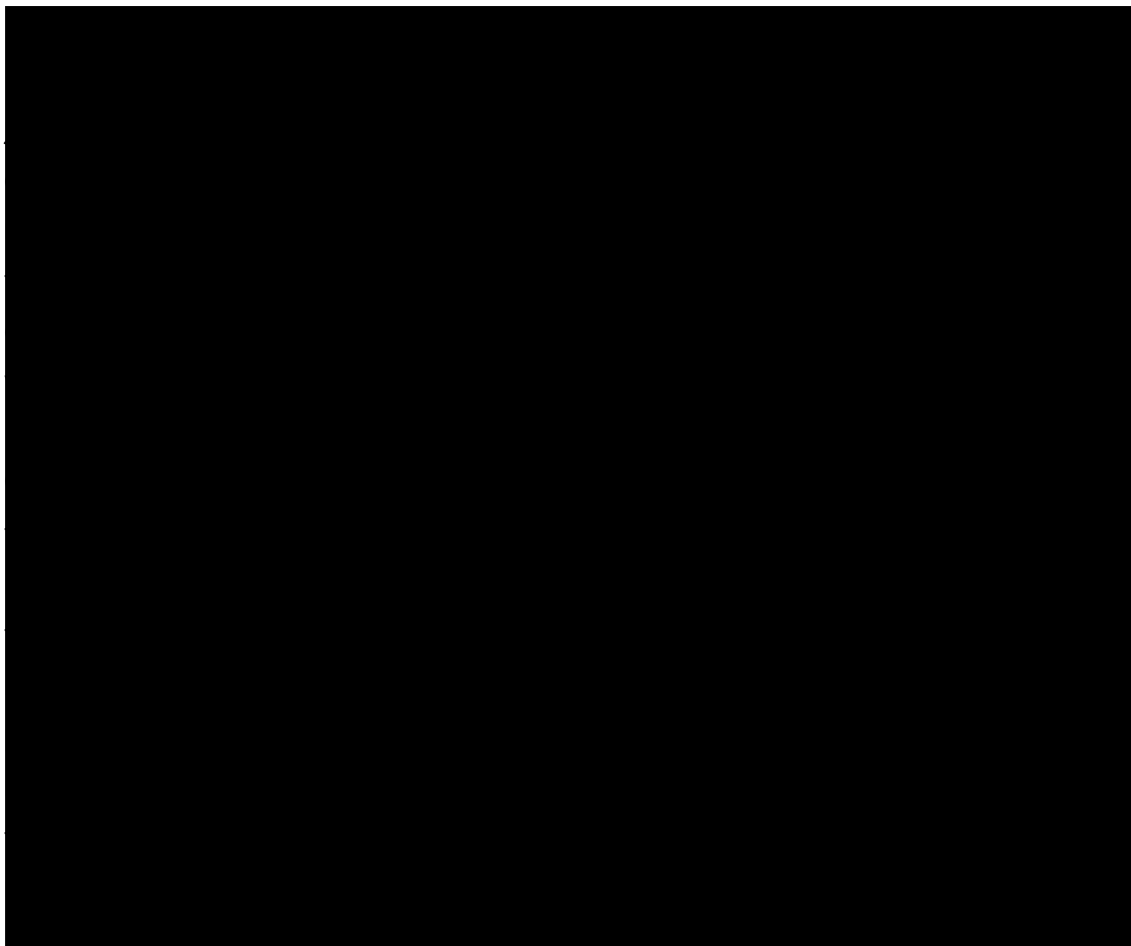


6 Kehittämisehdotukset









7 Pohdinta

Tutkimusteni tuloksia tarkastellessani käy selväksi, etteivät elämysten tuottaminen ja osallistaminen virtuaalimaailmassa vaadi välttämättä suuria resursseja. Ne eivät myöskään vaadi loistokkaita ja kalliisti toteutettuja virtuaalitiloja toteutuakseen. Innovatiivisuus ja moniaistisuus sen sijaan ovat tärkeässä osassa yleisön kokemusta. Yleisön osallistaminen tulee aloittaa jo virtuaaligallerian taiteilijoiden valinnassa. Taiteilijoiden, heidän teostensa ja niiden tekovaiheiden esittelyssä optimaalisimpana keinona toimii videomateriaali. Virtuaaligallerian toiminnan, siellä esiteltävien taiteilijoiden ja heidän teostensa taustalta tulee löytyä tarinoita. Taiteen kuluttajat eivät halua vain kokea teoksia, he haluavat uppoutua niiden maailmaan. Löytää uutta ja kokea myös teosten valmistusprosessit. Yleisön halu kokea jotain sellaista mikä heidän arkeensa ei kuulu on suuri. He haluavat ymmärtää mitä taiteilija teoksillaan viestittää. He haluavat päästä kertomaan mielipiteitään taiteesta. Ja ennen kaikkea he haluavat jakaa kokemaansa erilaisten verkostojensa kesken.

