

TAIDERYÖSTÖ

Pakopeli Riihimäen taidemuseossa



Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, kulttuuri- ja taidetoiminta hyvinvoinnin edistäjänä

Toukokuu 2018

Linda Majoinen

Sosionomi YAMK, Kulttuuri- ja taidetoiminta hyvinvoinnin edistäjänä
Visamäki

Tekijä Linda Majoinen **Vuosi** 2018

Työn nimi Taideryöstö, pakopeli Riihimäen taidemuseossa

TIIVISTELMÄ

Museoiden tulee tarjota mielekästä palvelua kaikenikäisille ja -taustaisille kävijöille. Tyypillinen taidemuseovierailija on 56-65-vuotias korkeakoulutettu nainen. Mitä nuoret aikuiset toivovat museovierailulta ja miten palveluja voidaan kehittää, jotta museo houkuttelisi kävijöikseen enemmän nuoria aikuisia?

Opinnäytetyö on toiminnallinen työelämän kehittämistyö, jonka tavoitteena on Riihimäen taidemuseon toiminnan kehittäminen, yleisöpohjan laajentaminen ja sisällön tuotteistaminen. Tavoitteet laadittiin yhdessä taidemuseon henkilökunnan kanssa.

Aluksi Riihimäen taidemuseon henkilökunta täytti Museoviraston arviointi- ja kehittämiskyselyn, jonka avulla muodostettiin kokonaiskuva taidemuseon toiminnasta ja kehitettävistä kohteista. Vastauksia analysoitiin ryhmäkeskustelussa henkilökunnan kanssa. Taidemuseo halusi käyttöönsä uuden palvelun, joka houkuttelisi kävijöiksi erityisesti nuoria aikuisia. Keskustelujen perusteella syntyi idea taidemuseovierailun pelillistamisestä, pakopelin järjestämisestä museossa.

Pakopelin suunnittelussa ja toteutuksessa käytettiin kokeilemalla kehittämistä ja co-designia. Peliä testattiin neljästi ja jokaiselta testipelaajalta kerättiin palaute. Menetelminä käytettiin taustakyselyä, varjostusta, valokuvausta ja avointa haastattelua. Kerätyn palautteen avulla peliä kehitettiin seuraavaa kokeilua ja lopullista palvelua kohti.

Lopputuloksena syntyi nuorille aikuisille suunnattu toiminnallinen palvelu. Pakopeli on uusi tapa esitellä näyttelyä ja aktivoida kävijä taiteen tutkimiseen ja kokemiseen. Nuoret aikuiset ovat kiinnostuneita korkeakulttuurista, mutta vaativat samalla viihtymistä.

Avainsanat Pakopeli, kokeilemalla kehittäminen, nuoret aikuiset, taidemuseo

Sivut 85 sivua, joista liitteitä 3 sivua

Master of Social Services, Degree Programme in Promoting Wellbeing Through Culture and Art Activities
Visamäki

Author Linda Majoinen **Year** 2018

Subject Art robbery, escape room at Riihimäki art museum

ABSTRACT

This thesis focuses on functional development of working life. The objective is to improve activity, increase audience and productize exhibit content for the Riihimäki art museum. The goals were set together with the museum personnel.

Museums must offer services to people of all age and background. A typical art museum visitor is a highly educated woman aged between 56 and 65. What would millennials hope of art museum visits? How can we develop services so that they would be more attracted to museums?

At the beginning of the process Riihimäki art museums personnel filled out the Finnish Heritage Agency's development and evaluation form, which provided a general view to the museums activity level and possible development of the forthcoming attractions. The answers were analyzed with the personnel in a group discussion. Riihimäki art museum wanted a new service, that was especially designed to attract millennials. This led to an idea of making the visit feel more game-like. The idea was brought to life by organizing an escape room within the museum.

Methods of co-designing and development through testing were used on the design and executions of the escape room. The game was tested four times and each time players were asked for feedback. In addition, the players were tested with background inquiries, shadowing, photography and open interviews. The game was revised through all feedback to achieve its final form as a service.

The result is a functional service designed mainly for the millennials. The escape room is a new way to experience art exhibits and activate visitors to explore and experience art. The millennials are interested in high culture, but they want to be entertained at the same time.

Keywords Escape room, development through testing, millennials, art museum

Pages 85 pages including appendices 3 pages

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	KEHITTÄMISTYÖN LÄHTÖKOHTIA.....	2
2.1	Museot muutoksessa	3
2.2	Riihimäen taidemuseo	6
3	MUSEOIDEN ARVIOINTI- JA KEHITTÄMISMALLI	8
3.1	Yhteisöt, verkostot, asiakkaat ja yleisöt.....	9
3.2	Osaaminen ja toimintatavat.....	11
3.3	Museo tänään	13
3.4	Pitkän tähtäimen museo	14
3.5	Yhteenvedo	16
4	NUORET AIKUISET TAIDEMUSEOSSA.....	18
4.1	Suomen käsityö museo: nuoret museoon-projekti	19
4.2	Nuoret Joensuun taidemuseon kohderyhmänä	22
4.3	Mieskato museoissa	24
4.4	Yhteenvedo	26
5	UUSIA PALVELUJA NUORILLE AIKUISILLE, PAKOPELI MUSEOSSA.....	28
5.1	Pakopeli.....	29
5.2	Pakopelit museoissa.....	35
5.3	Pakopeli suunnittelusta.....	36
6	KEHITTÄMINEN KOKEILLEN	41
6.1	Riihimäen taidemuseon pakopeli: taideryöstö	44
6.2	Testiryhmät	52
6.2.1	Ensimmäinen testiryhmä.....	57
6.2.2	Toinen testiryhmä: kokeilu taidemuseon henkilökunnalle	59
6.2.3	Kolmas testiryhmä: kokeilu miehille	61
6.2.4	Neljäs testiryhmä.....	64
6.3	Jatkokehitys.....	68
7	KEHITTÄMISTYÖN LUOTETTAVUUS.....	71
8	ARVIOINTIA JA POHDINTAA.....	73
	LÄHTEET.....	78

