



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Vapaaehtoisarmeija astuu palvelukseen!

Street team -tyyppisen vapaaehtoisorganisaation hyödyntäminen
kiertueteatteritoiminnassa

Venla Heinonen

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (60 op)

23.11.2014

www.humak.fi

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma, kulttuurituottaja (ylempi AMK)

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Venla Heinonen	Sivumäärä 45 ja 6 liitesivua
Työn nimi Vapaaehtoisarmeija astuu palvelukseen! Street team -tyyppisen vapaaehtoisorganisaation hyödyntäminen kiertueteatteritoiminnassa.	
Ohjaava(t) opettaja(t) Juha Iso-Aho	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Raateentie -työryhmä	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää kiertueteatteritoiminnan vapaaehtoisikäytäntöjä. Suomessa on pitkään toteutettu kulttuuritapahtumia vapaaehtoisvoimia hyväksi käyttäen, mutta kiertueteattereiden toiminnassa näin ei ole tehty. Työtä varten kehitettiin street team -tyyppinen vapaaehtoistoiminnan muoto kiertueteatterikäyttöön.</p> <p>Luotua vapaaehtoisikäytäntöä pilotoitiin kesällä 2014 osana <i>Raateentie On The Road</i> -kiertue-esitystä, jota varten perustettiin vapaaehtoisten joukko nimeltä Raateentien Vapaaehtoisarmeija. Työn tilaajana toimi seitsemän henkilön muodostama Raateentie-työryhmä, joka vastasi esityksen toteuttamisesta, tuottamisesta ja vapaaehtoistoiminnan organisoimisesta.</p> <p>Tässä työssä tutkitaan vapaaehtoistoimintaa kolmelta eri kannalta. Ensimmäisenä tutkimuskohteena on tarve; hyötyvätkö kiertueteatteriryhmät ja -esitykset vapaaehtoisten liittämistä mukaan toimintaan. Toiseksi tässä työssä pohditaan, minkälaisia lisäresursseja vapaaehtoisjoukkojen käyttäminen kiertueteattereille tuo taloudellisen resurssillisän lisäksi. Kolmanneksi tässä työssä läpikäydään sitä, millä tavoin street team -tyyppisen vapaaehtoisuhteisön luominen ja organisointi tapahtuu ja millä tavalla tällainen verkostomainen yhteisö toimii.</p> <p>Työ on tapaustutkimus, jossa Raateentien Vapaaehtoisarmeijan kanssa tehty kiertuepilotti muodostaa suuren osan. Vapaaehtoistoimintaa käydään läpi käytännön tasolla ja esimerkinomaisesti ennakkosuunnittelusta toteutukseen, sekä toteutuksen analyysiin. Aineistona työssä on käytetty haastatteluja sekä mukana olleilta vapaaehtoisilta että toimintaa organisoineelta työryhmältä. Työtä varten on tehty myös benchmarking -haastattelut kahdelle eri street teamejä käyttäneelle taholle. Lisäksi työssä on käytetty palvelumuotoilun periaatteisiin lukeutuvaa palvelupolun käsitettä ja yhteisöllisiä tiedonhakumenetelmiä. Työssä käydään läpi sekä yhteisön muutosta, että ajatusmallia vapaaehtoistoiminnasta palveluna ja vapaaehtoisista asiakkaina. Lisäksi työssä perehdytään street teamien historiaan ja tämän tyyppisen toiminnan kolmeen eri ulottuvuuteen, jotka ovat street teamit markkinointivälineenä, yhteisönä ja fanijoukkona.</p> <p>Työn lopputuloksena syntyi kiertueteattereille suunnattu ja testattu vapaaehtoisjärjestelmän malli, jossa otetaan huomioon yhteisöllisyyden muodostaminen motivaation välineenä. Lisäksi työ tuo tietoa siitä, minkälaisia hyötyjä ja haasteita vapaaehtoiset voivat kiertueteattereiden toimintaan tuoda. Street teamien käyttäminen kiertueteatteritoiminnassa kasvattaa markkinointiresurssia, mutta tuo myös energiaa ja yhteisöllisyyttä kiertueelle ja esityksiin. Toiminnan haasteita ovat etukäteissuunnittelun vaatavuus, jossa tulee ottaa huomioon myös työryhmän asenteet, roolit ja rajanveto suhteessa vapaaehtoisiin. Kiertueteatterin erityispiirteet, kuten lyhytkestoisuus ja hektisyys ovat street team -toiminnalle sekä haaste että etu. Toisaalta ne tuovat haasteen vapaaehtoisten sitoutumiselle ja motivoinnille, mutta ne myös mahdollistavat vapaaehtoistyöhön osallistumisen jopa kiireistä elämänvaihetta eläville henkilöiden keskuudessa.</p>	
Asiasanat: Vapaaehtoistoiminta, street team, yhteisöt, yhteisöllisyys, fanius, sissimarkkinointi, kiertueteatteri	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree Programme in Cultural Management, Master of Culture and Art

ABSTRACT

Author Venla Heinonen	Number of Pages 51
Title Volunteer Army at Your Service! Street Team Steps in to the Travelling Theatre.	
Supervisor(s) Juha Iso-Aho	
Subscriber and/or Mentor Theater group Raatteentie	
<p>Abstract</p> <p>The aim of this thesis is to develop a street team -style volunteer programme for travelling theatre. Street teams has been heavily used in music world, but there has been no use for them in travelling theatre. The object of this thesis is to research if volunteers could be useful for travelling theater groups and can the group or the performance benefit for using them. During this project street team -style volunteer programme has been tested in a travelling performance called <i>Raateentie On The Road</i>, which was on tour in summer 2014. Within this performance there has been created a volunteer group called <i>The Volunteer Army of Raateentie</i>, a group who helped for example marketing the performance in different cities.</p> <p>One point in this developing project is to think volunteers as a client. Secondly this thesis gives information about how to organize street teams and studies sense of community. Third it concentrates to study how this kind of communal group works. This thesis also gives information about street teams, and gives a view for three dimension of them: as a marketing equipment, as a community and as a fan club.</p> <p>This thesis is a case study, which uses benchmarking and interviews of the volunteers involved and of the personnel from the theater group. Another method is service-design, also communal data acquire methods has been used for gathering information.</p> <p>Street team-style volunteer groups can be a very useful addition also in the theatre world, but it has challenges too. Street team -style volunteer groups can bring great marketing benefits for the theatre group, but things like careful planning in advance and the role of the personnel are very important.</p>	
Keywords Volunteer, street team, communities, fan club, guerrilla marketing, traveling theatre	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 KESKEISET KÄSITTEET: STREET TEAM JA PALVELUMUOTOILU	8
2.1 Street team vapaaehtoistoiminnan muotona.....	9
2.2 Street team markkinointityökaluna.....	10
2.3 Street team yhteisönä.....	11
2.4 Street team fanijoukkona	13
2.5. Palvelupolku ja idea vapaaehtoisesta asiakkaana.....	14
3 TIEDUSTELUTOIMINTA JA STRATEGIAN HIONTA.....	19
4 VAPAAEHTOISARMEIJA ASTUU PALVELUKSEEN.....	22
4.1 Kutsunnat.....	25
4.2 Palvelusaika.....	29
4.3 Kertausharjoitukset	32
5 OPERAATION ARVIOINTI JA TOTEUTUKSEN ANALYYSI	35
6 (TULEN)JOHTOPÄÄTÖKSET.....	39
LÄHTEET	43
LIITTEET	46

1 JOHDANTO

Suomessa on pitkät perinteet vapaaehtoistoiminnalle ja toimintaan osallistumisen aktiivisuus on korkeaa jopa kansainvälisellä tasolla mitattuna (Yeung, 2004, 89). Tämän opinnäytetyön kehittämiskohteena on vapaaehtoistoiminnan vahvistaminen erityisesti kiertueteatteritoiminnassa. Olen tätä työtä varten kehittänyt street team -ajatukseen pohjautuvan vapaaehtoisorganisaation mallin, jonka avulla tutkin sitä, olisiko tämän kaltainen vapaaehtoistoiminta hyvä vaihtoehto myös kiertueelle lähtevälle teatteriesitykselle. Lisäksi käyn läpi street teamien historiaa, toimintatapoja sekä yleisemmin vapaaehtoisjoukon luomiseen ja organisointiin liittyviä kysymyksiä. Koko työn takana on ajatus vapaaehtoisista asiakkaina ja vapaaehtoistoiminnasta palveluna, jolloin palveluntarjoajana toimii kiertuetta suunnitteleva teatteriryhmä.

Street teamit ovat eräänlaisia faniklubeja, jotka toimivat aktiivisesti ja organisoidusti markkinoiden valitsemaansa kohdetta ja saavat tästä palkintoja. Alun perin street team-toimintaa on tehty musiikkipiireissä, esimerkiksi useilla bändeillä on omat street teaminsa. Street teameistä voidaan puhua myös markkinointikoneistona, jossa vapaaehtoiset tekevät ruohonjuuritason markkinointia ihailemansa kohteen puolesta. Kyse on niin sanotusta puskaradiosta, joka on konseptoitu ja organisoitu tiimimuotoon, mutta siinä yhdistyvät myös yhteisöllisyyden tunteet ja fanius jotakin kohdetta kohtaan. (Nyysönen 2008, 23–25).

Kiertueteatterit eivät ole toiminnassaan vapaaehtoisia juuri käyttäneet. Kyselyni mukaan vapaaehtoisten organisointi ja ohjeistaminen koetaan vaivalloiseksi ja tiukat kiertueaikataulut aiheuttavat sen, että kaiken pitää olla hyvin organisoitua ja jokaisen ihmisen pitää tietää mitä tehdä (Puhelinhaastattelu tuottaja Tiina Järvi/Ahaa-teatteri 4.9.2014). Toisin sanoen vapaaehtoisten perehdyttämiselle ei ole aikaa. Usein kiertueesitykset ovat myös etukäteen myytyjä, jolloin esimerkiksi vapaaehtoisten suorittamalle paikallismarkkinoinnille ei ole tarvetta. Tämän kaltaiset esitykset eivät ole avoimia, ja jos ovatkin niin markkinoinnin hoitaa jokin yhteistyökumppani tai esityksen tilannut taho. Suomea kiertää myös muunlaisia, avoimia esityksiä, joiden esityspaikat

saattavat olla julkisia tai joiden tulot perustuvat lipputuottoihin. Näitä esityksiä ja kiertueteattereita silmällä pitäen olen tehnyt tämän opinnäytetyön.

Tämän työn tarkoituksena on vastata kolmeen kysymykseen. Ensimmäisenä kiinnostuksen kohteenani on tutkia, sopiiko tällainen street team -tyyppinen vapaaehtoisikäytäntö kiertueteattereiden käyttöön. Toiseksi haluan saada selville, minkälaista lisäarvoa vapaaehtoisten käyttäminen luo kiertue-esitykselle taloudellisen resurssillisän lisäksi. Kolmanneksi pohdin, millä tavalla street team -käsitteeseen kuuluvan fanijoukon tai -yhteisön luominen tapahtuu ja tarkkailin, millä tavalla tällainen verkostomainen yhteisö toimii.

Ennako-oletuksena on, että street team -tyyppinen vapaaehtoistoiminta hyödyttää kolmea eri tahoja. Ensimmäisenä hyötyjänä on tietysti toteuttava työryhmä sekä syntyvä teos, joka aikaansaa vapaaehtoisten avulla markkinointitietoja, myös taloudellisia sellaisia. Lisäksi kuvatus kaltaiset vapaaehtoisjoukot luovat jo ennakkoon ”hypeä”, fanijoukkoja ja yhteisöllisyyttä esityspaikkakunnille esitykseen liittyen. Toinen hyötyjäjoukko ovat paikalliset yhteistyökumppanit, jotka voivat nostaa omaa profiiliaan kaupunkilaisten keskuudessa. Kolmanneksi koen, että tällaisen vapaaehtoistoiminnan organisointi hyödyttää myös itse vapaaehtoisia eli niitä seikkailunhaluisia ihmisiä, jotka lähtevät mukaan toimintaan. Pyrkimyksenä on luoda elämyksiä ja aktivoida ihmisiä heidän omilla asuinalueillaan, sekä lisätä solidaarisuutta ja tasa-arvoa yhteisöissä. On tutkittu että paikallisesti tehty vapaaehtoistyö yhdistää ihmisiä tuottamalla vahvan mekokemuksen, jonka seurauksena yhteishenki kasvaa ja hyvinvointi lisääntyy. (Iso-Aho 2012, 12.) Toiveena on, että tästä opinnäytetyöstä voisivat hyötyä kiertue-esityksiä tekevät työryhmät tai kulttuurituottajat, jotka haluaisivat kehittää vapaaehtoistoimintaa omassa työssään.

Kyseinen opinnäytetyö on tapaustutkimus. Se on empiirinen tutkimustyyppi, jossa käytetään monipuolista ja monilla eri tavoilla hankittua tietoa apuna jonkin tapahtuman, tapauksen tai toiminnan analysoinnissa. Tapaustutkimuksen tarkoituksena on tutkia intensiivisesti jotakin tiettyä, usein sosiaalista kohdetta. Tutkimuksella pyritään saamaan kohteesta mahdollisimman kokonaisvaltainen ja tarkka kuvaus. (Virtuaaliammattikorkeakoulun ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumin verkkosivut, vierailtu 17.11.2014.)

Tämän tutkimuksen erityistapaus ja käytännön kokeilu tapahtui tuottamani *Raatteentie On The Road* -esityksen kiertueella, jossa pilotoin kuvailemaani street team -tyyppistä vapaaehtoistoimintaa. Esitys oli yleisöä vahvasti osallistava rockperformanssi, jota esitettiin kymmenellä paikkakunnalla ympäri Suomen elokuussa 2014. Kyseessä oli julkisilla paikoilla, kaupungintalojen edustoilla, tapahtuva kiertue-esitys, joka oli pääsymaksuton ja kaikille avoin. Esityksessä käsiteltiin valtaa ja vaikutusmahdollisuuksia, kyseenalaistettiin sukupuolinormeja ja hetero-oletusta sekä määriteltiin uudestaan Suomi, suomalaisuus ja kansalliset ikonit. Esitys oli vahvasti kaupunkilaisia osallistava teatteriesitys, mielenosoitus, manifesti, performanssi, rock-konsertti ja ilmainen kansanjuhla. Muodoltaan esitys oli fragmentaarinen ja koostui erilaisista kohtauksista, joissa käsiteltiin edellä mainittuja aihealueita. Yleisö sai muun muassa osallistua lätkäbicciin, joka yhdisti perinteisen puistoerobicin ja jääkiekon, esityksessä nähtiin myös työryhmän versio Tuntemattomasta sotilaasta sekä pidettiin kansalaistori, jossa yleisö sai muun muassa kokeilla erilaisia sukupuolielementtejä, kuten partoja tai irtotissejä gender-buffetissa, pitää oman minimielenosoituksen tai nauttia Väinö Linnan runoudesta

Tämän esityskiertueen ympärille luotiin Raatteentien Vapaaehtoisarmeija, joka koostui kymmenestä eri street teamistä, jotka toimivat kiertuepaikkakunnilla Rovaniemeltä Helsinkiin. Heidän tehtävänään oli muun muassa markkinoida esitystä sekä omilla paikkakunnillaan että Internetissä. Kokeilun taustalla on ajatus vapaaehtoistyön kaksisuuntaisuudesta ja vapaaehtoisesta palveluntarjoajan asiakkaana. Tätä ajatusta avatakseni olen käyttänyt pilotin suunnittelussa työkaluna myös palvelumuotoilusta tuttua palvelupolun käsitettä.

Käytännön kokeilun lisäksi olen tehnyt benchmarking -haastattelun kahdelle eri street teamejä käyttäneelle taholle, joista oli paljon hyötyä pilottia suunniteltaessa. Palautetta pilotin onnistumisesta olen kerännyt haastatteleamalla esityksen toteuttanutta työryhmää ja tekemällä sähköpostikyselyn street teameissä toimineille vapaaehtoisille. Seuraavassa luvussa käyn tarkemmin läpi työssä käytettyjä käsitteitä perehtymällä tarkemmin street teamin moniin ilmentymismuotoihin sekä työni taustalla olevaan asiakasnäkökulmaan ja palvelupolkuun.

2 KESKEISET KÄSITTEET: STREET TEAM JA PALVELUMUOTOILU

Street team -ajatus ei itsessään ole uusi. Rap-musiikin markkinointia tehnyt Steve Rifkind on kehittänyt street team -nimikkeen jo kahdeksankymmentäluvulla. Yhdysvalloissa street teamit ovatkin yksi käytetyimmistä markkinointikeinoista, mutta Suomessa ilmiö ei ole sanottavasti yleistynyt. (Nyyssönen 2008, 33.) Musiikkiteollisuuden lisäksi street teamejä ovat käyttäneet myös globaalit brändit, kuten Nike, Pepsi tai Coca-Cola (Nyyssönen 2008, 34). Suomessa laaja street team on esimerkiksi Youth Against Drugs -järjestöllä, jota käytän joiltain osin esikuvana myös tässä työssä.