Tutustuttuani elämyksen, osallistamisen ja virtuaalisuuden teorioihin oli hyvin mielenkiintoista huomata kuinka ne kaikki linkittyivät keskenään yhteen. Elämyksen tuottamisessa nähtiin osallistaminen yhtenä osana kokonaisuutta. Osallistamisen teorioissa nähtiin taas osallistaminen myös elämyksien tuottamisena. Virtuaalisesta todellisuudesta puhuttaessa löydettiin näkökulmia molempiin. Kaikki nämä aihealueet liittyvät siis olennaisella osalla toisiinsa.

Pelkkää viihteellistä tai esteettistä elämyksellisyyttä ei kannata tarjota Internetin interaktiivisessa ja virtuaalisessa ympäristössä. Sen mahdollistama todellisuuspakoisen elämyksen ulottuvuuden kokeminen ja yleisön osallistaminen mukaan toimintaan ovat avainasemassa onnistuneen virtuaaligallerian luomisessa. Erilaisten tarinoiden ja videomateriaalien jakaminen virtuaaligallerian kävijöiden kesken luovat toiminnalle myös opetuksellisen elämyksen ulottuvuuden.

Tässä vaiheessa, kun viimeisiä kappaleita kirjoitan opinnäytetyöstäni, näen projektin valintojeni teorioiden suhteen osuneen hyvinkin ytimeen tätä virtuaaligalleriaa suunniteltaessa. Kaiken opinnäytetyötäni varten lukemani teorian kautta uppouduin syvemmälle aiheeseen. Löysin kehittämistyölleni lähtökohdat, joita en ennen teoriaan tutustumista ja tutkimustyötäni voinut kuvitellakaan. Sain kasaan kehittämissuunnitelman raamit, jonka toivon ja koen hyödyntävän opinnäytetyöni tilaajaa heidän viedessä projektiaan eteenpäin.

Tässä kiireisessä maailmassa taistellaan usein resursseista, ja kärsitään monesti niiden puutteesta. Tämä näkyy myös kulttuurialalla. Jo ennen työelämääni astumistani resurssien puute näkyi tämän opinnäytetyöni kohdalla rajallisena ajankäytön mahdollisuutena. Piti siis tehdä kompromisseja, jotta kyseisen kehittämissuunnitelman pystyi annettujen aikarajojen puitteissa viemään loppuun. Olisi ollut asioita, jotka olisin tehnyt opinnäytetyössäni toisin tai pikemminkin tutkinut syvällisemmin, jos aika olisi sen sallinut. Omassa pienessä maailmassani, missä pyrin monesti täydellisyyteen, tämä aiheutti stressiä. Toisaalta näen, että se valmisti minua myös työelämään, jossa resurssien puute on monesti arkipäivää. Myös kulttuurituottajana minun tulee hoitaa projektit annettujen resurssien puitteissa, vaikka se henkilökohtaisella tasolla vaatisi venymistä omista tavoitteistani.

Benchmarkingin tulosten osuus jäi vertailukohtien löytämisen vaikeuden vuoksi opinnäytetyössäni mielestäni hiukan pinnalliseksi. Analysoin löytämiäni kohteita parhaani

mukaan, ja löysin kaikista niistä kehittämistyössäni hyödynnettävissä olevia elementtejä. Jos minulla olisi ollut mahdollisuus, tai jos opinnäytetyöni tilaajalla on jatkossa mahdollisuus, niin näkisin että vertailukohtia tulisi etsiä vielä laajemmin eri osa-alueilta Internetissä. Sen mahdollisuudet voidaan tällä hetkellä kokea lähes rajattomina ja huomaisin, että se ei ole oikea ympäristö konservatiiviselle ja rajoittuneelle tutkimukselle. Tässä tapauksessa tulisi jättää ajatus vertailukohteiden etsinnästä pelkästään virtuaaligalleria maailmasta ja siirtyä etsimään sivustoja, joilla elämys ja osallistaminen on sellaisenaan otettu huomioon. Näin voisi löytää vielä innovatiivisempia tapoja kehittää kyseistä virtuaaligalleriaa eteenpäin.