Liitteet

Liite 1	Haastattelurunko testiryhmille
Liite 2	Peliohjeet henkilökunnalle
Liite 3	Vastuuvapaussitoumus ja käyttöehdot

1 JOHDANTO

Viime vuosikymmeninä museot ovat joutuneet arvioimaan uudestaan suhteensa ympäröivään yhteiskuntaan. Museoissa pohditaan yhä huolellisemmin, keitä varten ja miksi ne ovat olemassa. Museoiden valitsemat toimintatavat, eri ikäpolvien ja väestöryhmien ideologiat ja yhteiskuntakäsitykset, sekä museoihin kohdistetut odotukset ja tarpeet ovat muuttuneet ja vaihtelevat suuresti. Taustalla ovat elämäntapojen ja arvostusten muutokset sekä kävijöiden kulttuuristen arvojen ja ideologioiden uusjako. (Arkio 2008, 16.)

Useimmat museot perustavat toimintansa aktiiviseen yleisösuhteeseen, sosiaaliseen verkostoitumiseen ja kanssakäymiseen sekä yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen yleisön ja ympäröivän yhteiskunnan välillä. Museot haluavat olla avoimia kohtauspaikkoja ja tiloja, mutta samanaikaisesti kulttuuriperinnön esittäjiä ja tallentajia. (Arkio 2008, 16.)

Suomen museoliitto on tutkinut järjestelmällisesti museoiden kävijöitä vuodesta 1982 (Taivassalo & Levä 2012, 4). Vuoden 2011 -tutkimuksessa (Taivassalo & Levä 2012, 24) todetaan, että kävijöiden odotukset museovierailulle olivat elämys, tieto ja viihtyminen, kun järjestys kymmenen vuotta sitten oli tieto, viihtyminen ja elämys. Museokävijöiden enemmistö oli vuonna 2002 ikäluokassa 25-44-vuotiaat, kun nyt enemmistö kävijöistä on 46-65-vuotiaita (Taivassalo & Levä 2012, 24). Suurimman ikäluokan taidemuseovierailijoista muodostaa 56-65 -vuotiaat. Kävijöistä 68% on naisia, joka on 6 prosenttia enemmän kuin museoissa keskimäärin. (Taivassalo & Levä 2012, 16.)

Tässä opinnäytetyössä käsitellään museoiden yleisösuhdetta nuoriin aikuisiin. Työssä tarkastellaan eri tutkimusten kautta, miksei taidemuseo houkuttele kävijöikseen enemmän nuoria aikuisia ja miten palveluja voidaan kehittää vastaamaan nuorten aikuisten toiveita museovierailusta.

Tavoitteena on Riihimäen taidemuseon yleisöpohjan laajentaminen, toiminnan kehittäminen ja sisällön tuotteistaminen. Riihimäen taidemuseo haluaa tarjota kaikenikäisille kävijöille elämyksellisiä palveluita, jotka ovat toiminnallisia ja osallistavia. Tästä lähtökohdasta aloitettiin kehittämistyö, jonka kohdeyleisöksi valikoitui nuoret aikuiset. Työn tuloksena syntyi idea näyttelyopastuksen pelillistämisestä, pakopelistä taidemuseossa.

2 KEHITTÄMISTYÖN LÄHTÖKOHTIA

Opinnäytetyöllä on kolme tavoitetta: Riihimäen taidemuseon toiminnan kehittäminen, yleisöpohjan laajentaminen ja sisällön tuotteistaminen. Tavoitteet laadittiin yhdessä taidemuseon henkilökunnan kanssa.

Ensimmäiseksi Riihimäen taidemuseon henkilökunta täytti museoiden arviointi- ja kehittämiskyselyn, jotta saatiin kokonaiskuva taidemuseon toiminnasta ja mahdollisista kehitettävistä kohteista. Kyselyn vastaukset avattiin ja analysoitiin ryhmäkeskustelussa taidemuseon henkilökunnan kanssa. Keskustelussa syntyi idea erilaisista palvelupaketeista. Palvelun tilaaja ostaa opastetun kierroksen taidemuseossa ja valitsee erilaisista teemoista opastuksen sisällön. Kierrokseen voi yhdistää myös toiminnallisen osuuden, kuten esimerkiksi työpajan, ruokailua, kokouksia.

Keskustelun edetessä idea kehittyi. Keskiössä oli toive erilaisesta palvelusta jota aikaisemmin ei oltu kokeiltu, mikä houkuttelisi taidemuseoon vierailijoiksi erityisesti nuoria aikuisia. Näin syntyi ajatus näyttelykierroksen pelillistämisestä, pakopelistä taidemuseossa.

Digitaalinen pelaaminen on merkittävä osa tämän päivän yhteiskuntaa ja kulttuuria. Pelejä pelaavat kaikenikäiset, kaikkialla ja kaiken aikaa. Pelejä ja pelillisyyttä valjastetaan yhä useammin niin liikunnan, opetuksen, kuin taiteenkin käyttöön. Peliteollisuudesta povataan yhä enemmän suomalaisen talouden veturia. Pelit ja sosiaalinen media ovat syrjäyttäneet vanhemmille tutumman television lasten ja nuorten ajanvietteenä. (Harviainen, Meriläinen & Tossavainen 2013, 10.)