Street team -ajatuksen pohjana pidetään 1970-80 luvuilla vilkkaana toiminutta faniklubitoimintaa. Faniklubitoiminta perustuu sekä saavutettaviin etuuksiin, että yhteisöön kuulumisen tunteeseen. Street team -toimintaa voidaankin pitää tietynlaisena faniklubitoimintana tai sen kehittyneempänä muotona. Tiimin tekemä markkinointi perustuu yksinkertaisesti siihen, että kohteelleen omistautunut ihminen, fani, puhuu markkinoitavan kohteen puolesta, kokee työnsä tärkeäksi ja haluaa tehdä vilpittömästi hyvää markkinoinnin kohteena olevalle taholle. (Nyyssönen 2008, 34–35.) Street team -toiminnan avain on sen vapaamuotoisuus ja avoimuus. Kuka tahansa voi liittyä mukaan toimintaan ja antaa oman panoksensa haluamanaan aikana, haluamallaan tavalla (Ervamaa & Piispa 2013, 42).

Oppaita ja ohjeita street teamin muodostamiselle on paljon. Esimerkiksi IndieGuide.com -verkkosivustolla street tiimin kasaaminen jaetaan seitsemään vaiheeseen. Ensimmäinen vaihe on valita jokin ihmisiä yhdistävä työkalu kuten Yahoo Group tai Google Group (nykyisin luultavasti Facebook tai muut sosiaaliset mediat ovat relevantimpia), sen jälkeen tulee tiimin organisointivaihe, eli fanien kutsuminen street teamin jäseneksi. Tässä kohden tulee jo miettiä, voiko tiimiin liittyneelle fanille luvata jotakin etuja kiitoksena liittymisestä. Kolmanneksi tiimille pitää antaa jokin tehtävä ja määrittää tehtävän aikataulu. Neljänneksi organisoivan tahon tulee antaa tarvittavat välineet tehtävän tekemiseen, esimerkiksi lähettää markkinointimateriaalia. Viidenneksi sivuston mukaan kannattaa asettaa jokin palkinto, jonka tehtävän suorittaneet saavat, tässä kannattaa

sivuston mukaan käyttää mielikuvitusta. Kuudenneksi pitää miettiä, millä tavalla voi määritellä sen, kuka on tehtävän suorittanut ja palkinnon ansainnut. Viimeisenä askeleena on palkita ne tiimiläiset, jotka ovat tehtävän suorittaneet. IndieGuide.com kertoo myös, että street teamin luominen on edullista, aikaa valmisteluun menee yksi tunti ja tuloksia on nähtävillä kuukaudessa. (IndieGuide.com:in verkkosivut, vierailtu 14.10.2014.) Aivan näin optimistinen ei kenties kannata kuitenkaan olla.

Sivustolla eHow.com kehoitetaan myös järjestämään tapaamisia street teamiläisten kesken yhteisöllisyyden lisäämiseksi (eHow:n verkkosivut, vierailtu 14.10.2014). Musicthinktank.com sivusto kehottaa keskittymään verkossa tapahtuvaan online-street teamien luomiseen, sillä fanien liittyminen mukaan on tällä tavoin helppoa, se on luontoystävällistä ja fanien tekemä viraalimarkkinointi on usein perinteistä mediamarkkinointia vaikuttavampaa. Street teamin luomiseen annetaan sivustolla myös ohjeita. Sen mukaan street teamille pitää keksiä hauska nimi, jäseniä kannattaa kerätä sekä sähköpostilistojen että sosiaalisen median ja verkostojen välityksellä. Street teameille kannattaa myös tehdä omat internet-sivut ja halukkaat jäsenet tulee ohjata sinne esim. bannereilla. Mikäli jäsenmäärää halutaan lisätä, sivustolla mainitaan ”suosittele ystäväille” -kampanja, joka on osoittautunut tehokkaaksi. (Music Think Tank -verkkosivut, vierailtu 14.10.2014.) Toiminnan hyvä organisointi, helppo lähestyttävyyys ja nopea reagointi ovat ylipäätään erittäin tärkeitä (Ervamaa & Piispa 2013, 62).

Street teameistä puhuttaessa voidaan puhua street teameistä markkinointityökaluna, vaikka kyseessä on samanaikaisesti jonkin asteista yhteisyyttä luova ryhmä, joka ilmentää faniutta (Nyyssönen 2008, 4). Jotta street teamin käsitettä voisi todella ymmärtää, on luotava katsaus kaikkiin näihin näkökantoihin.

2.1 Street team vapaaehtoistoiminnan muotona

Street team -toiminta on vapaaehtoistoimintaa, joka juontaa juurensa vanhasta talkooperinteestä ja kansalaisyhteiskunnan synnystä. Vapaaehtoisuus on ollut perinteisesti säännöllistä ja pitkäkestoista toimintaa jonkin tahon hyväksi. (Nylund & Yeung 2005,

21.) Street teamien toiminta poikkeaa tästä niin, että sille tunnusomaista ovat lyhytkestoisuus, projektimaisuus, tempauksenomaisuus ja epävirallisuus (Ervamaa & Piispa 2013, 6). Se on ”mielekästä tekemistä hyvän asian puolesta”, jota määrittää toiminnan vapaus – osallistua voi juuri niin kuin haluaa, silloin kun haluaa ja panostaa toimintaan aikaa ja vaivaa vain haluamansa verran. Toiminta on siis monella tavoin joustavaa. (Ervamaa & Piispa 2013, 89.)

Street team -toiminta yhdistyy myös vapaaehtoistoiminnan nouseviin trendeihin, joita ovat episodimainen ja lyhytaikainen vapaaehtoisuus sekä virtuaalivapaaehtoisuus (Nylund & Yeung 2005, 27-28). Virtuaalivapaaehtoisuudella tarkoitetaan sellaista toimintaa joka tapahtuu joko kokonaan tai osittain Internetin välityksellä (Nylund & Yeung 2005, 31). Vapaaehtoistoiminnan luonne on siis muuttumassa joustavammaksi ja reflektioivaksi. Tämä tarkoittaa sitä, että vapaaehtoisten sitoutuminen muuttuu lyhytkestoisemmaksi ja toimintaan osallistutaan harkitusti oman elämäntilanteen mukaan. Myös henkilökohtaisen hyödyn tavoittelemisen on läsnä entistä enemmän. (Fields, 2005, 23.) Tähän muutokseen street team -tyyppinen vapaaehtoistoiminta vastaa hyvin.

Lyhytaikainen vapaaehtoisuus, jota myös pätkävapaaehtoisuudeksi kutsutaan, voi olla sekä hyöty että haaste vapaaehtoistoiminnalle. Toisaalta ihmiset toimivat jossakin organisaatiossa tai viiteryhmissä niin vähän aikaa, että yhteisöön kiinnittymistä tai siihen sitoutumista ei tapahdu. Toisaalta tämän kaltaiset projektit voivat olla kiireisille ihmisille ainoa mahdollisuus osallistua toimintaan. (Raninen, Raninen, Toni & Tornaesus 2008, 70.)

2.2 Street team markkinointityökaluna

Street team -markkinointityökaluna on ruohonjuuritason markkinointia. Usein siinä on kyse yksinkertaisesti siitä, että ihmiset suosittelevat jotakin toiselle, puhutaan ns. puskaradiosta. Tämä ajatus on vain konseptoitu ja organisoitu tiimimuotoon. (Nyyssönen 2008, 23-25).

Street teamien tekemästä markkinoinnista voi mainita ainakin street team -promootion, joka voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen: kädestä käteen promootioon, jota on esimerkiksi flyereiden jakaminen, e-promootioon eli markkinoinnin edistämiseen Internetissä ja suusta suuhun promootioon, jolla tarkoitetaan markkinoinnin kohteena olevan asian kehumista toiselle suullisesti (Nyysönen 2008, 28). Muita mainitsemisen arvoisia markkinointikeinoja street teameilla on sissimarkkinointi (engl. Guerilla marketing), virusmarkkinointi, kuhinamarkkinointi ja online-markkinointi. Oleellista näissä kaikissa markkinointityökaluissa on se, että ihmiset saadaan puhumaan ja kiinnostumaan markkinoinnin kohteesta. (Nyysönen 2008, 28-31.)

Tämänkaltaisen markkinoinnin lähtökohtana on, että jokainen kontakti on markkinointia. Onnistuneen sissimarkkinoinnin takana ei ole suuri budjetti vaan laaja mielikuviutus yhdistettynä aikaan, energiaan ja tietoon. (Levinson 2007,3-5.) Perinteinen markkinointi voidaan nähdä monologina, mutta sissimarkkinointi on aina dialogia, jossa sekä tuotteen myyjällä tai palveluntarjoajalla että asiakkaalla on sananvaltaa (Levinson 2007, 10). Esimerkkinä tällaisesta dialogisesta markkinoinnista ovat erilaiset kilpailut, tehtäväsuoritukset ja niin edelleen, joita käytetään usein myös street teamien toiminnassa.

Street team -toiminta on toimintaa osana yhteisöä. Tämänkaltaisissa yhteisöissä eivät päde kaupalliset kysynnän ja tarjonnan lait, vaan markkinointia pitää tarkastella eri näkökulmasta. Yhteisöjen markkinoinnille on tyypillistä, että markkinointitoimenpiteet suuntautuvat paitsi rahoittajiin, myös jäsenistöön tai palvelun käyttäjiin. Lisäksi esimerkiksi jäsenten ja vapaaehtoistyöntekijöiden rekrytointi on yleinen yhteisöjen markkinointitavoite. (Raninen & al. 2008, 168.)

2.3 Street team yhteisönä

Street teamin rooli ei kuitenkaan ole pelkästään markkinointityökaluna toimiminen. Kyseessä on myös ryhmien ja yhteisöjen luominen. Itse yhteisön ja yhteisöllisyyden käsite on monipuolistunut viime aikoina. Perinteisesti yhteisöllisyys on määritelty yhteenkuuluvuuden tunteeksi. Tämän määritelmän mukaan yhteisöllisyydessä on tärkeää

emotionaalinen kokemus yhteisöön kuulumisesta (Aro 2011, 38). Nykyisessä myöhäismodernissa yhteiskunnassa yhteisön käsite on kuitenkin muuttunut ja monipuolistunut, on siirrytty perinteisistä, kuten sukuyhteisöistä, erilaisiin yksilöiden verkostoihin. Yhteisöllisyydestä on tullut kevyempää ja vähemmän yksilöä sitouttavaa. Tällaisten yhteisöjen perustana on yhteinen kiinnostuksen kohde, esimerkiksi harrastus, jonka ulkopuolella yksilöt eivät ole keskenään tekemisissä. Olennainen piirre tämänkaltaisissa yhteisöissä on se, että niihin liitytään ja niistä erotaan yksilöinä. (Aro 2011, 53.) On puhuttu myös tunteeseen perustuvasta uudesta yhteisöllisyydestä, uusheimoistumisesta, jossa perinteisen yhteisöllisyyden on korvannut rituaalisempi ja nautinnollisempi sosiaalisuuden periaate (Tahvanainen, 2005, 32).

On sanottu, että nyky-Suomessa voi menestyä ainoastaan yksilöllinen yhteisöllisyys, jossa jätetään tilaa ihmisten yksilöllisyydelle, mahdollistetaan moniarvoisuus, monikulttuurisuus ja hyväksytään monet yhteisöllisyyden muodot. Ihmiset haluavat samaistua sellaisiin ihmisiin, joilla on esimerkiksi samanlainen musiikkimaku tai ajatusmaailma. Tällaisista ihmisten verkostoista syntyy uudenlaisia yhteisöjä, jotka perustuvat mielikuvallisiin ja symbolisiin aspekteihin, eivät tiettyyn asuinpaikkaan tai toiminnalliseen ryhmään. (Harju 2005, 73.) Yksilöllisen yhteisöllisyyden nousu on vaikuttanut myös vapaaehtoistyöhön. Vapaaehtoistoiminta keskittyy ihmisten mielissä oman viihtyvyyden alueelle ja ihmiset ovat valmiita työskentelemään sellaisissa yhteisöissä, jotka he kokevat itselleen tärkeiksi. Tällä tarkoitetaan sitä, että ihmisiä motivoivat ainoastaan itselle tärkeät asiat. (Harju 2005, 74-75.) Ihmisillä on kuitenkin edelleen tarve kuulua johonkin, tulla hyväksytyksi ja olla osa jotakin yhteisöä. Tunteet, kokemukset, merkitykset ja asioiden mielekkyys ovat nousseet entistä tärkeimmiksi. (Harju, 2007, 13.)

Raatteentien Vapaaehtoisarmeija liittyy kuvattuun yhteisökäsitteen muutokseen tiiviisti. Ajatuksena oli kehittää verkkomainen yhteisö, joka toimii sekä Internetissä että konkreettisesti jokaisella kiertuepaikkakunnalla. Luotu yhteisö ei sitouta henkilöitä pitkällä aikavälillä ja jokainen mukaan liittynyt vapaaehtoinen voi itse määritellä sitoutumisasteensa. Kevyimmillään toimintaan voi osallistua jakamalla tapahtuman linkkiä esimerkiksi Facebookissa tai mainitsemalla tapahtumasta kaverilleen, mutta halutessaan vapaaehtoinen pääsi tuottamaan sisältöä esitykseen, jakamaan markkinointimateriaalia, suunnittelemaan ja toteuttamaan erilaisia tempauksia sekä vaikuttamaan esityksen sisältöön.

Tutkimusten mukaan vapaaehtoiset lähtevät osaksi toimintaan halusta kuulua johonkin tiettyyn ryhmään. Pidemmällä tähtäimellä positiiviset sosiaaliset kontaktit syventävät heidän sitoutumistaan sekä toimintaan, että kyseiseen ryhmään. Toisaalta on olennaista huomata, että yhteisöllinen henki on tärkeää vain osalle vapaaehtoistyötä tekevästä ihmisistä. (Yeung, 2004, 95.) Tämän vuoksi street team -toimintaa kuvatessa on tärkeää ottaa esille myös faniuden käsite.

2.4 Street team fanijoukkona

Street teamiin liittyy oleellisena osana myös faniuden käsite. Faniuden keskeisinä piirteinä pidetään affektiivisuutta, toiminnallisuutta, yhteisöllisyyttä, fani-identiteettiä sekä faniuden kytkeytymistä populaarikulttuuriin (Autio 2011, 104). Faniyhteisö syntyy jonkin tuotteen tai palvelun ympärille ja muodostaa oman kulttuurinsa. Yhteisöllisyyttä vahvistetaan rituaalein ja se voi ilmentyä mikro ja/tai alakulttuurina. (Autio 2011, 105.) Voidaan siis sanoa, että passiivisten kuluttajien joukossa fanit muodostavat oman elitistisen ryhmänsä (Nyyssönen 2008, 11). *Raatteentie On The Road* -esitykselle haluttiin koota oman fanijoukkonsa, joka saa mielihyvää ja affektia kuulumisesta Raatteentien Vapaaehtoisarmeijaan. Nyyssönen (2008) määrittää affektin Lawrence Grossbergia mukaillen sellaiseksi kokemukseksi, joka antaa elämään ”väriä, sävyjä tai tuntumaa” (Nyyssönen 2008, 12).

Edellä mainittu ajatus fanijoukosta johtaa ajatukseen vapaaehtoistoiminnan kaksisuuntaisuuteen: kun antaa jotakin niin myös saa jotakin. Vapaaehtoisuudessa on Juha Iso-Ahon (2012) mukaan kyse ihmisten tarpeesta osallistua yhteisön toimintaan ja tuntea olevansa tärkeä (Iso-Aho 2012, 13). Näin ollen myös työryhmän oli mietittävä, mitä he voivat antaa vapaaehtoisille. Mitkä ovat sellaisia asioita, jotka motivoivat ihmisiä osallistumaan? Ajatuksena oli luoda paikkakunnalle päivän tai pari kestävä tapahtuma, happening, joka elävöittää kaupunkikuvaa, ja jonka luomiseen ja sisältöön ihmiset voivat osallistua, ja jota he voivat fanittaa.