Koska videoidut teosten, taiteilijoiden ja työprosessien esittämiset nousivat yhtenä tärkeimpänä asiana tutkimuksissani esille, vertailuanalyysin kohteita voisi etsiä vielä erilaisilta videosivustoilta. Näiltä sivuilta voisi löytää myös rajattomasti tapoja toteuttaa näitä erilaisia virtuaaligalleriaan mahdollisesti suunniteltavia videoita, joiden kautta voisi lähteä miettimään tilaajan resurssien mukaan, mitkä olisivat heidän virtuaaligalleriassa toteutuskelpoisia.

Koska tekemäni benchmarkingin perusteella elämyksellisyyden ja osallistamisen kautta rakennettuja virtuaaligallerioita ei tullut vastaan ainuttakaan, näen että opinnäytetyöni tilaajilla on erittäin hyvät lähtökohdat lähteä kehittämään kyseenlaista toimintaa. Koen tutkimuksieni perusteella kokonaisuuden innovatiivisena ja uudenlaisena tapana tuoda taidetta laajemman kulttuurin kuluttajakunnan tietoisuuteen.

Esiselvitysvaiheessa teettämäni aivoriihi Ikaalisten käsi- ja taideteollisuusoppilaitoksen opiskelijoiden kanssa sen vei koko suunnittelun uusille tasoille. Sieltä kirjallisten vastausten ja suullisen keskustelun kautta nousi paljon jatkokehitettäviä ideoita kehitystyöni tueksi. Opiskelijoiden innovatiiviset ja raikkaat ideat loivat värikästä keskustelua, jota olisi mielellään jatkanut pidempäänkin. Sieltä sain vahvistusta moniin aiemmin hyväksi kokemiini malleihin ja ison kasan uusia ideoita, jotka inspiroivat minua viemään projekteja eteenpäin uudella energialla. Näiden keskustelujen perusteella jäi tunne, että tällaiselle virtuaaligallerialle voisi olla myös selvää kysyntää ja kiinnostusta.

Tutkimustuloksia oli mielenkiintoista reflektoida omien taiteenkentän kokemuksieni kautta. Myös taustani audiovisuaaliselta alalta nousi pintaan gallerian virtuaalisen rakenteen pohdinnassa, sekä erilaisten taiteen esittelykeinojen kartoittamisessa tässä tilassa. Koen, että tällainen monialainen tutkimus on lähellä omaa tuottajaidentiteettiä-

ni, jossa pyrin mahdollisimman paljon hyödyntämään myös aiempaa koulutustani ja kokemustani kulttuurikentältä.

Jatkossa opinnäytetyöni tilaajan olisi hyvä selvittää mahdollisia rahoituskanavia, joista voisi saada tukea tällaisen uuden ja innovatiivisen toiminnan kehittämiseen. Jos projektin haluaa viedä aloittamallani intensiteetillä loppuun, niin ennen toteutusvaihetta on vielä hyvä tehdä jatkotutkimusta useampien toimintaan liittyvien yksityiskohtien ja teknisten ratkaisujen kohdalla.

Seuraavassa vaiheessa tulisi aloittaa selvitystyö virtuaalisen elämyksen määrittelevistä tekniikoista ja niiden käyttömahdollisuuksista tällaisessa yhteydessä. Tutkimus olisi hyvä aloittaa erilaisista 360°- ja panoraamakuvaus tekniikoista virtuaalielämyksen toteuttamiseksi. 360°- objektikuvaus voisi toimia yksittäisten teosten esittelyyn. Myös erilaiset, valmiit virtuaaliset galleriataratkaisut kannattaa kartoittaa, sillä on olemassa mahdollisuus, että löytyisi jokin valmis virtuaaligalleriapohja, jonka päälle toimintaa voisi jatkokehittää.

Opinnäytetyöni tilaaja voisi myös tehdä e-kyselyn taiteilijoille selvittääkseen, miten he näkevät suunnitelmani kautta vahvasti esiin nousseet taideteosten esittelykeinot. Samalla kyselyllä voisi kartoittaa myös taiteilijoiden näkemyksiä tällaisen virtuaaligallerian kuratoinnin vaikutuksesta heidän haluunsa tarjota teoksiaan sinne. Myös taiteen kuluttajille suunnattu kysely kiinnostuksesta tällaista palvelua kohtaan voisi olla hyvä tehdä ennen projektin viemistä pidemmälle.