Jotta palvelu houkuttelisi lisää aikuisia taidemuseoon, oli ensin selvitetävä mitä nuoret aikuiset toivovat museovierailulta ja miksi he eivät käy museoissa. Nuorilla aikuisilla tarkoitetaan tässä kehittämistyössä noin 18-35-vuotiaita ja aikuisilla 35-50-vuotiaita kävijöitä. Näin saatiin linjauksia kehittämistyölle, mitä uuden palvelun pitää sisältää ja mitkä seikat vaikuttavat sen käytettävyyteen ja houkuttelevuuteen.

Pakopelin suunnittelussa höydynnettiin allekirjoittaneen omaa kokemusta, internetistä löytyviä lähteitä, Adam Claren (2015) opasta *Escape the game. How to make puzzle and escape rooms*, sekä Scott Nicholsonin (2015) tutkimusta *Peeking behind the locked door: A survey of escape room facilities*. Lisäksi suunnittelussa ja toteutuksessa käytettiin kokeilemalla kehittämistä ja co-designia testaamalla peliä erilaisilla ryhmillä. Testiryhmiltä kerättiin palaute ja palautteenkeruumenetelminä käytettiin avointa haastattelua, varjostusta, valokuvaamista ja fiilissykettä. Pelaajien palautteet analysoitiin ja käytettiin pelin kehittämiseen.

Opinnäytetyö on toiminnallinen työelämän kehittämistyö, joka tavoittelee käytännön toiminnan kehittämistä, ohjeistamista, järjestämistä ja tehostamista. Tavoitteellisuus on kehittämisen keskeinen elementti. Muutos voi tapahtua työnteon tavassa tai menetelmissä, rakenteissa tai prosesseissa. Kehittäminen on palvelu- ja tuotekehitystä. (Rantamaa 2016.)

Avainkäsitteitä ovat kehittäen kokeilu, pakopeli, nuoret aikuiset, taidemuseo. Lopputuloksena syntyy uusi palvelu, pakopeli, joka on erityisesti suunniteltu houkuttelemaan nuoria aikuisia museovierailijoiksi.

Aluksi selvitettiin mitä Riihimäen taidemuseo haluaa kehittää toiminnassaan ja millaiset tavoitteet kehittämistyölle asetetaan. Näiden vastauksien perusteella kehittämistyön tavoitteeksi tuli uuden palvelun tuottaminen taidemuseoon kohderyhmänä nuoret aikuiset. Lopuksi tarkasteltiin vastaako palvelu Riihimäen taidemuseon kanssa yhteisesti asetettuja kehittämistavoitteita sekä nuorten aikuisten toiveita museovierailusta.

2.1 Museot muutoksessa

Vuoden 2016 museoalan teemapäivien otsikko oli "Tulevaisuus. Nyt". Päivillä keskusteltiin, miten museot tällä hetkellä osallistuvat tulevaisuuden rakentamiseen ja mikä rooli museoilla on moninaistuvassa yhteiskunnassa. Pohdinnan alla on myös se, miten museoissa saadaan tilaa uudelle tekemiselle. (Museoalan teemapäivät 16.9.2016.)

Museot ovat kaikkialla astuneet muutoksen aikaan ja ne eivät ole enää niinkään esinekeskeisiä, vaan ihmiskeskeisiä. Painopiste on siirtynyt kävijöihin, joiden tarpeet ja toiveet ovat kaiken toiminnan keskiössä. Toiminta ei ole enää sidoksissa museon omistamiin esineisiin, vaan se on yksilön ja yhteiskunnan välinen prosessi. Siinä yleisö ja henkilökunta ovat rinnakkaisia toimijoita. (Levanto & Petterson 2004, 7.)

Museon vuorovaikutteinen tehtävä on katsottu niin tärkeäksi, että sillä on sija myös museolaissa. Museon yhtenä tehtävänä on kulttuuri- ja luonnonperintöä koskevan tiedon saavutettavuuden edistäminen. Tämä tapahtuu harjoittamalla siihen liittyvää opetusta ja tiedonvälitystä, sekä näyttely- ja julkaisutoimintaa. Työhön sisältyy myös suhdetoiminta, markkinointi ja yleisöpalvelu. Näistä toiminnoista voidaan käyttää yhteistä nimitystä museokommunikaatio. (Malmisalo-Lensu & Mäkinen 2007, 295-296.)

Museohenkilökunnan tulee hallita perinteisen museotyön rinnalla yhä enemmän markkinointia, tietojenkäsittelyä ja pedagogiikkaa. Toiminnassa korostuu lisäksi palveluosaaminen ja kulttuurillinen lukutaito. Suurissa yksiköissä voidaan erikoistua, mutta valtaosa ammatillisista museoista on varsin pieniä. Tällöin korostuu henkilökunnan monitaitoisuus. Tulevaisuuden museolta edellytetään, että se tuntee yleisönsä ja toimii aktiivisesti yhteiskunnassa. (Museo oppimisympäristönä 2004, 163-169.)

Museotyön sisällöllisen kehittämisen rinnalla on viime vuosina yhä vahvemmin korostunut tarve kehittää museoita organisaatioina. Muuttuvassa yhteiskunnassa pärjäävät vain muutoksen hyväksyvät ja sitä hyödyntävät. Menestyjät vievät rohkeasti strategista suunnittelua ja johtamisosaamista eteenpäin. Museot pitävät kiinni myös entisistä toimintatavoista ja monissa museoissa olo tuntuukin uupuneelta. Voimavarat hajoavat moneen suuntaan ja jatkuvan säästämisen, vanhoissa toimintamalleissa pitäytymisen ja asiakkaiden kasvavien odotusten yhtälö on kestämaton. (Teräs & Teräsvirta 2013, 6.)