2.5. Palvelupolku ja idea vapaaehtoisesta asiakkaana.

Alusta alkaen päätimme työryhmän kanssa ajatella vapaaehtoisia asiakkaina ja lähdimme pohtimaan heidän kohtaamistaan palvelumuotoilun ja -polun avulla. Vapaaehtoistoiminta voidaan mielestäni luontevasti mieltää palveluksi, jossa asiakkaana on vapaaehtoinen tai sellaiseksi haluava ja palveluntarjoajana on organisaatio, joka tässä tapauksessa oli *Raatteentie On The Road* -esitystä valmistava työryhmä. Tärkeintä vapaaehtoistoiminnan organisoinnissa on siis keskittyä vapaaehtoistyötä tekeviin ihmisiin, joita ilman koko palvelua ei olisi. Työn pitää olla heille mahdollisimman miellyttävää ja motivoivaa.

Palvelumuotoilu ei ole uusi keksintö, se vain yhdistää perinteisiä palvelukehityksen menetelmiä. (Tuulaniemi 2011, 14). Palvelumuotoilun avulla organisaatio, tässä tapauksessa esitystä valmistava työryhmä, pystyy havaitsemaan toiminnan strategisia mahdollisuuksia, innovoimaan uusia palveluita ja kehittämään jo olemassa olevia palveluita entistä paremmiksi. Palvelujen avulla voidaan siirtyä resurssien kuluttamisesta resurssien jakamiseen, tavaroista prosessin hyödyntämiseen ja vaihdannasta vuorovaikutukseen. Palvelut ovat ekologisia, sillä ne kuluttavat vähemmän energiaa kuin tavaroiden valmistaminen tai niiden hävittäminen. Palveluiden avulla asiakas, tässä tapauksessa vapaaehtoinen, voidaan myös sitouttaa mukaan toimintaan. Palvelut ovat lisäksi keino erottua kilpailijoista eli muista teatteriesityksistä, sillä palvelusuhdetta ei voida kopioida. (Tuulaniemi 2011, 11). Vapaaehtoistoimintaa järjestäviä tahoja on yleensä kaupungeissa useita. Näin ollen toiminnan tulee tarjota ihmisille jotakin sellaista, jota muut eivät välttämättä tarjoa.

Asiakas on aina palvelumuotoilun ytimessä. Palvelumuotoilun tavoitteena on optimoida asiakkaan palvelukokemus niin, että siitä muodostuu mahdollisimman positiivinen (Tuulaniemi 2011, 15). Vapaaehtoispalvelun tulee siis toimia sujuvasti ja palvella omia vapaaehtoisiaan asiakkaina, jotka on pystyttävä houkuttelemaan mukaan toimintaan ja pitämään heidän kiinnostustaan yllä. Kari Hämäläinen (2007) kehottaa järjestötyössä toimivia miettimään omia jäseniään ja sidosryhmiään asiakkaina, jopa kaupallisesta toiminnasta tuttuina sitoutuneina kanta-asiakkaina (Hämäläinen, 2007, 112). Uskon, että tämä ajatusmalli sopii myös vapaaehtoistyötä organisoivalle taholle. On hyvä pohtia, miten vapaaehtoinen arvottaa asiakkuuttaan (eli mukana oloaan), mitä

organisaatio voi hänelle tarjota ja mitä asiakkailta (vapaaehtoisilta) odotetaan. Tällaisen pohdinnan seurauksena voidaan oppia tunnistamaan mukaan tulevien vapaaehtoisten tarpeita ja toiveita. Myös vapaaehtoistyötä sosiaalipalveluissa tutkinut Riitta Mykkänen-Hänninen (2007) tunnistaa vapaaehtoistyössä sekä sisäisen että ulkoisen asiakkuuden. Sisäisellä asiakkuudella tarkoitetaan järjestössä toimivia vapaaehtoisia ja ulkoisella asiakkuudella palvelua käyttäviä asiakkaita. (Mykkänen-Hänninen, 2007, 54.)

Halava ja Panzar (2010) esittelevät kuluttajakansalaisen, jonka sitoutuminen ja lojaliteetti työnantajaa ja työntekijää kohden on vähentynyt (Halava & Panzar, 2010, 47). Oma kokemukseni vapaaehtoiskoordinaattorina tukee tätä näkemystä. Vapaaehtoiset ovat hyvin tietoisia kuluttajia, ja he toimivat usein monissa vapaaehtoisorganisaatioissa samaan aikaan. Heillä on varsin hyvät tiedot omista oikeuksistaan ja heillä ei ole ongelmaa toiminnasta poisjäämiseksi, mikäli vapaaehtoistoiminta on huonosti organisoitu tai työtehtävät eivät ole tarpeeksi kiinnostavia. Vapaaehtoistyö on työtä, jota tehdään ilmaiseksi ja omalla vapaa-ajalla, joka on ihmisille kuitenkin entistä tärkeämpää. Jälkimodernissa maailmassa vapaa-ajan on sanottu olevan työtä tärkeämpää. (Halava & Pantzar 2010, 19.) Yhtenä ratkaisuna kuluttajakansalaisen sitoutumishaasteisiin on kollektiivin luominen, joka on varsinkin vapaaehtoistyössä tärkeää. On siis määriteltävä, keitä ovat ”me” ja millä tavalla ”me” toimimme. Vasta tämän jälkeen ”meille” voi asettaa kokonaistavoitteita. (Halava & Pantzar, 2010, 47).

Vapaaehtoistoiminta, varsinkin kiertuemuodossa toteutettava, liittyy kuvattuun kollektiivin tai yhteisön luomiseen. Kiertueteattereiden tulee tarkasti pohtia ennen vapaaehtoisten rekrytoinnin aloittamista ne keinot, joilla yhteisöjä luodaan. Kari Hämäläisen (2007) mukaan tärkeintä on ymmärtää yhteisöllisyyden sisäinen logiikka, miten se rakentuu ja mikä motivoi nykyihmistä tunnustautumaan osaksi jotakin yhteisöä? Hänen mukaansa sitoutuminen on henkinen prosessi, joka on sekä antamista että saamista, ja näiden osien pitää olla tasapainossa keskenään. (Hämäläinen 2007, 115.)

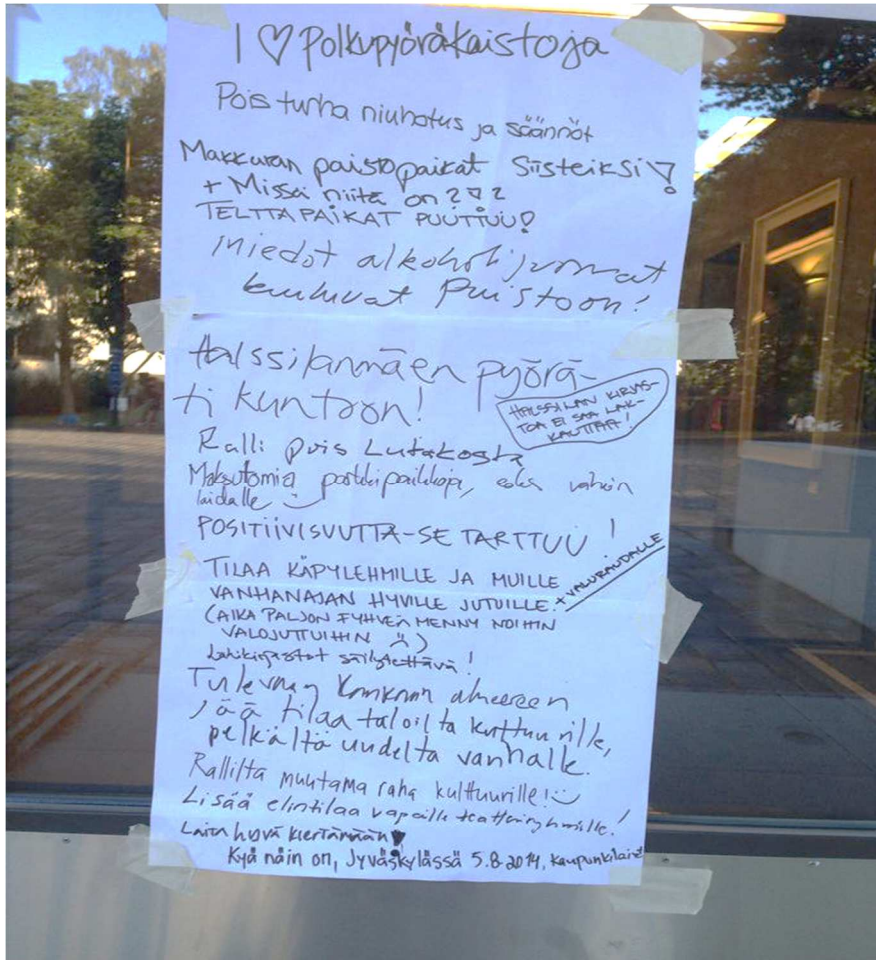
Yhtä lailla tärkeää on miettiä, millainen asiakasryhmä vapaaehtoiset ovat. Mikä heitä motivoi ja sitouttaa, mikä saa vapaaehtoisen lähtemään mukaan toimintaan ja pysymään siinä? Aaro Harju (2005) kuvaa asiaa aktiivisen kansalaisuuden käsitteen kautta. Hänen mukaansa aktiivinen kansalaisuus on laajaa ja kaikenlaista osallistumista, toi-

mintaa ja vaikutusta omassa ympäristössä tai laajemmin yhteiskunnassa. Siihen voidaan sisällyttää myös asiakkuus ja kuluttajuus. (Harju 2005, 67.) Aktiivinen kansalainen konkretisoituu osallistumisella, joka tuo mukanaan osallisuutta sekä kokemisen, kuulumisen ja mukanaolon tunteita. Ihminen on sosiaalinen olento, jolla on tahto näiden tunteiden kokemiseen. Osallistuminen tuo mukanaan sen, että on osa jotakin ja se tuottaa myös mahdollisuuden vaikuttaa itselle tärkeisiin asioihin. (Harju 2005, 68-70). Vapaaehtoistoiminta on Harjun mukaan aktiivisen kansalaisen konkreettinen ilmentymä. Se jalostaa ihmistä, kehittää eettistä arvomaailmaa ja syventää ihmisen identiteettiä (Harju 2005, 70). Aktiivisen kansalaisuuden käsitettä on myös kritisoitu siitä, että se voi puhujasta riippuen tarkoittaa lähes mitä tahansa. Ihanteellinen aktiivinen kansalaisuus voi siis tarkoittaa yhtä hyvin yhteiskuntakriittisyyttä kuin myös sellaista toimintaa, joka ei ole luonteeltaan yhteiskuntaa kyseenalaistavaa. (Fields, 2005, 21).

Sitoutuneet vapaaehtoiset ovat yleisiä vapaaehtoistyöstään ja kokevat olevansa osa yhteisöä, "olevansa osa Meitä". Sitouttamisessa yksi tärkeimpiä asioita on organisaation perustehtävän ja arvojen esille tuominen. (Kaila 2014, 63). Raatteentien Vapaaehtoisarmeijassa perustehtävät ja arvot kävivät ilmi esityksen sisällöstä, joka kumpusi

työryhmän kirjoittamasta kymmenen kohdan manifestista, jossa vaadittiin muun muassa vanhojen sotamyyttien ja sodan symbolisten uhrien korvaamista rauhan ja rakkauten aatteilla sekä hetero-oletuksen ja ydinperheihanteen poistamista. Raatteentien manifesti provosoi ja kyseenalaisti yhteiskunnan rakenteita. Manifesti kokonaisuudessaan on luettavissa hankkeen Internet-sivuilta osoitteessa www.raatteentieont-heroad.wordpress.com ja se löytyy myös tämän työn liitteistä (ks. Liite 1).

Manifestin avulla saimme avattua omaa ajatusmaailmaamme ja esityksen sanomaa sekä yleisölle että vapaaehtoisille. Sen avulla houkuttelimme mukaan samalla tavalla ajattelevia ihmisiä, jolloin yhteisestä ajatusmaailmasta muodostui pohja yhteisön syntymiselle. Lisäksi sitouttaminen ja motivaation ylläpitäminen liittyy arjen käytännön toimivuuteen, vapaaehtoisten tukemiseen sekä positiiviseen ja tavoitteelliseen otteeseen vapaaehtoisten kohtaamisessa (Kaila 2014, 63).



Työryhmän manifestin viereen kaupungintalon oviin kerättiin yleisöltä kaupunkilaisten oma manifesti. Kuvassa Jyväskylän terveiset kaupungin päättäjille. Kuva: Kristiina Puukko.

Palvelupolku on yksi palvelumuotoilun työkalu, jota käytimme apunamme vapaaehtoistoiminnan suunnittelussa. Raatteentien Vapaaehtoisarmeijassa vapaaehtoisen palvelupolku muodostui seuraavista askelista:

Ennen mukaan liittymistä:

1. Vapaaehtoinen saa kuulla toiminnasta sosiaalisen median kautta, nettisivuilta tai kaveriltaan
2. Vapaaehtoinen ottaa yhteyttä
3. Vapaaehtoisen yhteydenottoon vastataan sähköpostitse
4. Vapaaehtoinen liitetään mukaan Facebook-ryhmään

Palvelusaikana:

1. Vapaaehtoinen osallistuu julisteiden jakamiseen omalla paikkakunnallaan
2. Vapaaehtoinen osallistuu kilpailuihin
3. Vapaaehtoinen mainostaa toimintaa ja esitystä kavereilleen
4. Vapaaehtoinen markkinoi esitystä internetissä ja muun muassa flyereita jakamalla
5. Vapaaehtoinen kokee esityksen ja osallistuu siihen
6. Vapaaehtoinen tapaa työryhmän ja viettää aikaa heidän kanssaan

Esityksen jälkeen:

1. Ottaa vastaan kiitokset ja kehu
2. Osallistuu illanviettoon esityksen jälkeen
3. Osallistuu kertausharjoitukseen (= Kiitos! -juhlat vapaaehtoisille)

Päätimme kiinnittää huomion siihen, millä tavalla kohtaamme vapaaehtoiset eri palvelupolun kohtauspisteissä. Pyrimme siihen, että kohtaamiset olisivat välittömiä, iloisia ja kaverillisia. Halusimme ehdottomasti pyrkiä siihen, että vapaaehtoiset tuntuivat itsensä heti sisäpiiriin kuuluvaksi ja muistimme kiittää kaikista palveluksista ja viesteistä runsaasti. Pyrimme siis myös omalla käytöksellämme ja kaikella viestinnällämme tekemään vapaaehtoistyöstä niin mielekäästä kuin mahdollista.

Järjestöissä tapahtuvaa viestintää on moitittu lähettäjäkeskeisyydestä ja yksisuuntaisuudesta, ylhäältä alaspäin suuntautuvasta tiedonsiirrosta. Tällainen asenne voi aiheuttaa torjuntareaktioita, jolloin viestintä ei saavuta toivottua huomiota ja kiinnostusta. (Raninen & al. 2008, 178.) Tätä taustaa vasten Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan viestintä pyrittiin pitämään keskustelevana ja vuorovaikutteisena. Pyrkimyksenä oli välttää virallisuutta, protokollia ja byrokratiaa sekä luoda niiden sijasta kollektiivi, jonka jokainen jäsen on yhtä tärkeä riippumatta siitä, kuuluuko hän työryhmään vai vapaaehtoisiin.

Ilmoittautuneet vapaaehtoiset ovat palautteessaan lähes poikkeuksetta maininneet kiinnostuneensa esityksen sisällöstä ja sen pyrkimyksestä yhteiskunnalliseen muutokseen. He kokivat olevansa samaa mieltä esityksen teemojen kanssa ja halusivat olla mukana tämän sanoman levittämisessä. Kiertueteattereiden vapaaehtoistoiminnan kehittämisessä on siis tärkeää se, että esityksen teemoissa tai tavoissa olla on jotakin sellaista, johon on helppo samaistua. Kiertuemuotoisuus on vapaaehtoistoiminnalle

haaste, mutta kevyen yhteisöllisyyden näkökulmasta myös myönteinen asia. Se tarkoittaa sitä, että pitkäaikaista sitoutumista ei vaadita ja osallistuminen voi olla myös hyvin kevytmuotoista.

3 TIEDUSTELUTOIMINTA JA STRATEGIAN HIONTA

Päädyin valitsemaan benchmarking-kohteeksi kaksi erityylistä street team -kokonaisuutta. Ensimmäiseksi kohteeksi valitsin Youth Against Drugs (YAD) -järjestön street teamin, joka toimii virtuaalisesti internetissä. Heidän verkkosivuillaan on erilaisia tehtäviä, joita suorittamalla street teamiläiset voivat hyvän mielen lisäksi saavuttaa tavarapalkintoja. Tavoitteena on saada näkyvyyttä YAD:lle ja edistää sen edustamia arvoja ja asenteita. Suoritettavat tehtävät ovat helppoja tyyliin ”tykkää Facebook-sivusta” tai ”jaa tarroja”. Samankaltaisia street teamejä on useampia, esimerkiksi rockpostimyynti EMP:llä toimii tämänkaltaisen tiimi.