Virtuaaligallerian kestävän ja pitkäkestoisen toiminnan kannalta tulisi myös tarkkaan miettiä, tulisiko sivustosta ja sen kaikesta toiminnasta tehdä heti lähtötilanteessa monikielistä. Tällä varmistettaisiin mahdollisuus laajempaan, kansainväliseen käyttäjäkuntaan.

Myös erilaisten kuvamateriaalien kuten still- ja videokuvan toteutukset täytyy suunnitella huolella, jotta niiden lopputulos vastaa laadullisesti kyseisen virtuaaligallerian tarpeita. Tässä sivuston ylläpitäjän tulee miettiä tarkasti myös näitä visuaalisia kuvamateriaaleja, ja niissä kuvattavia teoksia sekä taiteilijoita, tekijänoikeudellisesta näkökulmasta. Tämä puoli on selvitettävä hyvin, ja näistä on tehtävä tarkat sopimukset niin taiteilijoiden, kun materiaalien toteuttajien kanssa, jotta toiminta on vakaalla pohjalla.

Kun tilan tekniset ratkaisut on mietitty loppuun, ja sisällöllinen sekä ulkoasullinen puoli on kunnossa, tulee tarkkaan miettiä taiteilijoiden valinnan prosesseja. Se nähtiin tutkimusteni mukaan todella tärkeänä elementtinä luodessa uskottavaa ja yleisöä houkuttavaa näyttelytoimintaa. Tämä jatkotutkimuslista voisi olla loputon, ja se varmasti kasvaa vaihe vaiheelta, kun sivuston suunnittelijat lähtevät projektia viemään eteenpäin. Tärkeintä heidän on luoda itsellensä selkeät tavoitteet ja aikarajat ja edetä niiden mukaan.

Voisiko tällainen taiteen esittelyyn luotu virtuaaligalleria olla vain lähtökohta töiden fyysiselle esittelylle? Voisiko tämä pohja luoda uudenlaisia mahdollisuuksia taiteilijalle päästä yleisön tietoisuuteen, jonka jälkeen hänen olisi myös helpompi löytää taloudellisesti kantavia fyysisiä esilletuloja? Voisiko uudenlaisessa mallissa fyysiset teokset kokea ensin virtuaalisena internetissä ja vasta sitten fyysisesti galleriassa? Voisiko tällainen virtuaaligallerian toiminta johtaa lopulta siis kuitenkin fyysisen gallerian toteuttamiseen?

Virtuaaliset tilat nähdään näkemyksieni ja tutkimuksieni mukaan tulevaisuutena monella tapaa, joten eikö ole jo aika ottaa ne yhdeksi merkittäväksi osaksi kulttuuritoimintaa ja taiteen esittelyä arvolleen sopivalla tavalla? Mandel (2008) on kirjoittanut, että ”kulttuurituotanto ei palvele vain taiteita ja taideinstituutioita, vaan myös vierailijoita ja muita yhteiskuntaryhmiä, jotka eivät kuulu taiteen tekijöiden ja taiteesta nauttivien melko elitistiseen ryhmään” (Mandel 2008, 160).

Lähteet

Ahola, Eeva-Katri 2007. Producing Experiences in Marketplace Encounters. A Study of Consumption Experiences in Art Exhibitions and Trade Fairs. Väitöskirja. Helsinki: HSE Print.

Chaudoir Philippe 2008. Taideprojektit, yleisöt ja yhteisöt. Toim. Laycock & Vartiainen: Mahdollisuuksista totta. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu. s.193-205.

Hakala, Salli & Vesa, Juho 2013. Verkkokeskustelut ja sisällön erittely. Toim. Laaksonen, Matikainen & Tikka: Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Jyväskylä: Bookwell Oy. s.216-243.

Jensen, Rolf 1999. The Dream Society. How the Coming Shift from Information to Imagination will Transform your Business. New York: McGraw-Hill

Karvonen, Erkki 2004. Koko maailmako elämyspuistoksi? Simuloitujen maailmojen tuottamisen kysymyksiä. Toim. Kupiainen Jari & Laitinen Katja: Kulttuurinen sisällöntuotanto. Helsinki: Edita Publishing Oy. s.59-80

Kivelä, Ari 2010. Toiminta – elämys - sivistys. Toim. Latomaa Timo & Karppinen J.A: Seikkaillen elämyksiä II. Elämyksen käsitehistoriaa ja käytäntöä. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. s.36-57.