Pelkästään toimintaa tehostamalla ei pystytä vastaamaan nykypäivän vaatimuksiin, vaan tarvitaan kokonaisvaltaisempaa toiminnan uudelleen tarkastelua. Tuttua tekemistä on helppo jatkaa tottumukselta liian pitkään ja museoiden on kyettävä uudelleen lunastamaan paikkansa yhteiskunnassa. Palveluille on saatava aitoa vaikuttavuutta, ja yhteiskunnallisen hyödyn on oltava selkeästi näkyvää ja ymmärrettävää kaikille. (Teräs & Teräsvirta 2013, 6.)

Keskiössä on museoiden välittämä sisältö ja museoiden suhde yleisöihinsä. Museot tarjoavat mahdollisuuden löytöretkeillä ajan kerrostumissa, jäsennää tietoa ja tyydyttää uteliaisuutta. Niin kauan, kun museot koskettavat ihmistä, niillä on tulevaisuus kollektiivisena muistina ja yhteisenä kokemusalueena. (Petterson 2009, 42.) Museot ovat oppimisympäristöjä, joilla on ollut tärkeä rooli ihmiskuntamme kollektiivisen muistin ja sivistyksen edistäjinä. Museo fyysisenä oppimisympäristönä on tärkeä hyvinvoinnin ja elämyksellisyyden lähde. Museo mahdollistaa yhteisöllisen tiedon ja sosiaalisen yhteenkuuluvuuden. (Kumpulainen, Lipponen & Krokfors 2012, 13.)

Museoiden on itse ymmärrettävä muutostekijöiden tärkeys. On otettava vastaan ajan haasteet: museoiden kehittäminen tulevaisuutta varten on museoiden tehtävä. Tulevaisuuden museo on avoin, ulospäin suuntautunut osa yhteisöään. Pääosissa on ihminen. Toivottuun tulevaisuuden tilaan museot eivät kuitenkaan pääse yhdellä harppauksella. Sitä kohti on edetävä vaihe vaiheelta. (Huopainen 2000, 27-31.)

Kai Lehikoisen ja Elisa Vanhasen raportissa Taide ja hyvinvointi, katsauksia kansainväliseen tutkimukseen (2017, 2) todetaan että taiteen hyvinvointivaikutuksia ei ole olemassa ilman taiteen kohtaamisessa syntyvää syvää taidekokemusta. Sellaisen kokemuksen syntyminen ei ole mitenkään itsestään selvää, vaan riippuu olennaisesti siitä, minkälaisilla järjestelyillä taidekokemuksia ja siten myös oppimista taiteissa saadaan aikaan. Kyse on ennen kaikkea taiteen saavutettavuudesta eli siitä, miten ihmiset pääsevät yhdenvertaisesti osallisiksi taiteista. Taiteilijoilta, taidepedagogeilta ja taiteen organisaatioilta tämä edellyttää taidekasvatusosaamisen lisäksi ymmärrystä yhteiskunnallisesti vastuullisesta toiminnasta, joka purkaa eriarvoisuuden mekanismeja ja on mukaansa ottavaa. Taiteisiin osallistuminen

voidaankin nähdä osana kulttuuristen perusoikeuksien ja hyvinvoinnin toteutumista, hyvää elämänlaatua ja elinikäistä oppimista.

Salovaara (2004, 67-70) käsittelee artikkelissaan laajasti saavutettavuuden käsitettä ja kulttuuripalvelujen yhteydessä se on varsin laaja-alainen. Kun museoiden eri toimintoja pyritään tekemään saavutettaviksi, puhutaan kaikille suunnittelusta tai englanniksi *universal design* tai *desing for all*. Kaikille suunnittelu pyrkii siihen, että sama ratkaisu toimii mahdollisimman monille ihmisille. Kun ympäristö, tuote ja palvelu rakennetaan alusta pitäen sopivaksi myös esimerkiksi toimimisesteisille, vältetään erillISRatkaisuilta ja päästään edullisemmin hyvään lopputulokseen.

Museoiden saavutettavuuden tarkastelu liittyy yleisösuhteisiin ja keskeistä on, miten tämä mielletään tehtäväkentässä. Huomiota tulisi kiinnittää siihen, miten museossa otetaan vastaan ja kohdataan siellä käyvät ihmiset. Asiaa tulee tarkastella myös toisinpäin: miten museon ulkopuolella hahmotetaan museoiden rooli yhteiskunnallisena toimijana. Pohjimmillaan kyse on museon tarjoamien sisältöjen ja toimintojen saattamisesta kävijöiden ulottuville. (Salovaara 2004, 66-67.)

Saavutettavuuden parantaminen ei välttämättä vaadi erillisiä taloudellisia resursseja. Kunhan löydetään paremmin yleisöä palveleva tapa toimia, on uudistuksia, jotka voidaan toteuttaa pelkästään toimintatapaa muuttamalla. Sellainen palvelukulttuuri ja henkilökunnan asennoituminen lisää saavutettavuutta, jossa museon asiakkaat nähdään kumppaneina, joiden kanssa kommunikoidaan. Jos yleisö nähdään vaan kohteena, ei päästä aitoon asiakaslähtöisyyteen ja hyvään saavutettavuuteen ja toiminnasta puuttuu vastavuoroisuus. (Salovaara 2004, 72-74.)