Toiseksi benchmarking-kohteeksi valitsin vuonna 2011 toimintansa lopettaneen Rock´n Roll Circus -festivaalikiertueen street teamin. Kyseessä oli kiertävä festivaali, jossa street teamejä oli jokaisessa kiertuekaupungissa. Vaikka Rock´n Roll Circus ei enää kierräkään, heidän street team -toimintansa oli hyvin samankaltaista kuin tässä kehittämishankkeessa, joten sain heiltä paljon hyviä vinkkejä.

Tein molempien tahojen street team -vastaaville haastattelun sähköpostitse. Vierailuajankohtaa YAD:n toimistolle Jyväskylään en ikävä kyllä saanut aikataulutettua, mutta olimme sekä sähköposti- että puhelinyhteydessä street teamin toiminnasta vastaavan henkilön kanssa useampaan otteeseen. Rock´n Roll Circusen toiminnan päättymisen vuoksi vierailu heidän luonaan ei tullut kysymykseen. Haastatteluissani olin erityisen kiinnostunut street teamin perustamiseen ja ihmisten rekrytoimiseen liittyvistä kysymyksistä. Lisäksi halusin ottaa oppia tiimiläisten vaikutusmahdollisuuksista sisältöön, sekä yhteydenpitotavoista ja tiimien toiminnan valvonnasta. Haastattelukysymykset ovat tämän työn liitteenä (Ks. Liite 2).

Saamani vastaukset vahvistivat ennakkokäsitystäni siitä, kuinka toimivan street teamin organisointi tapahtuu. Esimerkiksi tiimiläisten rekrytoinnissa käytetään sekä YAD:ssa että Rock´n Roll Circuksella jo toiminnassa mukana olevien vapaaehtoisten levittämiä sekä sähköisiä, että perinteisen paperisia materiaaleja. Lisäksi Rock´n Roll Circuksen street teamin vetäjä suositteli kaverusten rekrytointia. Työn tekeminen on hausempaa ja rennompaa tutussa porukassa, joten kannattaa yllyttää street teamiläisiä pyytämään kavereitaan mukaan toimintaan. Myös Marianne Nylyndin ja Anne Birgitta Yeungin (2005) mukaan kasvoista kasvoihin ja tuttavien kanssa -metodit ovat tehokkaita vapaaehtoisten rekrytointimuotoja, joskin he muistuttavat näiden hitaudesta (Nylund & Yeung 2005, 31). Tällaista ”lumipalloefektiä” käytimme myös Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan rekrytoinnissa. Lisäksi suositeltiin käyttämään nettisivuja ja sosiaalista mediaa rekrytoinnin apuna, ja tämä minulla olikin jo mielessä ensimmäisenä keinona. Välimatkojen vuoksi henkilökohtaiset tapaamiset ovat kiertuetoiminnassa haastavia toteuttaa.

Street teameissä mukana olevat ihmiset arvostavat vastausten mukaan pelillisyyttä. Erilaisia kilpailuja ja palkintoja kannattaa siis miettiä ja toteuttaa usein. YAD:n street teamissä on käytössä pisteytys, eli suoritetusta tehtävästä saa tietyn määrän pisteitä, joita keräämällä voi voittaa mm. tavarapalkintoja. Raatteentie-esityksen työryhmää tällainen systemaattinen pisteiden keruu ei kuitenkaan innostanut. Tavoitteena oli, että toimintaan voi osallistua myös kevyesti ilman suorituspaineita, joita pistetaulukot voivat aiheuttaa. Halusimme, että motivaatio toimintaan osallistumiselle kumpuaisi ennemminkin sisäisestä motivaatiosta kuin ulkoisista palkkioista. Sisäisen motivaation perusteella toimiva ihminen osallistuu vapaaehtoiseen toimintaan, koska hän tuntee saavansa tyydytystä tekemisestä itsestään. Sisäiseen motivaatioon liittyviä asioita ovat esimerkiksi aito kiinnostus, halu tutkia ja ylittää omia rajoja sekä mahdollisuus seikkailuun ja oppimiseen. (Laitinen, 2006, 9.) Kuvameemi- ja muista kilpailuista Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan Facebook-sivuilla pystyi kuitenkin voittamaan esimerkiksi Raatteentie On The Road -logolla varustettuja kangaskasseja. Pelien ja kilpailujen lisäksi perinteiset materiaalien levittämistehtävät ovat olleet suosittuja niin haastattelemissani street teameissa kuin Raatteentien Vapaaehtoisarmeijassakin.

Vastausten perusteella sellaiset tehtävät, joissa saa käyttää omaa luovuutta ja aloitekykyä ovat parhaimpia. Vapaaehtoiset kannattaa siis ottaa mukaan tehtävien suunnitteluun ja kysellä heiltä, mikä olisi mielekkäin tapa toimia ja levittää tietoa *Raatteentie On The Road*-esityksestä. Kehotukset brainstormaukseen ja yhteiseen ideointiin, sekä hyvien ideoiden toteuttaminen ja niiden kehuminen kannattaa saamieni vastausten mukaan aina. Uudet, hauskat näkymisideat ovat miettimisen arvoisia ja parhaat ideat syntyvät porukalla.

Haastattelemani street teamit toimivat lähinnä verkossa, mutta järjestävät silloin tällöin kokoontumisia, joissa tiimiläiset voivat tavata toisiaan ja järjestävän organisaation henkilökuntaa. Tämän pohjalta suunnittelimme myös street teamit *Raatteentie On The Road*-esitykselle. Lähtökohtana on verkossa toimiminen, mutta esityksen saapuessa paikkakunnalle pidämme huolen, että tapaamme tiimiläiset henkilökohtaisesti. Lisäksi suunnitelmissa oli järjestää ”kertausharjoitukset” eli loppubileet Helsingissä kiertueen päätyttyä, vaikka oletettavaa onkin että välimatkojen vuoksi kaikki tiimeissä toimineet ihmiset ympäri Suomen eivät niihin paikalle pääsekään.

Sain myös kuulla, että valvontaa tarvitaan myös jonkin verran, mutta se on hankala järjestää silloin kun työkenttänä on koko Suomi. Haastatteluvastausten mukaan kunnan ohjeistus onkin valvontaa tärkeämpää. Otimme siis selvää eri kaupunkien julistemääräyksistä ja ohjeistimme materiaalien levittämisessä niin, että siitä aiheutui mahdollisimman vähän pahaa mieltä. Street teamiläisiä pitää ohjeistaa aktiivisesti noudattamaan hyviä tapoja ja toimimaan vastuullisesti. Toisaalta, kuten Rock’n Roll Circuksen street team vastaavan vastauksesta voi päätellä, ei se niin vakavaa ole, jos julisteet ovat väärässä paikassa tai flyereiden jakajat kielletyllä alueella. Tässä tapauksessa vain pyydetään keräämään julisteet pois.

Street teamin toiminnan varmistamisessa on tärkeää, että materiaalit saadaan nopeasti liikkeelle ja yhteydenpito ihmisiin on ylipäätään ripeää ja helppoa. Kiertueella paikallinen organisaattori helpottaa vastausten mukaan toimintaa, tällaiselle henkilölle kannattaa tarjota ekstrapalkintoja ja niin edelleen. Ennen kaikkea on tärkeää levittää hyvää mieltä ja iloa sekä kehottaa ihmisiä ideoimaan. Ihmiset pitävät siitä, että saavat tuntea itsensä tärkeäksi.

Tärkeää on myös vapaaehtoisten huomioiminen ja heidän työnsä arvostaminen. Vapaaehtoisten työn arvostus näkyy mm. huomioimisena, ideoiden kuuntelemisena ja kiittämisenä. Vapaaehtoisen kohtaamisessa tarvitaan aikaa yhteydenpitoon, kiireettömään kohtamiseen, ajatustenvaihtoon ja kokemusten jakamiseen. (Kaila 2014, 61.)

4 VAPAAEHTOISARMEIJA ASTUU PALVELUKSEEN

Raatteentie On The Road -esityksen takana oli seitsemän henkilön työryhmä, jonka tuottajana olen toiminut alkuvuodesta 2014 lähtien. Esityksen pohjimmaisena ajatuksena oli teatterin tekemisen ja -kokemisen vapaus, sekä yleisön osallistuminen. Tätä kautta ajatus vapaaehtoistoiminnasta esityksen ympärillä on ollut mukana alusta asti.

Rockperformanssiesitys *Raatteentie On The Road* kiersi Suomen kaupungintalojen edustoja kymmenen pysähdyksen taktiikalla elokuussa 2014. Esityksen ensi-ilta oli Rovaniemen kaupungintalolla 1.8.2014 ja kiertue kulki Oulun, Kokkolan, Seinäjoen, Jyväskylän, Ylöjärven, Tampereen, Porin ja Turun kautta Helsinkiin, jossa viimeinen esitys nähtiin 10.8.2014 Eduskuntatalon portailla. Esitystä tukivat Koneen Säätiö, Suomen Kulttuurirahasto ja Taiteen edistämiskeskus. *Raatteentie On The Road* -esityksen tiedote on tämän työn liitteenä (Ks. Liite 3).

Esityskiertueen ympärille kerättiin street team-tyyppinen vapaaehtoisjoukko nimeltään Raatteentien Vapaaehtoisarmeija, joka muun muassa markkinoi esitystä sekä omilla paikkakunnillaan että Internetissä. Esityksen street teamin nimeäminen Vapaaehtoisarmeijaksi kumpusi alun perin esityksen sisällöstä, mutta on kovin osuva kun sitä verrataan street team -ilmiön historiaan: KISS -yhtyeellä oli street team -tyyppistä työtä tekevä *Kiss Army* jo vuonna 1975, Aerosmith-yhtyeen street team on nimeltään Blue Army ja Suomessakin aktiivisesti toimivalla My Chemical Romance -yhtyeellä on street team nimeltä MCRmy (lausutaan M-C-army). (Nyysönen 2008, 34.)Tämän joukon jatkoksi tuntui hyvältä perustaa Raatteentien Vapaaehtoisarmeija. Street teamejä on usein käytetty pelkästään markkinointityökaluna, mutta Raatteentien Vapaaehtoisarmeijalla haluttiin myös saada aikaan lisäarvoa sekä esitykselle että vapaaehtoisille itselleen.



Raatteentie On The Road osallisti ihmisiä muun muassa lätkäbicciin kaupungintalojen pihoilla. Kuva Helsingistä, jossa esityspaikkana toimi eduskuntatalon edusta. Kuvaaja: Venla Heinonen.

Perinteisesti syy vapaaehtoisten rekrytoimiseen löytyy resurssipulasta, mutta nykyisin on entistä enemmän vallalla halu luoda esitykseen tai tapahtumaan lisäarvoa vapaaehtoisten mukanaololla. Heidän katsotaan tuovan esitykseen tai tapahtumaan hyvää henkeä ja yhteisöllisyyttä. Vapaaehtoiset toimivat siis tapahtumien imagon kohottajina. (Iso-Aho 2012, 11.) Tämä ajatus oli taustalla myös Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan kokoamisessa.

Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan lähtökohtana oli kymmenen eri street teamin/vapaaehtoisjoukon luominen eri kiertuekaupunkeihin Rovaniemeltä Helsinkiin. Vapaaehtoisten työtehtävät olivat luonteeltaan osallistavia, pääasiassa heidän apuaan tarvittiin esityksen markkinoinnissa, erilaisten tempausten suunnittelussa ja niiden toteutuksessa. Raatteentien Vapaaehtoisarmeijaa markkinoitiin nuorille, aktiivisille kaupunkilaisille, jotka ovat kiinnostuneita esityksen aiheista ja jotka haluavat ravistella normeja, kokea jotakin uutta sekä saada elämyksiä ja nitkahduksia omaan arkeen.

Vapaaehtoisten rekrytoimiseen esityksen kiertuemuotoisuus tuo lisähaasteen. Millä tavalla voidaan tavoittaa kiinnostuneita ihmisiä eri puolilla Suomea Rovaniemeltä Helsinkiin ja saada heidät innostumaan mukaan toimintaan? Ratkaisuna käytimme yhteistyökumppaniverkostoja, kuten paikkakuntalaisia teattereita ja kulttuuriyhdistyksiä, sekä sosiaalisen median verkostoja muun muassa Facebookissa. Verkossa toimiva rekrytointi olikin kokemuksen mukaan onnistunutta ja aiheutti lumipalloefektin, jossa sana toiminnasta kiersi suusta suuhun ja tuttavalta tuttavalle.

Tarkoituksena oli myös rekrytoida jokaiseen kaupunkiin ”tulenkojohto” eli vastuuhenkilöt, jotka auttavat tiimien organisoinnissa ja esimerkiksi markkinointimateriaalien levittämisessä. Tällaisten paikallisten organisaattoreiden rekrytointiin sain suositteluja jo tekemissäni benchmarking-haastatteluissa. Toivoimme, että näiden henkilöiden rekrytoiminen tapahtuisi paikallisten yhteistyökumppaneiden, kuten harrastajateattereiden avulla. Suunnitellun kaltaista tulenkojohtoa ei kuitenkaan saatu rekrytoituksi, vaikka muuten ihmisiä lähtikin mukavasti mukaan matkaan. Ilmoittautuneita vapaaehtoisia oli 51 henkilöä, mukaan lähti ihmisiä lähes jokaiselta esiintymispaikkakunnalta. Marianne Nylund & Anne Birgitta Yeung (2005) määrittelevät onnistuneen vapaaehtoisten rekrytoinnin toiminnaksi, jossa sekä organisoivan tahon että yksilöiden toiveet, tarpeet ja odotukset kohtaavat (Nylund & Yeung 2005, 31). Tältä kannalta Raateentien Vapaaehtoisarmeijan rekrytointiprosessi voidaan katsoa onnistuneeksi, vaikka vastuuhenkilöiden rekrytointi ei tällä kertaa onnistunutkaan.

Vapaaehtoiset markkinoivat esitystä omilla paikkakunnillaan mm. levittämällä julisteita, joita lähetimme heille postitse. Tätä varten julisteet oli painettu A4 kokoisiksi, jotta niiden postittaminen olisi vaivatonta ja suhteellisen edullista. Lisäksi he osallistuivat Facebook-sivuillamme oleviin kilpailuihin ja markkinoivat esitystä sekä sanallisesti että sosiaalisessa mediassa. Työryhmän saavuttua kiertuepaikkakunnalle organisoimme tilaisuuksia, joissa vapaaehtoiset pääsivät jakamaan flyereitä yhdessä työryhmän kanssa karnevaalihengessä ja he pääsivät myös osallistumaan itse esitykseen. Tätä varten heille oli etukäteen lähetetty laulun sanat ja lätkäbicin koreografia, joita he olivat voineet etukäteen opetella. Näiden lisäksi vapaaehtoisten työtehtäviin kuului myös perinteisiä vapaaehtoistoimia, kuten auttaminen esitysten rakentamisessa ja purkamisessa.

Vapaaehtoisten johtamisen ja vapaaehtoisorganisoinnin vaiheet voidaan eritellä eri vaiheisiin, joita ovat rekrytointi, sitouttaminen, työ ja palkitseminen (Iso-Aho 2012, 14). Myös street teamin organisoinnissa ja Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan luomissa pätevät samat pelisäännöt. En kuitenkaan jakanut tätä käytännön pilotoinnista kertovaa lukua näiden neljän vaiheen mukaisesti, vaan päätin käyttää aiheeseen sopivasti armeijatermejä.

Olen jakanut Vapaaehtoisarmeijan vaiheet ajallisesti Kutsunnat, Palvelusaika ja Kertausharjoitukset -nimisten otsikoiden alle. Kerron luvussa 4.1 Kutsunnat siitä, millä tavalla käytännössä toiminta lähti käyntiin, eli käyn toimintaa läpi rekrytoinnin ja suunnittelun näkökulmasta. Luvussa 4.2 Palvelusaika käydään läpi sitä, mitä tapahtui vapaaehtoistoiminnan ja kiertueen aikana. Viimeisessä kappaleessa 4.3 Kertausharjoitukset kuvaan kiertueen ja vapaaehtoistoiminnan päättymisen jälkeistä aikaa ja niitä toimenpiteitä, joiden myötä saattelimme Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan päätökseensä.

4.1 Kutsunnat

Vapaaehtoisarmeijaa ja yleensäkin vapaaehtoistoimintaa suunniteltaessa on tärkeää miettiä sitä, kuinka paljon ja mitä kaikkea vapaaehtoiset tekevät. Toisaalta on myös tärkeää pohtia sitä, mitä työryhmä tai esitys pystyy vapaaehtoisille antamaan. Kyseessä on kaksisuuntainen suhde, jonka tarkoituksena on se, että kaikki voittavat.