Laaksonen, Salla-Maria & Matikainen, Janne 2013. Tutkimuskohteena vuorovaikutus ja keskustelu verkossa. Toim. Laaksonen, Matikainen & Tikka: Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Jyväskylä: Bookwell Oy. s.193-215.

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009. Elämyskolmio. [Verkkodokumentti]. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Saatavuus <<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3615>> (luettu 11.12.2013).

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010. Elämyksen elementit. [Verkkodokumentti]. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Saatavuus <<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4321>> (luettu 11.12.2013).

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2010. Kokemuksen tasot. [Verkkodokumentti]. Rovaniemi: Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Saatavuus <<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=4320>> (luettu 11.12.2013).

Latomaa, Timo 2010. Kokemuksen rakentumisesta ja ymmärtämisestä. Toimittajat Latomaa Timo & Karppinen J.A: Seikkaillen elämyksiä II. Elämyksen käsitehistoriaa ja käytäntöä. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.s.82-117.

Mandel, Birgit 2008. Siltojen rakentamista: Uusien ryhmien osallistaminen taide- ja kulttuurielämään kulttuurituottajien suurena tulevaisuudenhaasteena – miten tilanteeseen voidaan valmistautua akateemisessa kontekstissa. Toim. Laycock & Vartiainen: Mahdollisuuksista totta. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu. s.159-185.

Metsämuuronen, Jari 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Mäyrä, Frans 2013. Monitieteisyys ja monimetodisuus pelien ja interaktiivisen verkkomedian tutkimuksessa. Toim. Laaksonen, Matikainen & Tikka: Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Jyväskylä: Bookwell Oy. s.305-326.

Ojasalo, Katri; Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2010. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: Wsoy pro Oy.

Pine II, B. Joseph & Gilmore, James H. 2011. The experience economy. Boston: Harvard business review press. <http://ikata.lpkky.fi/dynamic/1/3.html>

Polanyi, Michael 1983 (1966). The tacit dimension. Gloucester: Doubleday.

Räsänen, Pekka & Sarpila, Outi 2013. Internet lomake vai ei? Verkkokyselylomake postikyselyitä täydentävänä tiedonkeruu menetelmänä. Toim. Laaksonen, Matikainen & Tikka: Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät. Jyväskylä: Bookwell Oy. s.68-83.

Salmenkivi, Sami 2012. Digitaalitodellisuus. Seuraava murros on täällä. Helsinki: Talentum.

Taatila, Vesa & Suomala, Jyrki 2008. Innovaattorin työkirja. Porvoo: WSOY Oppimateriaalit oy.

Tarssanen, Sanna 2009. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Oy Sevenprint Ltd.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2005. Elämys – Mikä se on? Rovaniemi: Lapin Yliopistopaino.

Toikko, Timo & Rantanen, Teemu 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Viitamäki, Sami 2012. Osallistaminen. Toim. Häivälä & Paloheimo: Internetmarkkinoinnin käsikirja. Kilkkaa tästä 2.0. Vaasa: Mainostajien Liitto. s.124-143.

Väyrynen, Kari 2010. Elämyksestä yhteiskuntaan – käsitehistoriaa ja kritiikin lähtökoh-
tia. Toim. Lomaa & Karppinen: Seikkaillen elämyksiä II. Elämyksen käsitehistoriaa ja
käytäntöä. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus. s.20-35.