On lähdeittävä kartoittamaan ja kehittämään omia valmiuksia, jotta museossa tiedettäisiin mahdollisimman paljon omien ratkaisujen sopivuudesta erilaisille yleisöille. Saavutettavuuden edistämiseen on kolme vaihetta. Ensin täytyy tunnistaa ja poistaa niitä konkreettisia esteitä, jotka estävät ihmisiä tulemasta museoon. Tämän jälkeen on tarkoituksenmukaista edelleen kehittää vuorovaikutusta ja yhteistyötä eri yleisöryhmien kanssa. Kolmannen vaiheeseen on päästy, kun museon rooli yhteiskunnallista tasarvoa edistävänä toimijana on aktiivinen. Tällöin fyysiset ja henkiset kynnykset museossa käymiseen ovat matalat ja museolla on luonteva osa ympäröivän yhteisön toiminnoissa. Elävästi kommunikoiva museo ottaa paikansa yhteiskunnassa tavalla, joka on kaukana siitä elitistisestä jäänteestä entisiltä ajoilta, jolloin museoiden kokoelmien ovet aukenivat vain harvoille ja niitä pääsivät ihailemaan vain valitut. (Salovaara 2004, 71-72.)

Museoiden tulee suunnitella tarjoamansa palvelut hyvin. Tarvitaan yhteissuunnittelua, joissa esimerkiksi koulumaailmassa opettaja edustaa palvelujen käyttäjää. Hän tietää tarpeet ja realistiset mahdollisuudet. Näyttelyjen rakentaminen yleisöä kiinnostavaksi saa myös uusia piirteitä, kun mielipiteitä kysytään jo etukäteen tulevien kävijöiden edustajalta. Tällaiseen

työhön osallistuminen kiinnostaa monia opettajia ja pienempien koululaisien tuettua kerhotoimintaa voi järjestää myös museoissa. (Museo oppimisympäristönä 2004, 164.)

Taiteisiin osallistumisen yhdenvertainen saavutettavuus ja siitä syntyvät hyvinvointivaikutukset ovat tärkeitä inhimillisyyden kannalta, mutta toki niillä on myös taloudellista merkitystä. Talousvaikutuksia, joita syntyy taiteisiin osallistumisen synnyttämästä hyvinvoinnista eli kulttuurihyvinvoinnista, on mahdollista laskea muun muassa terveydenhuollon ja sosiaalipalveluiden kustannussäästöinä ja kansantalouden tuottavuutena. (Lehikoinen & Vanhanen 2017, 2.) Saavutettavuus tarkoittaa parempaa käyttökokemusta, joka tuo enemmän käyttäjiä, joka tuo lisää tuottoja. Design for all on pitkän tähtäimen satsaus, joka kannattaa. (Hermunen & Mutanen 2009, 83.)

2.2 Riihimäen taidemuseo

Pentti Wähäjärvi oli tunnettu helsinkiläinen taide- ja antiikkikauppias, joka lahjoitti yhdessä vaimonsa Tatjana Wähäjärven kanssa mittavan taidekokoelmansa Riihimäen kaupungille vuonna 1993 (Riihimäen taidemuseo: Wähäjärven kokoelma 1996, 6). Taidelahjoituksen seurauksena perustettiin Riihimäen taidemuseo vuonna 1994. Timo Simanainen, joka toimi Riihimäen taidemuseon intendenttinä vuonna 1996, näki taidemuseon filosofisena tehtävänä Wähäjärven suuren ja arvokkaan elämäntyön jatkamisen. Museolla oli tavoitteena myös kasvatuksellinen tehtävä: avata ihmisille mahdollisuus perehtyä taidemaailmaan. (Riihimäen taidemuseo: Wähäjärven kokoelma 1996, 6-7.)

Riihimäen taidemuseon kansallisesti merkittävään ja arvokkaaseen kokoelmaan kuuluu runsaat 2000 taideteosta ja esinettä. Pääosa on suomalaista kuvataidetta 1900-luvun alusta. Lisäksi kokoelmiin kuuluu antiikkiesineitä, joista suurin osa on kiinalaista keramiikkaa sekä venäläisiä ikoneja ja posliinia. (Vuorinen-Parm 2018.) Wähäjärven kokoelmassa on muun muassa 35 Helene Schjerfbeckin teosta (Vuorinen 2004, 7).

Riihimäen taidemuseon tilat sijaitsevat keskustassa. Taidemuseo on jaettu kolmeen kerrokseen ja näyttelytilat on rytmitetty keskushallin ympärille kahteen kerrokseen niin, että syntyy johdonmukainen kulkusuunta. (Riihimäen taidemuseo: Wähäjärven kokoelma 1996, 13.) Riihimäen taidemuseo kuuluu Riihimäen kaupungin museot -yksikköön ja on osa Riihimäen kaupungin kulttuuri- ja hyvinvointipalveluita (Riihimäen taidemuseon henkilökunta n.d).

Erilaisten vaihtuvien näyttelyiden lisäksi Riihimäen taidemuseolla on pysyvästi esillä Helene Schjerfbeck -huone sekä aasialaisista esineistä, buddhalaisista ja taolaisista veistoksista, hautauhreista ja -astioista koostuva pysyvä pienoisenäyttely. Helene Schjerfbeck -huoneen vaihtuvassa kokonai-

suudessa on Riihimäen taidemuseon Tatjana ja Pentti Wähäjärven kokoelmaan kuuluvia arvokkaita Helene Schjerfbeckin (1862–1946) teoksia. Kaikkiaan kokoelmaan kuuluu 35 Schjerfbeckin teoksen kokonaisuus, joka koostuvat öljyvärimaalauksista, akvarelli- ja guassitöistä, sekä piirustuksista ja litografioista. (Helene Schjerfbeck taidemuseon kokoelmassa 2017.)