Aiheen tiimoilta pidettiin työryhmän kesken aivoriihi 13.3.2014. Aivoriihen tarkoituksena oli kollektiivisen tiedon kerääminen ja ajatus siitä, että monta päätä ideoi enemmän kuin yksi. Aivoriihikokous alkoi menetelmän mukaisesti esivaiheella, jossa esiteltiin kokouksen idea ja tarkoitus. Aivoriihen sääntönä on se, että ideoita voi heitellä positiivisessa ilmapiirissä, eikä niitä vielä tässä vaiheessa arvioida. Ideoiden määrä korvaa laadun ja jokaisen idea on yhtä tärkeä. (Ojasalo & al. 2009, 146.)

Kun ideointi tuntui tyrehtyvän, koetimme kaukaisten ajattelumallien tekniikkaa (Ojasalo & al. 2009, 151). Tekniikan perusajatuksena on valita jokin kaukaiselta tuntuva ajatusmalli, joka sovitetaan ongelmaan luovaa hulluutta käyttäen. Tämä tekniikka, jossa sana ”leipäveitsi” toimi lähtöajatuksena, toi uusia ideoita jonkin verran.

Parhaiten ryhmässämme toimi kuitenkin ekskursiotekniikka, jonka avulla otetaan etäisyyttä käsiteltävään aiheeseen (Ojasalo & al 2009, 154). Käytimme tässä henkilökohtaista analogiaa, jossa mietimme mitä vapaaehtoisten kanssa tehtäisiin jos olisimme Mika Häkkinen. Henkilökohtaisessa analogiassa ryhmälle annetaan jokin rooli, meidän tapauksessamme tämä rooli oli siis olla Mika Häkkinen. Roolin pohjalta mietitään, mitä keinoja ongelman ratkaisemiseksi tämä ko. henkilö käyttäisi (Ojasalo & al 2009, 155). Tällä tekniikalla saimme aikaan hyvin luovan ilmapiirin ja hullujen ideoiden lisäksi myös paljon käyttökelpoisia ideoita. Kaikkein hulluimpien ja roisimpien ideoiden paljastaminen tässä opinnäytetyön yhteydessä ei olisi järkevää eikä luottamuksellista, joten valikoimme myöhemmin kaikkien tulleiden ideoiden joukosta ne kenties kaikkein toteuttamiskelpoisimmat. Vastauksia tuli kahteen eri kategoriaan.

1) Vapaaehtoisarmeija saa:

- pääsyn sisäpiiriin ja erityisaseman
- olla osa bändiä
- kimppakuvan bakkärillä
- riehua, käyttäytyä huonosti, käyttää ääntä
- yhteisöllisyyden
- seikkailun
- nimmarin
- fanituotteita
- osallistua esitykseen
- retken
- tapahtuman, johon on helppo osallistua

2) Vapaaehtoisarmeijan tehtävät:

- vallata tiloja kanssamme ("Valtaa oma tilasi" -kilpailu Facebookiin eli tarrojen levittäminen, tarroilla valtaaminen)
 - tarrojen/julisteiden levittäminen omalla paikkakunnalla
 - jakaa tapahtumaa kavereille SoMessa/ottaa kaikki kaverit mukaan
 - osoittaa mieltä (kuvakilpailu, selfiet)
 - dokumentointi – moderaattorioikeudet FB-sivuille
 - roudaus
 - sanojen opettelu etukäteen → Raatteentien tunnarin opettelu, joukkohuudot
 - tehdä meemejä Raatteentiestä/-tieläisistä
 - fanit voisivat näyttää oman paikkakunnan helmipaikat työryhmälle (opastettu turistikierros -tyyppisesti), työryhmä turisteina
 - työryhmä ja fanit voivat käydä merkitsemässä yön aikana kaupunkiin paikkoja, joissa valta asuu
 - fanit esittävät työryhmälle esityksen
 - mikä on kaupungin Raatteentie → perustelut → paras voittaa t-paidan
- + joka kaupungissa vastuuhenkilö/-henkilöt eli tulenjohto, joka organisoii kaupungin vapaaehtoisjoukkoja. Työryhmällä on strateginen tapaaminen vapaaehtoisjoukkojen kanssa ennen esitystä.

Raateentien Vapaaehtoisarmeijan rekrytoiminen ja organisointi alkoivat huhtikuussa 2014. Ensimmäisenä toimenpiteenä julkaisimme esitykselle omat Facebook- ja Internet-sivut ja loimme sille Twitter-tilin. Tarkoituksena oli ensin kerätä ns. fanipohjaa sosiaalisessa mediassa, jonka jälkeen lähetimme samojen kanavien kautta kutsun Vapaaehtoisarmeijaan liittymiseksi. Samaan aikaan otimme myös yhteyttä paikallisiin yhteisöyhteistyökumppaneihin ja pyysimme heitä välittämään tietoa Vapaaehtoisarmeijasta ja ylipäätään kiertueen saapumisesta kaupunkiin.

Kiertuemuotoisuuden ja maantieteellisten etäisyyksien lisäksi haasteen rekrytointiin toivat myös tapahtuman lyhytkestoisuus ja pääsymaksuttomuus. Vapaaehtoisen on ehkä helpompi lähteä kokeilemaan vapaaehtoistyötä lyhyeksi ajaksi, sillä se ei vaadi pitkäkestoista sitoutumista. Toimintaan oli myös helppo tulla mukaan, sillä ilmoittautuminen tapahtui täyttämällä nettilomake, muita kriteerejä osallistumiselle ei ollut. Toisaalta mukaan tulemisen helppous tekee myös lähtemisestä helppoa (Huikari 2010, 137). Raatteentien Vapaaehtoisarmeijassa tuli jonkin verran peruutuksia ja osa ilmoittautuneista vapaaehtoisista ei osallistunut toimintaan millään tavalla. Tapahtuman pääsymaksuttomuus vaikuttaa vapaaehtoisten koordinointiin sillä tavalla, että vapaaehtoisia ei voida motivoida tai sitouttaa ilmaisella sisäänpääsillä (Huikari 2010, 136).

Mukaan ilmoittautui yhteensä 51 vapaaehtoista, mukana oli henkilöitä lähes jokaiselta kiertuepaikkakunnalta, vain yksi paikkakunta jäi ilman vapaaehtoisia. Tämän vastapainoksi ihmisiä ilmoittautui myös virtuaaliarmeijaan, joka tarkoitti sitä, että he osallistuivat esityksen markkinoimiseen sosiaalisessa mediassa ja muualla Internetissä. Suurin osa ilmoittautuneista (37 henkilöä) oli naisia. Nuorin vapaaehtoinen oli 13-vuotias ja vanhin 57-vuotias. Tilastojen mukaan kaikista ikäryhmistä vähiten vapaaehtoisaktiivisuutta on 25-34 -vuotiaiden keskuudessa (Yeung, 2002, 25). Raatteentien vapaaehtoisarmeijassa tämän ikäryhmän osuus oli kuitenkin suuri, yli kolmannes (19 henkilöä) kuului tähän ryhmään.

Ilmoittautuneiden vapaaehtoisten määrä korreloi paikkakunnan kokoa. Esimerkiksi Helsingin Vapaaehtoisarmeijaan ilmoittautui 21 henkilöä, kun taas Ylöjärven armeijaan tuli vain yksi ilmoittautuminen. Tämäkin osoittaa tilastollisen poikkeavuuden. Anne Birgitta Yeungin (2002) mukaan passiivisimmin vapaaehtoistyötä tehdään Etelä-Suomessa ja suurissa kaupungeissa (Yeung, 2002, 25). Tutkimuksen mukaan tärkein syy olla osallistumatta vapaaehtoistoimintaa on ajanpuute, joka koskee erityisesti 25-34 -vuotiaita henkilöitä, joilla suuren todennäköisyyden mukaan on sekä työ että perhettä elätettävänä (Yeung 2002, 45). Syitä Raatteentien Vapaaehtoisarmeijassa ilmenneisiin tilastopoikkeamiin voi olla useita, mutta päällimmäisenä mieleen tulee se, että toiminta vaati vain lyhytaikaista osallistumista ja kevyttä sitoutumista. Näin ollen myös ruuhkavuosiaan elävien henkilöiden liittyminen oli mahdollista. Toisaalta kyse voi olla

myös street team -toimintamallin eroavaisuuksista verrattuna pitkäkestoiseen vapaaehtoistyöhön. Toiminta on joustavaa ja tapahtuu suurelta osin Internet-verkossa, jolloin toimintaan osallistuminen ei vaadi edes kotoa poistumista.

Rekrytointiprosessi koettiin toimivaksi ja ihmisiä lähti mukaan yllättävän paljon. Katja Kailan (2014) mukaan rekrytinnin onnistumisessa auttavat sattuma, organisaation tunnettuus, kekseliäisyys ja hyvä suunnittelu (Kaila 2014, 78). Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan rekrytointiprosessi oli yhdistelmä näitä kaikkia.

Ilmoittautuminen saattoi tapahtua joko sähköpostilla, Facebookin yksityisviestillä tai nettisivuiltamme löytyvän lomakkeen kautta. Rekrytinnissa totesimme toimivaksi sellaisen kaavan, että ilmoittautumisen saavuttua otimme vapaaehtoiisiin yhteyttä sähköpostilla, jossa kerroimme toiminnasta enemmän. Tässä postissa mainittiin myös, että vapaaehtoistoiminta on nimensä mukaisesti vapaaehtoisuuteen perustuvaa, eikä siitä makseta palkkaa. Vapaaehtoisarmeijalle perustettiin myös suljettu Facebook -sivusto, jossa tehtäviä ja muita aputarpeita jaettiin ja vastaanotettiin. Facebookin osuus Vapaaehtoisarmeijan rekrytinnissa, aktivoinnissa ja koordinoinnissa oli merkittävä. Se on hyvin toimiva ja kenties myös selkein tapa löytää mukaan toimintaan, lisäksi se toimii tehokkaana mainoskanavana (Ervamaa & Piispa 2013, 29). Yhteydenpitoa jatkettiin koko ajan myös sähköpostilla, sillä toiminnassa piti ottaa huomioon se mahdollisuus, että kaikilla ilmoittautuneilla ei ole Facebook-tiliä.

Erillistä vapaaehtoisopimusta emme vapaaehtoisarmeijalaisten kanssa tehneet. Syynä tähän oli se, että emme välimatkojen vuoksi kyenneet tapaamaan suurinta osaa vapaaehtoisista ennen kiertuepaikkakunnalle saapumista, joten allekirjoittaminen olisi vaatinut sopimusten postittamista, ja tähän rumbaamme meillä ei ollut resursseja.

4.2 Palvelusaika

Raatteentien Vapaaehtoisarmeijassa palvelusaika alkoi heti ihmisen liittyttyä mukaan joko sähköpostitse tai Internet-sivuilla olleen lomakkeen kautta. Hänet liitettiin mukaan Vapaaehtoisarmeijan suljettuun Facebook -ryhmään, jonka kautta yhteydenpito

vapaaehtoiisiin pääasiassa tapahtui. Ryhmän kautta vapaaehtoisille esiteltiin ja ohjeistettiin muun muassa erilaiset tehtävät, kuten julistejaot ja siellä myös jaettiin sisäpiiritietoutta, kuten lätkäbicin koreografia tai työryhmän kuulumisia tien päältä. Mukaan liittynyt vapaaehtoinen pystyi itse tekemään päätöksen siitä, kuinka aktiivisesti hän halusi toimintaan osallistua. Facebook -ryhmän lisäksi yhteyttä tiimiläisiin pidettiin myös sähköpostin välityksellä, sillä kaikilla mukaan liittyneillä ei ollut Facebook-tiliä.

Vapaaehtoistoiminnan koordinoimiseksi vaaditaan myös street team -toiminnassa jonkin verran henkilöresurssia. Tässä produktiossa vapaaehtoistoimintaa organisoijaksi ja koordinoijaksi tuottaja, mutta ihanteellista olisi, mikäli tähän työhön pystyttäisiin palkkaamaan erillinen henkilö. Näin ollen toiminta muodostuisi tehokkaaksi eikä pahimmassakaan ruuhkassa jäisi muiden tuotannollisten toimien varjoon. Lisäksi toiminta vaatii kunnollisen suunnittelun, johon osallistuu koko työryhmä. Välineet vapaaehtoistoiminnan luomiseksi ja yhteydenpitoon ovat sen sijaan erittäin edullisia. Yhteydenpito Raateentien Vapaaehtoisarmeijassa toimi sekä sosiaalisessa mediassa (Facebook ja Twitter) että sähköpostitse, joten tästä ei kuluja tullut. Raateentien Vapaaehtoisarmeijassa ainoat investoinnit liittyvät julisteiden painatukseen, niiden lähettämisestä koituihin postituskuluihin ja vapaaehtoisille suunnattuihin palkintoihin kuten tarjoiluihin.

Benchmark -haastatteluvastauksissa suositeltiin pelillisiä tehtäviä, joissa street teamin jäsenet voivat käyttää luovuuttaan ja aloitekykyään. Tiukan harjoitus- ja tuotantoajan sekä erillisen vapaaehtoiskoordinaattorin puutteen vuoksi sosiaaliseen mediaan suunniteltujen tempausten ja kilpailujen toteuttaminen jäi kuitenkin paljon vähemmälle kuin olimme ajatelleet. Ihmisten osallistumishalukkuudesta kertoi kuitenkin se, että todella monet halusivat ottaa julisteita jaettavaksi omalle asuinpaikkakunnalleen, ja jakaa Facebookin Vapaaehtoisarmeijan ryhmässä kuvan paikoilleen kiinnitetystä julisteesta. Tällaisia kuvia lähetettiin useita, ja ne otettiin hurraa-huudoin vastaan sekä työryhmän, että muiden vapaaehtoisten toimesta. Tämän myötä näistä julistekuvista tuli vaikuttava yhteisöllisyyttä luova tekijä, vaikka tällaista toimintaa ei alun perin suunniteltu, eikä kuvien jakamista erikseen pyydetty.

Benchmark -haastatteluvastauksissa kehoitettiin myös vapaaehtoisten henkilökohtaisiin tapaamisiin. Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan lähtökohtana oli verkossa toimiminen, mutta esityksen saapuessa paikkakunnalle tapasimme tiimiläiset henkilökohtaisesti. Lisäksi suunnitelmissa oli järjestää ”kertausharjoitukset” eli loppubileet Helsingissä syksyn 2014 aikana. Nämä tapaamiset toimivat yhteishenkeä nostattavina ja loivat yhteenkuuluvuuden tunnetta työryhmän ja vapaaehtoisten välille.

Kaikessa vapaaehtoistoiminnassa, myös kiertueeteattereihin liittyvässä, on tärkeää että materiaalit, kuten esimerkiksi levitettävät julisteet tai flyerit, saadaan nopeasti liikkeelle ja yhteydenpito ihmisiin on ripeää ja helppoa. Erillistä valvontaa julistelevityksessä emme suorittaneet, mutta ohjeistimme Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan jäseniä aktiivisesti noudattamaan hyviä tapoja ja toimimaan vastuullisesti, eikä suuria ongelmia syntynytkään. Tässäkin otimme oppia benchmarking -kohteilta, joiden mukaan huolellinen etukäteisohjeistus on valvontaa tärkeämpää.

Kiertueen aikaisista yhteydenpidon hitaudesta varoitimme vapaaehtoisia etukäteen. Suuri osa kiertuetta kun meni autossa istuessa, joten sähköpostiin ei ollut kokoaikaista pääsyä. Pyrimme kuitenkin tarkastamaan sähköpostin ja Facebookin vähintään kerran päivässä. Kiertueen aikainen yhteydenpito akuuteissa asioissa oli kuitenkin haastavaa. Joka kiertuepaikkakunnalla tavoitteemme oli tavata paikkakunnan Vapaaehtoisarmeija ja jakaa heidän kanssaan flyereitä ennen esitystä. Emme kuitenkaan voineet useita päiviä etukäteen tietää, mihin aikaan saavumme paikkakunnalle, ja missä välissä työryhmä on ehtinyt saada syödyksi ja esityspaikan tarkistettua. Näin ollen jouduimme laittamaan tiedon kokoontumisajasta ja -paikasta vapaaehtoisille melko viime tipassa, usein vasta edellisenä iltana tai pahimmillaan saman päivän aamuna. Tämä haaste oli kuitenkin tiedossa jo ennen kiertueelle lähtemistä, jolloin olimme ehtineet ohjeistaa vapaaehtoisia tarkkailemaan Facebook-ryhmää ja sähköpostejaan tiuhaan oman paikkakuntansa esityspäivän lähestyessä. Tapaamisajasta ilmoittamisen tiukasta aikataulusta huolimatta koimme iloisia kohtaamisia ja flyereiden jakamiskulkueita eri paikkakuntien vapaaehtoisten kanssa. Toisaalta tämä tehtävä oli myös sellainen, että siihen emme vapaaehtoisia välttämättä tarvinneet. Sellaisilla paikkakunnilla, joihin ei yksikään vapaaehtoinen ehtinyt meitä tapaamaan, jaoimme flyerit työryhmän toimesta.