Kutsu aivoriihen

Hei kolmannen vuosikurssin opiskelijat,

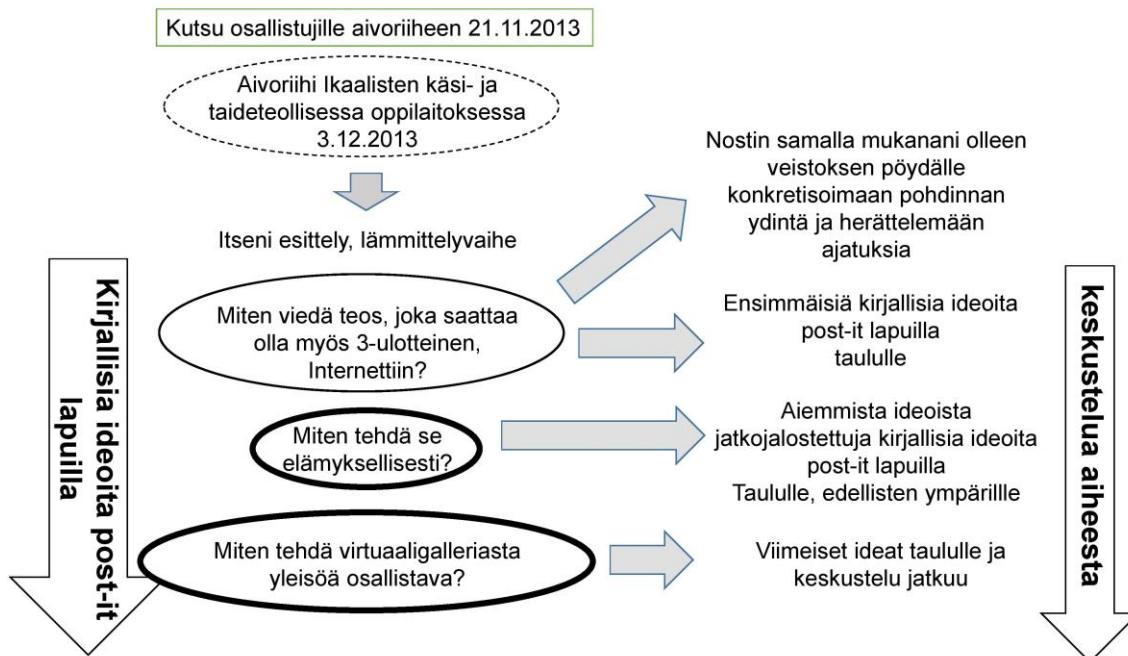
Niko A. Eloranta on kulttuurialan AMK-tutkintoa tekevä lasitaiteilija. Hänen opinnäytetyössään kartoitetaan brainstormingin (aivoriihen) kautta kulttuurialaa koskevan kotisivun sisällöllistä, rakenteellista ja toiminnallista kokonaisuutta, jonka pohdintaan hän toivoisi uusia ja luovia näkökulmia.

Hän kerää aineistoa haastatteluin, mutta kuvattu tai äänitetty materiaali ei tule mihinkään esille, vaan hän käyttää sitä anonyyminä tutkimuksensa taustamateriaalina. Kenenkään nimiä ei siis tulla myöskään mainitsemaan hänen opinnäytetyössään, vaan hän mainitsee osallistuneen ryhmän kokonaisuutena tekstissään.

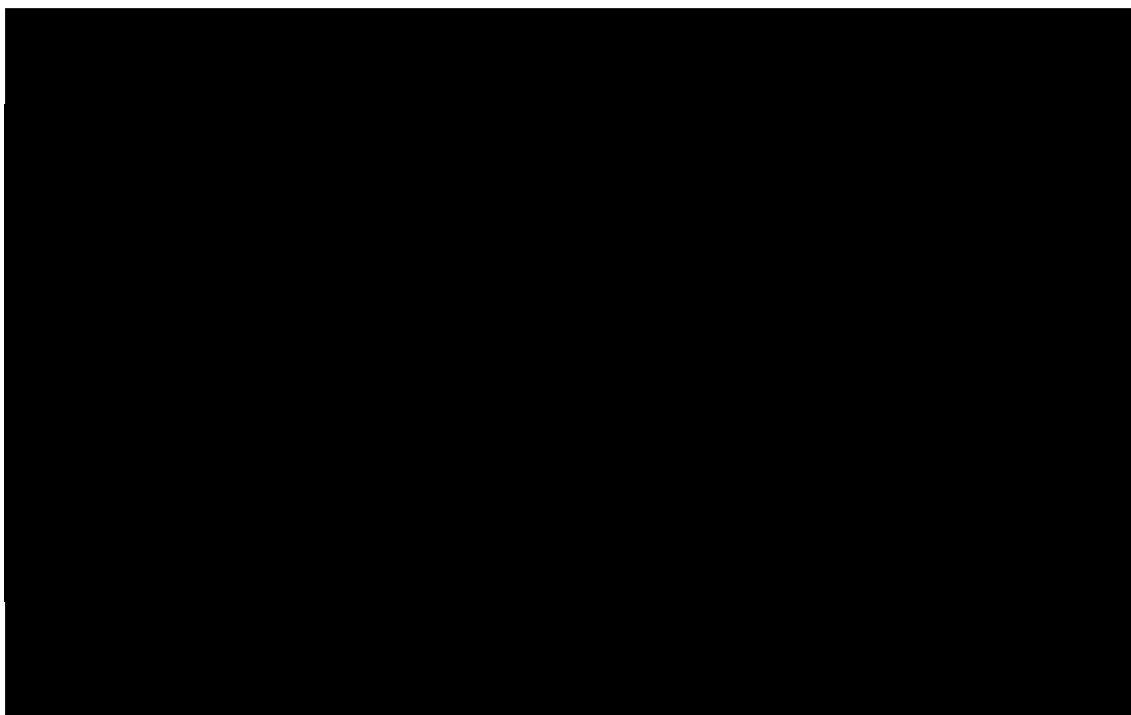
Aivoriihen käytetään tiistain 3.12. lähiopetustunnit klo. 12.15–15-45.