Buddhalaisista ja taolaisista veistoksista, hautauhreista ja -astioista koostuva pysyvä pienoisenäyttely tarjoaa arvoituksia ja yllätyksiä kiinalaisesta maailmankuvasta ennen ja nyt. Esineet kertovat tarinoita tapakulttuurista, uskomuksista ja myös yhteyksistä maailmaan Keskustan valtakunnan ulkopuolella. (Kiina-pienosenäyttely n.d.) Pentti Wähjärvi rakensi kokoelmaansa rakkaudesta kauniita ja mielenkiintoisia esineitä kohtaan ja Kiina-kokoelmana tunnetussa kokonaisuudessa on esineistöä myös Japanista ja esimerkiksi Persiasta. Kokoelma sisältää jännittäviä, kiinalaisesta hautaus-tavoista kertovia rituaaliesineitä kuin eurooppalaiselle yleisölle tuotettuja, 1700–1800-luvuilla muodikkaita posliiniasioidia, joiden koristelussa itä kohtaa lännen. (Kiina-pienosenäyttely n.d.)

Taidemuseossa on näyttelyiden lisäksi taidekasvatustoimintaa ja paljon erilaisia tapahtumia ja tilaisuuksia, kuten esimerkiksi konsertteja, luentoja ja työpajoja. Ohjelmaa on kaikenikäisille kävijöille, kuten ikäihmisten tarinatuokioita ja värikylpyjä vauvoille. Lisäksi taidemuseon tehtäviin kuuluu kokoelmanhoito ja tutkimustyö. Taidemuseo tekee säännöllisesti yhteistyötä koulujen ja päiväkotien kanssa. (Vuorinen-Parm 2018.)

Taidemuseolla on museokauppa Helene ja lasten oma työpajahuone Lasten TaideApaja. Lasten TaideApajassa voi tehdä omatoimisesti pieniä taide- ja askartelutehtäviä ohjeiden tai oman inspiraation mukaan. Askartelumaan voi tulla taidemuseon aukioloaikoina pääsylipun hinnalla. Taidemuseoon on vapaapääsy alle 7-vuotiaille lapsille ja perjantaisin kaikille kävijöille klo 14.00–17.00. (Lasten TaideApaja n.d.)

Riihimäen Taidemuseon Ystävät ry toimii yhteistyössä Riihimäen taidemuseon kanssa. Yhdistyksen tarkoituksena on luoda nostetta kuvataiteelle tekemällä taidemuseon toimintaa edistäviä ja tukevia aloitteita, harjoittamalla tiedotustoimintaa järjestämällä keskustelutilaisuuksia, esitelmää, luentoja, seminaareja, tapahtumia ja tutustumiskäyntejä. Yhdistys pyrkii edistämään taiteen tutkimusta ja koulutusta. (Riihimäen Taidemuseon Ystävät 2017.)

Lisäksi tavoitteena on toimia yhteistyössä muiden taide- ja erityismuseoiden tukiyhdistysten kanssa. Yhdistys järjestää jäsenilleen vierailuja taidenäyttelyihin ja erilaisiin kulttuuritilaisuuksiin sekä tutustumismatkoja kulttuurikohteisiin. (Riihimäen Taidemuseon Ystävät 2017.)

3 MUSEOIDEN ARVIOINTI- JA KEHITTÄMISMALLI

Kehittämistyö käynnistyi Museoviraston museoiden arviointi- ja kehittämiskyselyllä. Kysely sopi projektin aloittamiseen, koska se on suunniteltu erityisesti museon toiminnan kehittämiseen. Mallin avulla museo voi tunnistaa omia vahvuuksiaan ja kehittämispainopisteitä sekä tarkastella toimintaansa tavoitteellisuuden ja vaikuttavuuden näkökulmista. Lisäksi arviointimalli painottaa asiakkuuksien, toimintaympäristön ja yhteisöjen sekä museon oman osaamisen ja sisältöjen merkitystä menestyksekkään toimintakonseptin kehittämisessä. (Museoalan kehittäminen, museoiden arviointi- ja vertaiskehittäminen n.d.)

Toiminnan suunnittelemisessa ja kehittämisessä keskeisessä roolissa ovat museoita ympäröivät ihmiset ja toimijat ja tärkeää onkin tiedostaa, mitä museo haluaa palveluillaan tavoittaa. Keille ja keiden kanssa palveluita suunnitellaan ja toteutetaan, jotta saadaan aikaan tavoiteltuja vaikutuksia? Haluttu vaikuttavuus saavutetaan harvoin yksin ja vuorovaikutus ja yhteistyö synnyttävät parhaillaan entistä parempia palveluita. (Museoiden kehittäminen, museoiden arviointi- ja vertaiskehittäminen n.d.)

Keskeistä on määritellä mitä museon asiakkaat ja yleisöt ovat. Asiakkaiden ja yleisöjen rinnalla voidaan myös tarkastella yhteisöjä. Museon yhteisöjä ovat ne, joiden kanssa ja osana museo toimii. Olennaista on myös tarkastella, ketkä muodostavat potentiaalisia uusia asiakas- ja yleisöryhmiä suhteessa museon tavoitteisiin. Asiakkaiden ryhmittely, asiakastiedon monipuolinen kerääminen ja hyödyntäminen sekä asiakkaiden näkeminen kehittämisen kumppaneina ovat mahdollisuuksia parempien palvelujen kehittämiseen. (Museoiden kehittäminen, museoiden arviointi- ja vertaiskehittämien n.d.)