4.3 Kertausharjoitukset

Kiertueen päätyttyä 10.8.2014 Helsinkiin ja Eduskuntatalon portaille, piti projektin paketoinnin lisäksi päättää myös vapaaehtoistoiminta. Olimme koko kiertueen ajan päivittäneet ahkerasti sekä Vapaaehtoisarmeijan että esityksen Facebook -sivuja ja ensimmäisenä toimenpiteenä olikin lähettää kiitokset vapaaehtoisille tätä kautta. Koeitimme mainita mahdollisimman monta kohtaamaamme ihmistä nimeltä, jotta myös projektin päättyessä ihmisille jäisi henkilökohtaisesti kosketettu olo. Tätä varten olimme onneksi muistaneet kerätä ylös meitä auttaneiden ihmisten nimiä, sillä muuten tehtävä olisi voinut olla mahdoton.

Lisäksi lähetimme vielä myöhemmin vapaaehtoisille kiitoskirjeen sähköpostilla, jossa kerroimme humoristisesti elokuvalopputekstien muotoja lainaten, mitä jokainen meistä työryhmän jäsenistä nyt kiertueen päätyttyä tekee. Tämän lisäksi lähetin palautekyselyn vapaaehtoisille, jonka tuloksista kerron seuraavassa luvussa.

Etukäteen suunnittelimme palvelupolku-ajatusta käyttäen, että ennen liittymistä eli palvelukseen astumista, vapaaehtoinen kuulee toiminnasta joko Internetistä, sosiaalisen median kautta tai kaveriltaan. Tämän jälkeen hän ottaa yhteyttä työryhmään joko Internet-sivuilta löytyvän lomakkeen kautta, Facebookissa tai sähköpostitse. Tämän jälkeen vapaaehtoisen yhteydenottoon vastataan sähköpostilla, jossa kerrotaan toiminnasta lisää ja hänet liitetään mukaan salaiseen Facebook-ryhmään. Tämän vaiheen kaikki askelmat läpikäytiin jokaisen vapaaehtoisen kanssa, eikä näissä ollut mitään haasteellista. Toiminnan organisointi ja vapaaehtoisten rekrytointi oli siis helppoa ja sujuvaa.

Seuraavana palvelupolun kokonaisuutena oli vapaaehtoisen toiminta osana Raatteen tien Vapaaehtoisarmeijaa eli palvelusaika. Kohtauspisteiksi määrittelimme julisteiden jakamisen omalla paikkakunnalla, erilaisiin kilpailuihin osallistumisen, toiminnan ja esityksen mainostamisen kavereille, esityksen kokemisen ja siihen osallistumisen, sekä työryhmän tapaamisen ja ajanvieton heidän kanssaan. Vapaaehtoiset lähtivät helposti mukaan konkreettisiin pyyntöihin, kuten julisteiden jakamiseen. Käytännössä se tapahtui niin, että pyysin halukkaita jakajia ilmoittamaan osoitteen johon voin muutamia kappaleita jaettavia A4 kokoisia julisteita lähettää. Tällä tavoin saimme julisteita levitettyä

ympäri Suomen edullisesti ja sillä tavoin, että kenellekään ei koitunut tästä suunnattomasti vaivaa.

Sen sijaan kilpailujen toteutus jäi muiden tuotantokiireiden jalkoihin. Julkaisimme vain yhden kilpailun, jossa pyysimme vapaaehtoisia kertomaan, mikä on oman paikkakunnan Raatteentie. Vastauksia tähän kilpailuun tuli tasan kaksi, joten molemmille vastanueille lähetettiin palkinnoksi lupaamamme uniikit Raatteentie On The Road -kangaskassit. Esitystä mainostettiin ja markkinoitiin kiitettävästi vapaaehtoisten toimesta myös sosiaalisessa mediassa, mikä oli erittäin hienoa näkyvyyden kannalta. Vapaaehtoiset myös tekivät ilmoituksia esityksestä sekä paikkakunnilla ilmestyvien sanomalehtien että Internetissä oleviin tapahtumakalentereihin. Lisäksi saimme kuvia ja jopa videotallenteen esityksestä vapaaehtoisten kuvaamina.

Saimme myös konkreettista apua esityksen pystytyksessä ja sen purkamisessa, johon emme kuitenkaan olleet osanneet varautua. Emme osanneet tarpeeksi hyvin delegoida ja perehdyttää vapaaehtoisia näihin konkreettisiin puuhiin ja vasta esityskiertueen loputtua tuli mieleen, mitä kaikkea vapaaehtoiset olisivat voineetkaan tehdä. Mietimme, että heidän vastuulleen olisi voinut asettaa esimerkiksi esityspaikan koristelun tai manifestin kiinnittämisen kaupungintalon oveen. He olisivat myös voineet näkyä esityksessä vielä isommin, jopa täysin omana kohtauksenaan tai heille olisi voinut antaa tehtäväksi virvokkeiden jakamisen yleisölle ennen esityksen alkamista.

Itse esityksessä oli mukava nähdä vapaaehtoisia, joista osa oli pukeutunut pyynnön mukaisesti karnevaaliasuun ja joilla oli omat jääkiekkomailat mukana. Toisaalta esityksissä oli myös sellaisia vapaaehtoisia, jotka eivät erottuneet muusta yleisöstä, eivätkä kaikki edes tulleet esittäytymään. Tämä oli tietysti kurjaa, sillä näiden henkilöiden paikallaolo tuli ilmi vasta jälkeempään esimerkiksi heidän tekemistään Facebook -päivityksistä. Toisaalta osa vapaaehtoisista tuli riehakkaasti paikalle ja toi mukanaan hyvää henkeä ja energiaa. Otimme kaikki vastaan ilolla.

Suunnittelimme joka paikkakunnalle flyereiden jakotempauksen, jossa vapaaehtoiset yhdessä työryhmän kanssa lähtivät karnevaalikulkueessa jakamaan flyereita ja aiheuttamaan hässäkkää kaupunkilaisten keskuuteen. Pyrimme viettämään heidän kanssaan aikaa myös tempauksen ja esityksen ulkopuolella, mutta tämä osoittautui melko

rankaksi. Lisähuomioita ja työryhmän mielipiteitä tästä aiheesta esittelen tarkemmin seuraavassa luvussa.



Vapaaehtoiset halusivat usein auttaa meitä myös esityksen purkamisessa ja auton pakkaamisessa. Olimme kuitenkin luoneet omat rutiinimme tähän, jolloin tilanne meni usein kuvassa nähdyn kaltaiseksi, jossa esiintyjä pakkaa autoa ja vapaaehtoisen tehtäväksi jäi tavaroiden ojenteleminen.

Kuva: Venla Heinonen

Palvelusajan jälkeen palvelupolun kohtauspisteiksi määriteltiin kiitoksien ja kehujen antaminen, illanviettoon osallistuminen esityksen jälkeen sekä Kiitos! -juhlaan osallistuminen. Kiittely ja kehuminen olivat matkassa tosin koko ajan, sillä ihmiset olivat todella avuliaita. Kiitollisuutta osoitettiin sekä julkisesti Internetissä että kasvokkain aina kun vapaaehtoiseen törmäsimme. Esitysten jälkeinen illanvietto jäi muutaman kerran poikkeusta lukuun ottamatta toteutumatta yksinkertaisesti siitä syystä, että myös esiintyjä tarvitsee unta. Myös kiertueen jälkeen suunniteltu Kiitos! -juhla jäi toteutumatta sekä taloudellisista syistä että työryhmän uupuneisuudesta johtuen. Laitoimme tiedon tästä peruuntumisesta vapaaehtoisille kiitoskirjeen mukana.

5 OPERAATION ARVIOINTI JA TOTEUTUKSEN ANALYYSI

Kiertueen jälkeen lähetin Raatteentien Vapaaehtoisarmeijaan ilmoittautuneille 51 henkilölle sähköpostilla kyselyn, jossa toivoin palautetta vapaaehtoisena toimimisesta ja ihmisten motiiveista Vapaaehtoisarmeijaan liittymisen suhteen. Lisäksi kysyin kokemuksia yhteisöllisyydestä ja pyysin vapaata palautetta Raatteentie -työryhmälle. Määräaikaan mennessä sain 12 vastausta. Vapaaehtoisille lähettämäni kysymykset ovat luettavissa tämän työn liitteestä (Ks. Liite 4).

Vastauksista selvisi, että useimmiten ihmiset olivat kuulleet mahdollisuudesta liittyä Vapaaehtoisarmeijaan joko kavereiltaan tai Facebook -sivuilta. Ihmiset olivat vastauksen perusteella lähteneet mukaan teatteriharrastuksen innoittamana, mutta vielä useammin sen vuoksi, että olivat tutustuneet esityksen teemoihin, lukeneet manifestin ja kokeneet sen käsittelemät aiheet tärkeäksi. Eikä ilmoittautumisia ainakaan vähentänyt televisiosta tutun henkilön mukana olo:

”Aiheeseen perehdyttyäni, pidin manifestin ajatuksista ja halusin olla mukana viemässä sitä ideologiaa eteenpäin. Tosin Paula Vesalan naama taisi ihan ensin kiinnittää huomioni :)”
(Nainen, 35v, Jyväskylä)

Monet odottivat esityksen ja vapaaehtoisarmeijalaisuuden tuovan mukanaan ”hyvää meininkiä”, uusia kokemuksia ja sitä, että pääsee mukaan porukkaan. Vastauksen perusteella pystyimme antamaan näitä oletuksia vastaavan kokemuksen:

”Kokemus oli mahtava. Olen itsekin käynyt eduskuntatalon edessä riekkumassa taiteen merkeissä. Levitin kerran sinappia portaille. Raatteentie oli parasta! Rakastin sen hölmöyttä ja fiksuutta. Ihanasti mut otettiin messiin, vaikka oon vain skidi.”
(Nainen, 15v, Helsinki)

”Kokemus oli hyvä ja kollektiivinen. Teatteria puistoihin ja meteliä kaupungintalojen pihoihin. Kannatan kovasti tällaista hanketta.”
(Mies, 35v, Pori)”

”Kiitos teille kaikille. Työskentely kanssanne oli unohtumaton kokemus ja mielettömän hauskaa. Toivon että tapaamme vielä joskus jossain, ehkä samoissa merkeissä tai

ehkä aivan muissa kuvioissa. Pitäkää ittenne miehinä, naisina ja ihmisinä. KIITOS!
EIPÄ KESTÄ!”
(Nainen, 36v, Tampere)

Kysyin vapaaehtoisilta myös, kokivatko he päässeensä mukaan Raatteentie-yhteisöön. Vastaukset vaihtelivat sen mukaan, olivatko vapaaehtoiset viettäneet aikaa meidän kanssamme esimerkiksi flyereiden jakamisen merkeissä, vai tulivatko he vain katso-
maan esitystä. Ensin mainitut kokivat vahvasti päässeensä mukaan yhteisöön, mutta jälkimmäinen ryhmä ei ryhmähenkeä kokenut. Vastaukset olivat tästä huolimatta hyvin positiivisia:

”Olin vain esityksessä, joten en kokenut sen kummempaa ryhmähenkeä, koin olevani enemmän esityksen katsojan roolissa ja edistämässä hyvää asiaa läsnäolollani.”
(Nainen, 35v, Jyväskylä)

Pääasiassa Vapaaehtoisarmeijasta toimimisessa olivat jääneet mieleen ihmiset. Vapaaehtoiset kokivat, että he ovat päässeet oikeasti tekemään työtä työryhmän kanssa ja nauttivat sisäpiiriin pääsystä sekä lämpimästä vastaanotosta.

”Kokemus oli mieletön. Aluksi jännitti kovasti, kun ei oikein tiennyt, mitä on tulossa vastaan ja mihin on nokkansa pistänyt. Arkana ja ujona ihmisenä teki ihan sairaan hyvää laittaa itsensä likoon tuolla tavalla ja käydä epämukavuusalueella. Välitön ilmapiiri ja hyväksyntä huokuivat koko porukasta heti ensi hetkiltä saakka, se läsähti mukavasti ja lämpimästi naamalle - ja yllätti :)”
(Nainen, 32v, Oulu)

”Päällimmäisenä mieleen jäi avoin ja hyvä ilmapiiri. Sain tutustua uusiin ihmisiin ja sain antaa taisteluun oman panokseni.”
(Mies, 57v, Tampere)

Haastatteluvastauksia ei lopulta tullut niin paljon kuin odotin ja lähes kaikissa oli pelkästään positiivista palautetta. On hankala arvioida, mikä tähän on syynä. Kenties palautteen kirjoittivat vain ne ihmiset, joiden elämään pystyimme koskettamaan tavalla tai toisella, kenties negatiivisen palautteen kirjoittamiseen on niin iso kynnys, ettei siihen aivan helposti ryhdytä. Voi hyvinkin olla, että mukana olleet vapaaehtoiset merkitsivät meille työryhmänä ja esityksentekijöinä enemmän, kuin mitä me ja esitys merkitsimme mukaan ilmoittautuneille.

Kaikkein eniten työryhmää ja tuottajaa yllätti kiertue-elämän raskaus, jossa päivittäisen siirtymisen, esityksen rakentamisen, esittämisen ja purkamisen lisäksi piti olla yhtey-

dessä vapaaehtoiisiin, viettää heidän kanssaan aikaa ja järjestää tempauksia. Jo yhteydenpito vapaaehtoiisiin tuntui toisinaan hankalalta, mutta työryhmän yhteistyöllä tästä selvittiin. Jaoimme muun muassa päivittäin vuoroja Facebookin -päivittämiseksi ja kuvien ja videoiden lisäämiseksi sivuille.

Seuraavaksi käytetyt sitaatit ovat työryhmälle tekemästani kyselystä. Halusin pitää vastaukset anonyymina mahdollisimman avointen kommenttien saamiseksi. Haastatteluaineistot ovat tekijän hallussa.

Työryhmän yllätti positiivisesti se, kuinka paljon ihmiset olivat valmiita näkemään vai-
vaa meitä auttaaksemme. Meille haettiin yöpymispaikan avaimia ja roudattiin patjoja
nukkumapaikaksi. Flyreita ja julisteita jaettiin, ja jopa tulostettiin itse jaettaviksi. Oli mu-
kavaa huomata, että vapaaehtoisia saapui esitykseen karnevaalivaatteissa, jota
olimme etukäteen pyytäneet. Vapaaehtoisten mukanaolo ehdottomasti nosti tunnel-
maa, mutta aiheutti myös odottamattoman kiitollisuudenvelan, jota emme ehkä osan-
neet käsitellä. Esimerkiksi kiertueen alkupuolella olimme vain niin ylettömän kiitollisia
kaikesta avusta, että emme osanneet vetää rajaa ihmisten ”viihdyttämisen” suhteen
työn päätyttyä. Kukaan ei voi olla jatkuvasti töissä, vaikka kuinka esiintyjä olisikin.
Tämä rajan vedon vaikeus muodostuikin hyvin raskaaksi. Eräs esiintyjä muotoili asian
seuraavasti:

”Olisi pitänyt tarkemmin suunnitella mitä vapaaehtoisten kanssa tehdään, miten heille
viestitään ja miettiä näitä asioita etukäteen. Mun mielestä meidän oma markkinointi,
valokuvat, sanavalinnat yms jossain mielessä kannusti tietynlaiseen rajattomuuteen.
Mistä seuraa hyvää, mutta myös ylilyöntejä. Ja tietty meidän ”kiitollisuudenvelka”
kans vaikeutti rajanvetoja.”

Kiertueen lähetessä loppuaan olimme jo muodostaneet työminän, ja pystyimme viet-
tämään myös vapaa-aikaa. Tästä muodostuikin vapaaehtoistoiminnan paradoksi: ha-
lusimme, että ihmiset pääsevät iholle ja sisäpiiriin, muttemme silti olleet valmiita pääs-
tämään heitä täysin sinne, osaksi yksityistä minäämme tai kaveripiiriämme. Viestinnän
vaikeus oli siinä, että halusimme ihmiset osaksi esitystä ja Raatteentie -yhteisöä, mutta
osa vapaaehtoisista kenties kuvitteli saaneensa kutsun parhaiksi ystäviksemme.