Niko ei halunnut tässä vaiheessa vielä tarkentaa tutkimuskysymyksiä tms., koska lähtötilanne pitää olla sellainen ettei siihen valmistauduta. Toivomme koulun puolesta, että jokainen valmistuva ottaa osaa tähän, koska kaikenlaiset puheenvuorot sekä tieto alan kehityksestä ovat omiaan vaikuttamaan positiivisesti kehitykseen sekä niihin päätöksentekoprosesseihin, jolla alaa pahimmillaan ollaan painamassa maanrakoon.

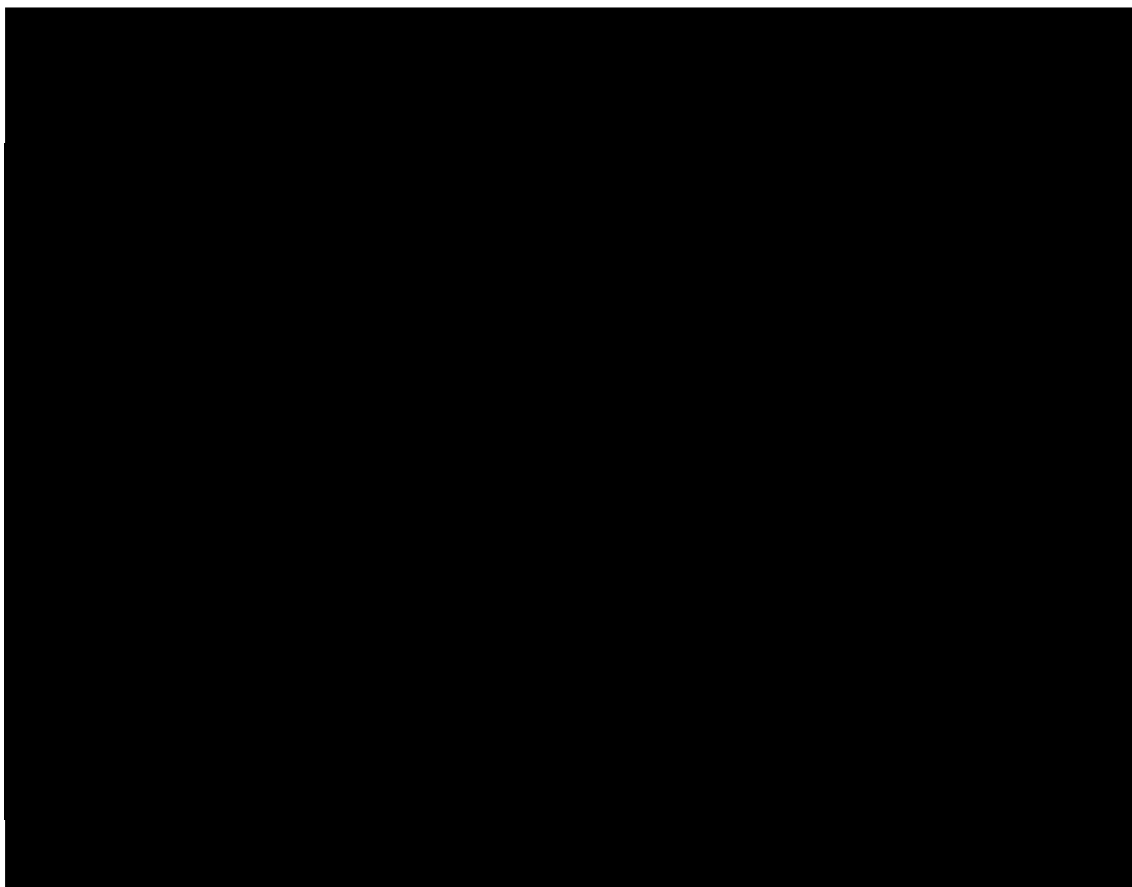
Aivoriihen rakenne



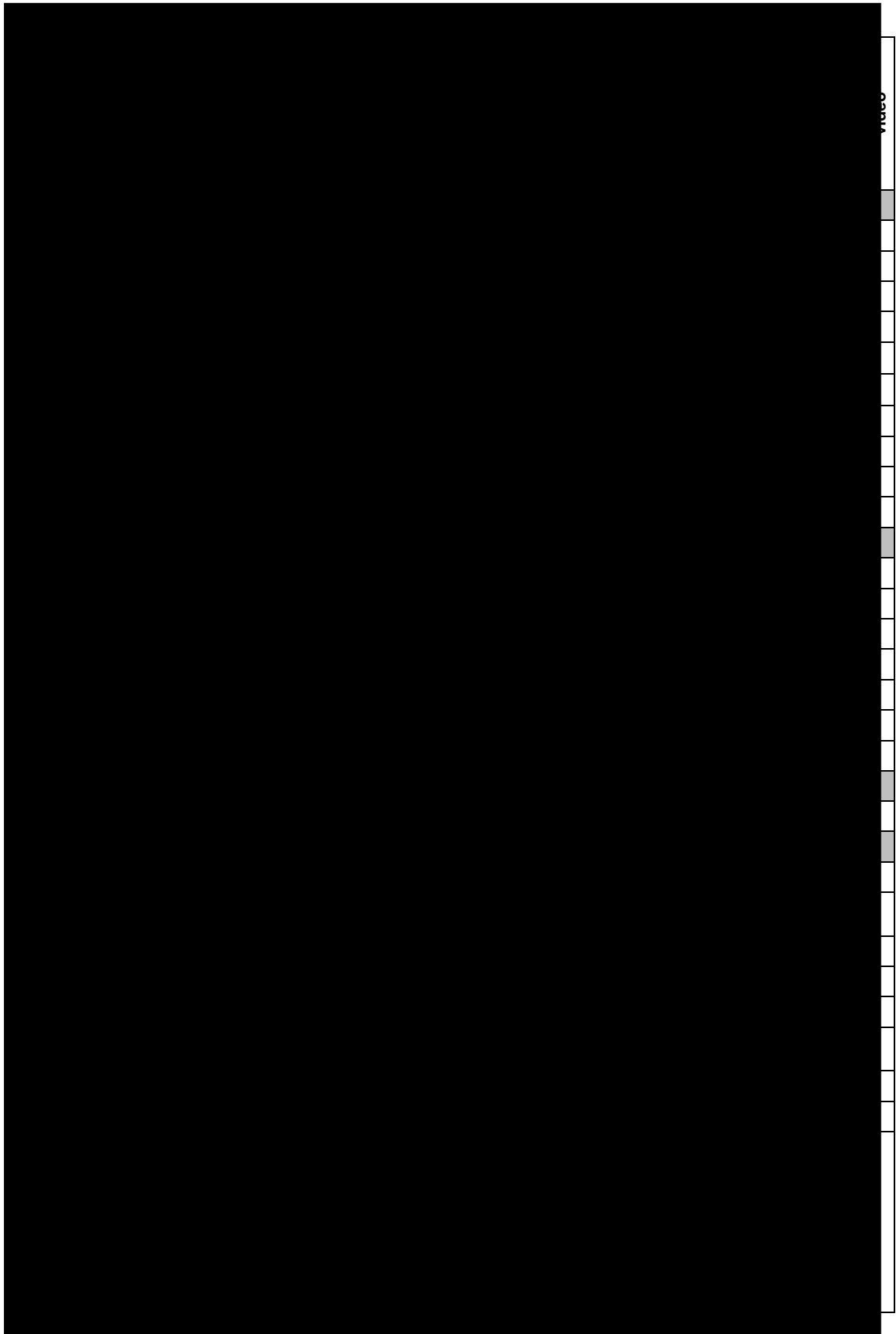
Aivoriihi – taulukko, tekniikat joilla viedä taideteos virtuaaliseen tilaan
(Aivoriihi IKATA:ssa 3.12.2013)



Aivoriihi – taulukko, elämyksellisiä elementtejä virtuaaligallerian toteutukseen (Aivoriihi IKATA:ssa 3.12.2013)



Benchmarking analyysi taulukossa



The table content is almost entirely obscured by a large black redaction box. Only the rightmost column header is visible, which reads "Vuosikokous" (Annual Meeting) written vertically. The table structure appears to have multiple rows and columns, but the data is hidden.