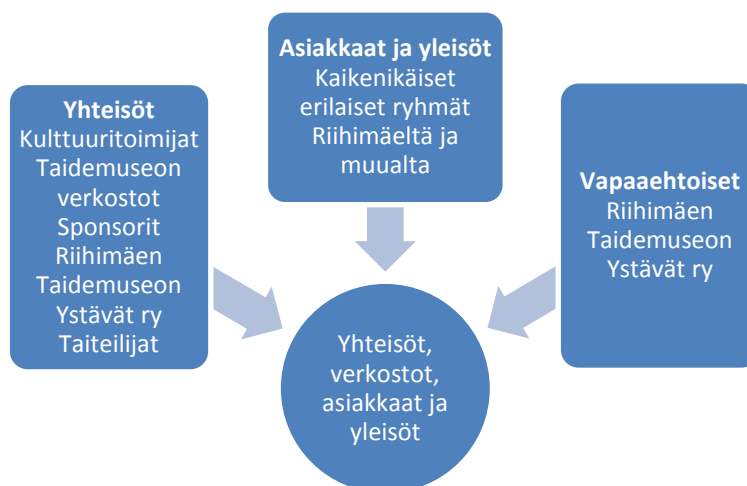


Kuva 1. Museoiden arviointi- ja kehittämismallin osa-alueet (Museoiden kehittäminen, museoiden arviointi- vertaiskehittäminen n.d.)

Museoiden arviointi ja kehittämismallissa on kuusi kokonaisuutta: voimavarat, toimintaympäristö ja tavoitteet, yhteisöt, verkostot ja asiakkaat, osaaminen ja toimintatavat, museo tänään ja pitkän tähtäimen museo. Malli sisältää avoimia kysymyksiä, toisiin vastataan asteikolla 1-5. Asteikkona käytetty 1= vähiten, huonoin, 5=eniten, paras. (Museoarviointi 2016.) Kysymyksiin vastasi taidemuseon vakituinen henkilökunta, intendentti, amanuenssi, museoassistentti ja -sihteeri ja virastomestari (5 henkilöä).

3.1 Yhteisöt, verkostot, asiakkaat ja yleisöt

Riihimäen taidemuseo nimeää kyselyssä verkostoikseen ja yhteisöikseen kulttuuritoimijat Riihimäellä ja muualla, taidemuseon verkostot, sponsorit, Riihimäen Taidemuseon Ystävät ry:n, paikalliset ja valtakunnalliset taiteilijat, kuvataiteeseen liittyvät yhdistykset, koulut päiväkodit ja päivätoimintakeskukset. Yhteisölliseen toimintaan taidemuseo oli kirjannut pyrkimyksen toimia yhteistyössä edellä mainittujen tahojen kanssa.



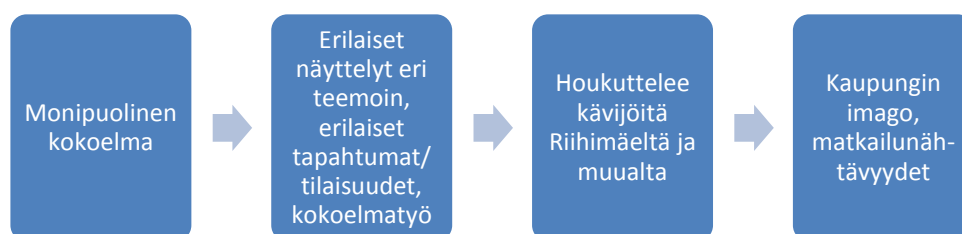
Kuva 1. Yhteisöt, verkostot, asiakkaat ja yleisöt (Museoarviointi 2016.)

Taidemuseo on arvioinut ja määritellyt roolejaan yhteisössään hyvin ja on rakentanut aktiivisesti yhteyksiä, vuorovaikutusta ja luottamusta yhteisöihinsä (4). Museo etsii aktiivisesti uusia kumppanuuksia (5) ja hyödyntää henkilöstönsä verkostoja (3).

Asiakkaiksi ja yleisöksi taidemuseo nimeää riihimäkeläiset ja asiakkaat muualta Suomesta sekä kaikenikäiset kohderyhmät kuten koululaiset ja taiteesta kiinnostuneet eläkeläiset. Taidemuseo haluaisi asiakkaakseen enemmän nuoria aikuisia (noin 16-25-vuotta) sekä miehiä ja aikuisia (30-50-vuotta). Asiakkaiden ja yleisöjen rooli toiminnan ja palvelujen kehittämisessä tulee asiakaspalvelun kautta. Taidemuseo muokkaa tarvittaessa palvelujaan palautteen mukaan (suora asiakaspalaute, asiakaspalautekysely) ja ottaa sen suunnittelussa huomioon.

Taidemuseo on tunnistanut keskeiset asiakasryhmänsä hyvin ja kehittää palveluitaan asiakastietoon ja ymmärrykseen perustuen (5). Taidemuseo on rakentanut toimivat yhteydet asiakkaisiinsa ja analysoi ja seuraa asiakastytyvyyttä (4). Vapaaehtoistoimintaan taidemuseo ei ole tutustunut lukuun ottamatta Riihimäen Taidemuseon Ystävät ry:n hallituksen jäsenten panosta.