”sen (jengiin kuulumisen) pitää olla, että oikeesti voi kuulua, ja kuuluminen on sitä,
että sä teet sitä hommaa, sä oot tärkeä, eikä niin, että yritetään muka niinku rennosti
hengaila, että nyt sinä vieras ihminen olet täällä kiva jee.”

Mainitsemani rajattomuus liittyy myös etukäteissuunnitteluun, tai pikemminkin sen puutteisiin, sekä tapaamme viestiä ja markkinoida. Pyrimme toki miettimään mahdollisimman tarkasti etukäteen esimerkiksi vapaaehtoisten tehtävät, mutta todellisuus oli tässäkin tapauksessa tarua, jos ei ihmeellisempää, niin kovin erilaista kuitenkin.

” Oli kivaa, kun: Oulun avustajat jakoi meidän kanssa flaiikkuja ja kun stadissa vapaaehtoiset pakkas kamoja ja leikki samalla teltalla ym. Tekeminen oli rentoa ja kivaa kun sitä oli, mut hetket jolloin sitä ei ollut oli tymeitä. Aistin, että he odottivat jotain tapahtuvaksi kun kerran olivat paikalle tulleet. — Kun ei ollut tehtävää, me oltiin niille (vapaaehtoisille) seuraneiteinä, vaikka olis ollut omaakin tehtävää.”

Suurimmaksi haasteeksi meille muodostui kuitenkin se, millä tavalla ja missä roolissa kohtaaminen vapaaehtoisten kanssa tapahtui.

”...nyt se (vapaaehtoisten kanssa työskentely) meni vähän sosiaalityön piikkiin, ei pahasti, mutta se asetelma et me ollaan ns. jotain erityistyyppiä oli jotenkin vähän vaivaannuttava ja keinotekoinen, koska jotenkin se et voi jakaa flaijereita lintumaskotin kans ei ihan voi olla se ns. palkinto sinänsä. Tai mulle se ei ois. Mut meitä on toki moneen junaan. Kiva et ihmiset autto ja halus olla mukana, se miten ois vaan pitäny olla meille selkeempää, koska nyt se tuntu nimenomaan lähinnä ylimääräselä työltä.”

Viestinnän keinojen ja sanavalintojen kanssa kannattaa siis kokemuksen mukaan olla tarkkana. Kuten aiemmin mainittu, yritimme kaikella viestinnällämme luoda hyvää ilmapiiriä ja kollektiivisuutta sekä tehdä viestinnästä mahdollisimman keskustelevaa. Halusimme noudattaa laatutietoista kansalaistoimintaa (Harju 2007, 18) eli välttää toiminnan sisäänlämpiävyyttä, ahdasmielisyyttä, juonittelua ja tuoda esiin sen merkittävyyttä, vetovoimaisuutta, palkitsevuutta sekä tuottaa iloa antavaa yhdessäoloa. Tämä saattoi olla viestinnässämme vahvuuden lisäksi myös haaste, sillä ihmisiä on todellakin moneen junaan. Työryhmämme ei ottanut sitä mahdollisuutta huomioon, että osa heistä saattaa tulla esitykseen ilman alusvaatteita, näyttää sen sekä kaiken jälkeen pyrkiä kirjaimellisesti iholle. Kaikki tämä vain sen vuoksi, että kavereitahan tässä ollaan.

Tällaisista mahdollisista ylilyönneistä huolimatta kokemus vapaaehtoisten kanssa työskentelystä oli positiivinen:

”Toisaalta oikeesti se, että joku on ilman alkkareita, ei oo mikään maailman kauhein asia, vaan siinä voi olla jotain positiivista, jos meidän tiedotusmeininki on saanu aikaan sen, että joku on kokenut, että nyt saa ylimalkaan käyttäytyä (aika vaarattomasti) poikkeuksellisesti”

”se mikä tuntu kivalta oli, että ne (vapaaehtoiset) oli vähän niinko kavereita, joku joka odotti että me tultiin paikkakunnalle. Ja se jeesas välittömän ilmapiirin/meiningin syntyä, mikä oli oleellista esityksen kannalta — Tavallaan fun, että tällaselle ugfeministiteatterihäröilylle löyty faneja”

6 (TULEN)JOHTOPÄÄTÖKSET

Kiertueteattereille suunnittelemaamme street team- tyyppistä vapaaehtoistoimintaa pilotoitiin kesällä 2014 Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan puitteissa osana *Raatteentie On The Road* -esityksen kiertuetta. Monia suunnittelemiämme asioita saimme toteutettua, mutta joitakin jäi myös toteuttamatta. Syitä tähän oli luonnollisesti monia. Esimerkiksi suunnittelemaamme joka kiertuekaupungissa sijaitsevan ”tulenjohdon” eli vastuuvapaaehtoisten rekrytointi jäi toteutumatta. Suunnitelma oli hyvä, mutta tällaisten henkilöiden tehtävänkuva olisi vaatinut pitkäjänteistä sitoutumista toimintaan sekä suurempaa ajallista panostusta kuin mitä vaadimme muilta mukaan lähteneiltä vapaaehtoisilta. Tällainen vapaaehtoistyö, jossa jokin henkilö on vastuussa muun muassa materiaalien levittämisestä muille vapaaehtoisille ja niin edelleen, ei myöskään kuulu street team-toiminnan periaatteisiin.

Etukäteissuunnittelu osoittautui ehdottoman tärkeäksi, ja mukaan tuli myös sellaisia asioita, joihin emme osanneet varautua. Huomasimme, että pelkästään vapaaehtoisten tehtävien suunnittelu ei ole riittävää valmistautumista. Esimerkiksi kysymykset työstä ja yksityisestä minästä nousivat esille ja tämä korostui kiertueella, jossa esityksen jälkeen ei voi lähteä kotiin perheen luokse.

Valitsemamme asiakkuusnäkökulma tuntui sen sijaan toimivan hyvin. Tarkastelimme vapaaehtoisia Riitta Mykkänen-Hännistä (2007) mukailen toiminnan sisäisinä asiakaina, ulkoisia asiakkaita toiminnassa olivat muu yleisö, sekä tietenkin toiminnan rahoittajat ja muut yhteistyökumppanit. Tämän ajatuksen sekä palvelupolun avulla pystyimme pohtimaan, minkälaisia ihmisiä asiakkaamme ovat, sekä kartoitimme heidän tarpeitaan ja toiveitaan. Lisäksi saimme tuotua itsellemme selväksi ne kohtaamispisteet, joissa vapaaehtoinen on meihin yhteydessä ja päätettyä toimintamallit jokaiseen tilanteeseen.

Yhtenä tavoitteena Raatteentien Vapaaehtoisarmeijalle oli yhteisön luominen ja yhteisöllisyyden kokemuksen tuominen vapaaehtoisille. Tämä osoittautui haasteeksi muun muassa sen vuoksi, että toiminta oli lyhytkestoista, jolloin todellista sitoutumista ei päässyt syntymään. Kiertue kulki nopealla tahdilla ympäri Suomen, jolloin pahimmillaan pysähdyksemme yhdellä paikkakunnalla kesti vain muutaman tunnin ajan. Kuitenkin vapaaehtoisilta keräämäni palautteen mukaan toimintaan aktiivisesti osallistuneet henkilöt kokivat olleensa osa yhteisöä. Toisaalta sellaiset henkilöt, jotka osallistuivat toimintaan vain vähän, eivät yhteisöllisyyttä tunteneet.

Etukäteen oletin, että tämän kaltainen street team -toiminta hyödyttää kolmea eri tahoa: työryhmää ja esitystä, yhteistyökumppaneita sekä toimintaan osallistuvia vapaaehtoisia. Palautteiden ja pilotin kokemuksen mukaan hyöty oli selkein itse työryhmälle ja esitykselle, vaikkakaan täysin ongelmattomaa työskentelyä vapaaehtoisten kanssa ei ollut. Vapaaehtoisten hyötymisestä minulla on todisteena ainoastaan heiltä keräämäni palautteet, joita tuli valitettavan vähän. Palautteiden mukaan olimme onnistuneet luomaan heille elämyksen ja tuomaan säpinää kaupunkiin, joten voi kai sanoa, että he hyötyivät saadessaan mukavan kokemuksen ja päästessään mukaan vähän erilaiseen teatteriesityksen toteuttamiseen. Tämän kehittämistyön tiimoilta ei valitettavasti selvinnyt, tavoittivatko yhteistyökumppanimme hyötyjä, esimerkiksi profiilin nostoa tai tunnettuuden lisäämistä. Tämä johtuu siitä, että vapaaehtoisia ei ilmoittautunut mukaan yhteistyökumppaneidemme kautta, ainakaan sitä ei palautteissa mainittu. Toisaalta tämä ei tarkoita sitä, etteikö sana Raatteentien Vapaaehtoisarmeijasta olisi levinnyt myös heidän kauttaan. Tämän tyyppinen markkinointietu ei myöskään ole suoraviivaista ja nopeasti toimivaa, vaan vaikutukset näkyvät pikkuhiljaa.

Tämän työn varsinaisena tavoitteena oli vastata kolmeen kysymykseen. Työn puitteissa tutkin, sopiiko street team -tyyppinen vapaaehtoisikäytäntö kiertueteattereiden käyttöön. Vapaaehtoiset voivat tekemämme pilotin mukaan olla hyvinkin toimiva lisä kiertueteatteritoiminnalle, mutta toiminnan pyörittämiseksi kannattaa varata enemmän henkilöresursseja ja energiaa kuin alun perin kuvittelisi olevan tarpeen. Street team -ajatus nimenomaan markkinointivälineenä on kokemuksen mukaan hieno elementti. Tätä varten on kuitenkin mietittävä, onko itse esityksessä sellaista sanomaa, teemaa tai ideologiaa, johon ihmiset haluavat samaistua ja jota he haluavat jakaa. On mietittävä tarkkaan myös se, mitä esitystä toteuttava työryhmä voi antaa vapaaehtoisina työskenteleville henkilöille.

Toisena kiinnostuksen kohteena oli, minkälaista lisäarvoa vapaaehtoisten käyttäminen luo kiertue-esitykselle taloudellisen resurssilisän lisäksi. Ehdottoman positiiviseksi koettiin se, että kiertuepaikkakunnalla oli jo tieto tulostamme, vapaaehtoiset myös toivat energiaa ja karnevaalihenkeä itse esitykseen. Pilotin myötä huomasimme myös sen, että pelkästään vapaaehtoisten tehtävien suunnittelu ei ole riittävää valmistautumista, vaikka erittäin tärkeää sekin on. Tehtävien lisäksi pitää suunnitella esimerkiksi työryhmän jäsenten roolit ja rajat vapaaehtoisten kohtaamista ajatellen ja muistaa, että kiertue-elämä on kuluttavaa niin henkisesti kuin fyysisestikin. Täytyy varautua siihen, että on mahdotonta viihdyttää vapaaehtoisia esityksen jälkeen joka ilta, ja keskustella etukäteen siitä, onko tämän kaltainen toiminta ylipäätään relevanttia.

Tämän opinnäytetyön kolmantena kysymyksenä oli, millä tavalla fanijoukon tai -yhteisön luominen tapahtuu ja tarkkailla, millä tavalla tällainen verkostomainen yhteisö toimii. Street team -tyyppisen vapaaehtoisjärjestelmän luominen ja koordinointi osoittautuivat yllättävän helpoksi ja edulliseksi. Vapaaehtoiset street teamit toivat ehdottomasti lisää sellaisia markkinoinnillisia resursseja, joihin meillä ei muuten olisi ollut mahdollisuuksia. Monenlaisia suunnitelmia tehtiin, joista osa toteutui ja osa ei. Tärkeää yhteisön toimivuuden kannalta on suunnitelma siitä, mitä työryhmä ja esitys voi antaa vapaaehtoiselle. Parhaat palkinnot eivät välttämättä ole konkreettisia t-paitoja, kasseja tai jäätelöä, vaan vapaaehtoisten saama elämys, yhteisöllisyyden kokemus ja kollektiivisuus nousivat tekemissäni kyselyissä päällimmäisiksi. Kiertueelle lähtevän, vapaaehtoisten kanssa työskentelevän työryhmän tulisi siis tarkkaan miettiä, millä tavalla kiitollisuutta osoitetaan ilman, että siitä muodostuu taakka ja huono omatunto.

Raatteentie On The Road -esitykselle tai Raatteentien Vapaaehtoisarmeijalle ei näillä näkymin ole tulossa jatkoa. Vastaavaa street team-tyyppistä vapaaehtoistoiminnan mallia olisi kuitenkin mielenkiintoista kokeilla uudestaan myös tulevaisuudessa. Tällä kerralla toteuttamatta jääneet, myös benchmarking -haastatteluissa ilmi tulleet tehtäväsuunnittelut yhdessä vapaaehtoisten kanssa voisivat olla hedelmällisiä. Esimerkiksi verkossa käytävä aivoriihi, jossa työryhmä suunnittelisi toimintaa yhdessä vapaaehtoisten kanssa, voisi olla kokeilemisen arvoinen tulevaisuudessa.

Vapaaehtoisten mukanaolo teatterikiertueella oli hieno kokemus ja ehdottomasti kokeilemisen arvoinen. Vapaaehtoisten mukana tuli suuri määrä lämmintä mieltä, energiaa ja yhteisöllisyyden kokemusta sekä työryhmän jäsenille että vapaaehtoisille itselleen. En usko, että näitä tunteita olisi voinut muutoin kokea. Kysyin työryhmältä palauttekeskustelun yhteydessä viimeisenä kysymyksenä, lähtisivätkö he vielä tulevaisuudessa kokeilemaan samankaltaista vapaaehtoisikäytäntöä tämän tekemämme pilotin opit oppineena.

Vastaus oli selkeä:

”Lähtisin ehdottomasti!”

”Seuraavalla kerralla, vastaavassa hankkeessa tai ihan laitosteatteribiisissäkin, aion kyllä käyttää näitä oppeja ja ottaa viel laajemminkin porukoita messiin!”

”Vapaaehtoisten tai yleisön nostaminen osaksi esitystä tai toimijoiksi on erijees! Eli kyä vaa.”

LÄHTEET

- Aro, Jari, 2011. Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side. Teoksessa Kangaspunta Seppo (toim.) 2011. Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy.
- Autio, Minna, 2011. kuluttaja- ja brändiheimot yhteisöllisyytenä nykykulttuurissa. Teoksessa Kangaspunta Seppo (toim.) 2011. Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia yhteisöllisyyden muutoksen ymmärtämiseen. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy
- Ervamaa, Suvi & Piispa, Mikko, 2013. YAD Street Team. Huumekriittistä kevytaktivismissä nuorille. Jyväskylä: Bookwell, YAD Youth Against Drugs ry & Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura.
- Fields, Marion, 2005. Toiminnallista kasvatustyötä ja kasvatuksellista toimintaa – kansalaisjärjestöt aktiivisen kansalaisuuden vaalijoina. Teoksessa Ilvonen, Anne (toim.) 2005. Yksilö, yhteisö ja kansalaisyhteiskunta. Vantaa: Opintotoiminnan keskusliitto, Dark Oy.
- Halava, Ilkka & Pantzar, Mika, 2010. Kuluttajakansalaiset tulevat! Miksi työn johtaminen muuttuu? Helsinki, Taloustieto Oy.
- Halonen, Katri (toim.), 2010. Kulttuuri kokoaa. Kulttuuritapahtumien muuttuvat verkostot. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, Kulttuuri ja luova ala, Tuottaja2020 - Osaraportti 1.
- Halonen, Katri, 2011. Kulttuuri katalysoi. Megatrendien tärähtäminen kulttuurituotannon kenttään. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, Kulttuuri ja luova ala, Tuottaja2020 - Osaraportti 2.
- Harju, Aaro, 2005. Kansalaisyhteiskunta vapaaehtoistoiminnan innoittajana. Teoksessa Nylund, Marianne & Yeung, Anne Birgitta (toim.) 2005. Vapaaehtoistoiminta: anti, arvot ja osallisuus. Tampere, Vastapaino.
- Harju, Aaro, 2007. Aarre loistamaan. Teoksessa Harju, Aaro (toim.) 2007. Kansalaisyhteiskuntaan kätkeyty aarre. Espoo: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry, Painotalo Casper.
- Hotanen Jorma, Laine Risto O., Pietiläinen Seppo, 2001. Benchmarking -opas. Opi hyviltä esikuvilta! Helsinki: Suomen Laatu keskus Koulutuspalvelut Oy.
- Huikari, Emma, 2010. Vapaaehtoistoiminnan organisointi Maailma kylässä -festivaalilla. Teoksessa Karreinen, Lari, Halonen, Maria & Tennilä, Meri (toim.) 2010. 10 askelta parempaan vapaaehtoistoimintaan. PINKO-oppimateriaalit. Eura: Eura Print Oy.
- Hämäläinen, Kari, 2007. Järjestön markkinointi on merkitysten markkinointia. Teoksessa Harju, Aaro, (toim.) 2007. Kansalaisyhteiskuntaan kätkeyty aarre. Espoo: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry, Painotalo Casper.

- Iso-Aho, Juha, 2011. Vapaaehtoiset tapahtumien voimavarana ja hengenluojina. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu, Kulttuuri ja luova ala. Tuottaja2020 - Osaraportti 6
- Iso-Aho, Juha & Juhola, Esko (Toim.), 2012. Kulttuuria vapaaehtoistyönä! Sarja F. Katsauksia ja aineistoja 15, Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu Hu-mak.
- Kaila, Katja (toim.), 2015. Onnistunut vapaaehtoistoiminta, opas toiminnan kehittäjäl-le. Helsingin kierrätyskeskuksen VETY-hankkeen julkaisu.
- Laitinen, Hanna, 2006. Vapaaehtoisen osallistumisen syitä ja selityksiä. Teoksessa Laitinen Hanna (toim.) 2006. Tule mukaan! Osallistumisen edellytyksiä järjes-tötyössä. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Sarja C. Oppimateriaaleja 11. Vaajakoski: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Levinson, Jay Conrad, 2007. Guerilla marketing. Easy and inexpensive strategies for making big profits from your small business. London: Piatkus Books Ltd.
- Mykkänen-Hänninen, Riitta, 2007. Vapaaehtoistyön rajapinnoilla. Helsinki: Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia, Yliopistopaino.
- Niva, Mikael & Tuominen, Kari, 2005. Benchmarking käytännössä. Itsearviointin työkirja. Hyviä kysymyksiä ja benchmarking-tutkimuksia. Oy Benchmarking Ltd.
- Nylund, Marianne & Yeung, Anne Birgitta, 2005. Vapaaehtoisuuden anti, arvot ja osallisuus murroksessa. Teoksessa Nylund, Marianne & Yeung, Anne Birgitta (toim.) 2005. Vapaaehtoistoiminta: anti, arvot ja osallisuus. Tampere, Vasta-paino.
- Nyysönen, Elise, 2008. Kansan korville ja puheisiin. Street team markkinointityöka-luna, ryhmänä sekä faniuden ilmentymänä. Pro gradu -työ. Tampereen yli-opisto, Tampere: Musiikintutkimuksen laitos, etnomusikologia.
- Ojasalo, Katri, Moilanen Teemu & Ritalahti Jarmo, 2009. Kehittämistyön menetel-mät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Raninen Anna, Raninen Tarja, Toni Ilpo & Tornaesus Göran, 2008. Mathildan muo-donmuutos. Kansalais- ja vapaaehtoistoiminnan uudet kasvot. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Tahvanainen, Kari, 2005. Kulttuuria talkootyöllä – Ilosaarirock. Teoksessa Ilvonen, Anne (toim.) 2005. Yksilö, yhteisö ja kansalaisyhteiskunta. Vantaa: Opintotoi-minnan keskusliitto, Dark Oy.
- Tuulaniemi, Juha, 2011. Palvelumuotoilu. Talentum, Hämeenlinna: Kariston Kirjapai-no Oy.
- Yeung, Anne Birgitta, 2002. Vapaaehtoistoiminta osana kansalaisyhteiskuntaa – ihan teita vai todellisuutta? Tutkimus suomalaisten asennoitumisesta ja osallistumi sesta vapaaehtoistoimintaan. Helsinki: Hakapaino.
- Yeung, Anne Birgitta, 2004. Individually Together. Volunteering in Late Modernity: Social Work in the Finnish Church. Saarijärvi: Gummerus Printing.

SÄHKÖISET LÄHTEET:

eHow:n verkkosivut, vierailtu 14.10.2014

http://www.ehow.com/how_2295649_manage-music-street-team.html

IndieGuide.com:in verkkosivut, vierailtu 14.10.2014

http://www.indieguides.com/howto/view/462179/How_To_Create_And_Manage_A_Street_Team

Music Think Tank -verkkosivut, vierailtu 14.10.2014.

<http://www.musicthinktank.com/blog/how-to-manage-an-effective-street-team-in-the-new-digital-de.html>

Virtuaaliammattikorkeakoulun ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumin verkkosivut, vierailtu 17.11.2014.

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464144782/1194348546586/1194356433452.html>

HAASTATTELU- JA KYSELYAINEISTOT:

Ahaa-teatteri, tuottaja Tiina Järvi / puhelinhaastattelu 4.9.2014

Raatteentie On The Road -esityksen työryhmän palautteet vapaaehtoistoiminnasta, aineisto tekijän hallussa.

Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan palautekysely, aineisto on tekijän hallussa.

Rock´n Roll Circus – festivaalikiertueen street team vastaavan Emilia Mikkosen haastattelu 7.4.2014, aineisto tekijän hallussa.

Youth Against Drugs -järjestön street team -vastaavan Hanna Ikosen haastattelu 8.4.2014, aineisto tekijän hallussa.

LIITTEET

LIITE 1

Raatteentien manifesti

1. Minä olen valmis taistelemaan jotta jaksaisin elää.

2. Me vaadimme, että me, Suomen kansa, korvaamme vanhat sotamyytit ja sodan symboliset uhrit yhteisillä tavoitteilla rauhan ja rakkauden sekä luonnon puolesta, ja vakuutamme kunniamme ja omanuntomme kautta tekevämme urallamme useita näitä tavoitteita koskevia ehdotuksia.

Vaadimme saada tehdä esityksiä, jotka taistelevat utopian, fantasian ja maailman pelastamisen puolesta. Lupaamme nyrjäyttää totutun tavan katsoa ihmistä. Meillä on lupa mullistaa Tuntemattoman soilaan lukutapa ja ristiriitauttaa käsitys kansallisesta identiteetistä.

3. Olemme valmiita taistelemaan sellaisen teatterin puolesta, joka on sivistävä ajanviettopaikka, ilmainen kansankokous ja kaikille saavutettavissa oleva ihmeellinen ja huikea osa yhteiskuntaa.

Minä, me, vaadimme runollisuutta arkeen, ja lupaamme katsoa maailmaa toisista vinkeleistä kuin mitä hegemonisesti jaettu valta edellyttää. Tahdomme ottaa haltuun kaupunkitilan, aiheuttaa esitystaitteellisen hässäkän, penetroitua ihmisten elämään ilman vastuuta siitä, missä joku tätä tapahtumaa seuraava käy vessassa ja ilman painetta siitä, että minun tulisi järjestää hänelle kahvia. Kieltäydymme pitäytymästä vain niissä esiintymis- ja oleilupaikoissa jotka meille osoitetaan.

4. Vaadin sen mikä minulle kuuluu. Vaadimme hetero-oletuksen ja ydinperheihanteen poistamista, sekä kaksijakoisen sukupuolijärjestelmän romuttamista, ja sitä että jokaisella on oikeus määrittää itse oma sukupuolensa ja sukupuolettomuutensa. Vaadin kaiken. Vaadin tulla kohdelluksi valkoisena, keski-ikäisenä miehenä. Vaadin, että valkoisella keski-ikäisellä miehellä on oikeus itkeä menkkapäisään karkkiosastolla.

5. Me, minä, tahdon taistella tärkeäksi mieltämäni taiteen keinoin, vaikka saisin maineen hankalana, huonona, hulluna tai vaarallisena, koska tilanne tuskin voi olla sen huonompi kuin että on maineeltaan vaaraton, samantekevä, helposti vaiennettavissa ja niputettavissa joukkoon, joka koostuu lukemattomista samanlaisiksi mielletyistä taiteilijoista.

Vastustamme sitä, että teatterikenttä guruttaa aina jotakin miestä. Vaadin, että teatterikriitikko tulee minun esitykseeni valmiina kusemaan hunajaa. Vastustamme klassikkojen sekä useimpien klassikkototeutusten naiskuvaa, ihmiskuvaa sekä maailmankuvaa. Lupaamme omanuntomme ja kunniamme kautta, että aiomme parhaan kykymme mukaan tuoda teatterin lavalle karvoja, häpyalueen näppyjä, selluliittia, ryppejä, pientä munaa, löysää pimppiä ja lattapeppua ja muuta kaunista, sekä paljastaa valtarakenteet.

6. Lupaani ja vakuutan parhaani mukaan yrittäväni työstää kokemiani vääryyksiä niin, etteivät ne saanele tapaani nähdä ja kokea maailmaa pelon, vihan tai epäluulon kautta. Lupaani ja vakuutan yrittäväni aktiivisesti kuvitella henkilökohtaisen historiani sellaiseksi, ettei minun tarvitse vedota kokemuksiini vääryyksiin voidakseni perustella nykyhetkessä tapahtuvien vääryyksien estämisen tarkeyttä.

Kieltäydyn kostamasta, katkeroitumasta, kieltäydyn taiteilijamynteistä ja pönkittävästä käsityksiä kärsimyksen välttämättömyydestä taiteilijalle. Kieltäydyn nykyisistä taidehistorian kaanoneista. Lupaani toimia solidaarisesti kollegoja ja tulevia sukupolvia kohtaan. Vastustamme sitä, että ne jyrää meitin.

7. Vaadimme, että kansallinen päihdetrauma käsitellään. Edellytämme, että alkoholiin liittyvä oireellisen sukupuolittunut käytäntö muutetaan. Vaadimme oikeutta olla nainen ihanasti kannissa ja minihamosessa, risteilyllä tai puistossa, kuulaana kesäyönä haarat levällään sammuneena, niin että se on turvallista. Vaadimme, että väkivaltaa lakataan pitämästä yksityisasiana. Vaadimme jokaiselle lapselle vähintään yhden aikuisen, joka on aikuinen.

8. Lupaamme olla rehellisiä todellisille tavoitteillemme ja ilmaista ne ääneen kaikessa ristiriitaisuudessaan. Vaadimme, että muutkin toimivat näin, ja että mieheyttä käsittelevät, maskuliinisia periaatteita noudattavat esitykset, laitokset ynnä muut poppoot ilmaisevat agendansa avoimesti eivätkä vaadi pitämään toistuvaa muotokieltä, aiheistoa ja esiintyjä jonain normaalina ja neutraalina teatterin yleiskielenä.

Lupaan ja vakuutan pyrkiväni estämään kaikenlaista tekopyhyyttä ja teennäisiä sisältöjä, ja edellyttäväni itseltäni selkärankaa mitä näiden pelkurimaisuuksien tunnistamiseen tulee.

9. Lupaamme, että Raatteentie On The Road hommailee kollektiivisesti, kaoottisesti, järjestelmällisesti, huutaen, nauraen ja parkuen, mutta vailla yhtä ehdotonta auktoriteettia ryhmän sisä- tai ulkopuolella.

10. Me vaadimme kaikille toukokuun, täytekkua ja pomppulinnan. Vaadimme maailmaan heikkoutta, herkkyyden sallimista kaikille, epätäydellisyyttä, sitä että naisen vahvuudesta riemuitaan, monimuotoisempaa päällikköyttä sekä enemmän suuseksiä ja vallankumouksen.

Kyä näin on,

Helsingissä 14.5.2014

Puukko, Puuperä, Peltola, Tiainen, Vesala, Honkamaa ja Heinonen

LIITE 2

Benchmark-haastatteluiden kysymysrunko

1. Millaisilla keinoilla street teamiläisiä teillä rekrytoidaan?
2. Mitä vaatimuksia teillä on street teamiin liittymiselle? Voiko kuka tahansa liittyä vai vaaditaanko erikoistaitoja tai -osaamista?
3. Kuinka paljon jäseniä street teamissanne on?
4. Minkälaiset henkilöresurssit teillä oli street teamin pyörittämiseen?
5. Minkälaiset tehtävät street teamiläisille toimivat parhaiten? Minkälaiset eivät toimi niin hyvin?
6. Toimiiko street team vain verkossa vai oliko livetapaamisia myös? Jos, niin minkä tyyppisiä ne ovat?
7. Voivatko street teamiläiset vaikuttaa sisältöön (esim. ehdottaa uusia tehtäviä)? Millä tavalla? Ovatko jäsenet aktiivisia/halukkaita tällä saralla?
8. Yhteydenpito street teamiläisiin: millä keinoilla, kuinka usein?
9. Valvonta: Millä tavoin estätte "laittomuudet", esim. tarrojen liimaamisen kiellettyihin paikkoihin? Koetteko, että teillä on keinoja valvoa street teamiläisiä? Onko sille ylipäätään tarvetta?
10. Mitä vinkkejä antaisitte aloittelevalle street team -organisoidijalle? Hyviä vinkkejä tai "älä tee näin" -neuvoja?

LIITE 3

Raatteentie On The Road -esityksen tiedote



Raatteentie On The Road haastaa Tuntemattoman sotilaan muijasotaan

***Raatteentie On The Road* on julkisella paikalla tapahtuva ja vahvasti kaupunkilaisia osallistava rockperformanssimuotoinen mielenosoitus ja manifesti teatterintekemisen ja -kokemisen vapauden puolesta. *Raatteentie On The Road* lähtee kiertueelle elokuussa 2014. Kiertue kulkee läpi Suomen pohjoisesta etelään päättyen valtakunnan vallan päänäyttämölle Eduskuntatalon portaille sunnuntaina 10.8.**

Raatteentie On The Road käy käsiksi suomalaiseen miesjohtajuuteen mm. Tuntemattomassa sotilaassa, ja sorvaa sen omannäköisekseen. *Raatteentie On The Road* taistelee, jotta vallanpitäjät ja media eivät saisi esteettä määritellä, mikä on sopivaa suomalaisuutta tai ihmisyyttä.

Raatteentie On The Road vaatii maailmaan heikkoutta, heikkouden näkemistä, sen sietämistä ja tunnustamista. Se vaatii, että vanhat sotamyytit ja sodan symboliset uhrit korvataan tavoitteilla rauhan, rakkauden ja luonnon puolesta. Vaatimuksena on hetero-oletuksen poistaminen ja kaksijakoisen sukupuolijärjestelmän romuttaminen.

Raatteentie On The Road lupaa vinksauttaa ja nyrjäyttää totutun tavan katsoa ihmisiä. Se lupaa nauhua, huutoa, halauksia ja saippuakuplia. Se ottaa kaupunkitilan haltuun ja kannustaa siihen myös muita, se aiheuttaa hässäköitä ja penetroituu ihmisten elämään ilman vastuuta siitä, missä nämä käyvät vessassa tapahtumamme aikana ja ilman painetta siitä onko kahvitarjoilua. *Raatteentie On The Road* taistelee sitä vastaan, että taiteen yhteiskunnallinen merkitys uhkaa pienentyä taiteen eristäytyessä ihmisten arjesta omiin laitoksiinsa.

Raatteentie On The Road tuo mielenosoituksen, julkisen kansanjuhlan, esityksen ja mahdollisuuden vallankumoukseen keskelle kaupunkia, ihmisten pariin. *Raatteentie On The Road* on omistettu myös

niille, jotka eivät uskalla, halua tai joilla ei ole rahaa tulla teatteritaloon. *Raatteentie On The Road* alittaa riman, ottaa tilan sinullekin ja saattaa unohtua rillaamaan.

Raatteentien manifesti on kokonaisuudessaan luettavissa täältä: <http://raatteentieont-heroad.wordpress.com>

Esitystä ovat tukeneet Koneen Säätiö, Suomen Kulttuurirahasto ja Taiteen edistämiskeskus. Kiertueen mahdollistaa autovuokraamo AVIS.

Raatteentie On:

Piia Peltola, Paula Vesala, Hanna-Kaisa Tiainen, Asta Honkamaa, Kristiina Puukko, Johanna Puuperä, Venla Heinonen

The Road:

Rovaniemi 1.8., Oulu 2.8., Kokkola 3.8., Seinäjoki 4.8., Jyväskylä 5.8., Ylöjärvi 6.8., Tampere 6.8. ja 7.8., Pori 8.8., Turku 9.8., Helsinki 10.8.

KONEEN SÄÄTIÖ



LIITE 4

Raatteentien Vapaaehtoisarmeijan palautekyselyn kysymysrunko

Ikäsi ja sukupuolesi?

Millä paikkakunnalla/paikkakunnilla toimit Vapaaehtoisarmeijassa?

Mistä sait kuulla Vapaaehtoisarmeijasta?

Mikä sai sinut ilmoittautumaan mukaan?

Millainen kokemus oli, mitä odotit ja täyttyivätkö odotukset?

Koetko, että pääsit mukaan Raatteentie On The Road -yhteisöön?

Mikä sinulle jäi päällimmäisenä mieleen Vapaaehtoisarmeijassa toimimisesta?

Tähän voit kirjoittaa vapaan palautteen Raatteentie-työryhmälle.