Suurimmaksi voimavarakseen taidemuseo nimeää kokoelmansa. Riihimäen taidemuseon kokoelmasta uutisoitiin jo ensimmäisen lahjoituserän tultua: Riihimäestä tuli kuvataidekaupunki. Kokoelmat toimivat museon voimavaran siten, että sieltä on helppo koostaa erilaisia näyttelyitä erilaisilla teemoilla. Kokoelmat sisältävät useita 1500-luvun alun merkittäviä töitä, jotka ovat taidehistorian kulmakiviä. Kokoelma houkuttelee kävijöitä ja on monipuolinen, se sisältää sekä antiikkia että taidetta. Kokoelman merkittävydestä kertoo myös yleinen kiinnostus kokoelmaa kohtaan, sitä käytetään tutkimuksissa ja teos- ja kuvalainoissa.



Kuva 2. Kokoelma voimavarana

Kokoelmaprosesseja pyritään parantamaan koko ajan ja parannusta on jo nyt tapahtunut digitointi-, konservointi- ja sijaintiprosesseissa sekä varastointiolosuhteissa ja niiden seurannassa. Lainoja muihin museoihin pyydetään enemmän kuin omat resurssit riittävät.

Kokoelmat linkittyvät taidemuseon muihin toimintoihin ja tukevat palvelutuotanto siten, että esillä on melkein jatkuvasti omasta kokoelmasta koostettuja näyttelyjä. Kokoelman ja sen lahjoittajan, Pentti Wähäjärven esittely selittää sen, miksi Riihimäellä on taidemuseo. Se on selitys taidemuseon synnylle ja olemassaololle. Kokoelmasta löytyy virikkeitä niin työpa-joihin kuin tapahtumiin. Ne tukevat vaihtuvia nykytaidenäyttelyitä. Teoskuvia lainataan ja ostetaan julkaisuihin ja tutkimuksiin. Kokoelman myötä taidemuseo houkuttelee myös tilaisuuksien järjestäjiä.

Taidemuseo tuntee omat kokoelmansa ja kokoelmahistoriansa hyvin (4) ja kokoelma tukee taidemuseon profiilia ja identiteettiä. Taidemuseolla on vahva kokoelmapolitiikka, joka määrittelee kokoelmien priorisoinnin ja

poistopolitiikan (5). Priorisoitujen kokoelmien hoidon taso on hyvä (4). Kokoelmien kartunta on perusteltua suhteessa taidemuseon sisällöllisiin painopisteisiin ja alan yhteisiin linjauksiin, esimerkiksi valtakunnalliseen tallennustyönjakoon (5). Taidemuseon kokoelmaprosessit ovat toimivia ja sujuvia. Luettelointia ja digitointia tehdään tavoitteellisesti sekä määrän että laadun näkökulmasta (vrt. alan standardit (5)). Kokoelman käyttö on aktiivista ja helppoa (4). Taidemuseon kokoelmia koskevissa suunnitelmissa ja ratkaisuisa kestävän kehityksen näkökulmalla on suuri painoarvo (5).

Kysymykseen miten taidemuseossa huolehditaan museon sisältöihin ja toimintaan liittyvän tiedon hallinnasta, saavutettavuudesta ja käytettävyydestä, taidemuseo vastasi: kokoelmahallintaohjelmaan päivitetään uutta tietoa, julkaisuja tehdään mahdollisuuksien mukaan ja taidemuseossa järjestetään yleisöopastuksia. Taidemuseon aulassa on virtuaalimuseo. Kollegoille annetaan tietoa kokoelmatöistä ja oheismateriaalia, muun muassa oheistekstit näyttelyiden yhteydessä ja pysyvästi esillä olevien teosten osalta.

Taidemuseo tunnistaa, ylläpitää ja kehittää suunnitelmallisesti fyysisiä ja digitaalisia tietovarantojaan (4). Taidemuseolla on käytössään tarkoituksenmukaiset toimintaa tukevat kokoelmanhallinta- ja tietojärjestelmät (4). Taidemuseo on suunnitellut ja toteuttaa digitaalisen aineiston turvallista säilytystä (4). Taidemuseo avaa ja jakaa tietovarantojaan suunnitelmallisesti (4). Taidemuseo osallistuu vähän yhteistyöhön (esim. Finna) joka tukee avoimen tiedon periaatetta ja aineistojen saavutettavuutta (2).

Taidemuseon tiloista ja kiinteistöistä ja niiden soveltuvuudesta museon toimintaan löydettiin hyviä ja huonoja puolia. Näyttelytilat ja varastot ovat lähellä toisiaan, mikä lisää niiden käytettävyyttä. Aulatilaa luonnehditaan kivaksi, avoimeksi ja ilmavaksi. Tilaa voi muuttaa vähän ja valaisu on tällä hetkellä puutteellinen. Taidemuseon tilat ja kiinteistöt ovat museon toimintaan sopivat ja tukevat museon tavoitteiden toteutumista (3). Tilat ovat tehokkaassa käytössä (5) ja ne joustavat erilaisiin käyttötarkoituksiin ja soveltuvat erilaisten käyttäjien ja asiakkaiden tarpeisiin. Tilasuunniteluissa ja ratkaisuisa painotetaan kestävän kehityksen näkökulmia (4).

Talousskohdassa todetaan, että rahaa toimintaan on vähän ja toiminta olisi toteutettava lähes nollabudjetilla. Taidemuseo ei pääätä itsenäisesti budjetistaan ja taloudestaan ja toimintaa järjestetään resurssien rajoissa.

3.2 Osaaminen ja toimintatavat

Taidemuseon tärkeimmäksi osaamiseksi kirjattiin asiakaspalvelu, tiedotus, taidehistoriallinen/museologinen osaaminen, ammattitaito näyttelyiden ja tapahtumien järjestäminen ja museopedagogiikka. Näitä osa-alueita kehitetään muun muassa koulutusten ja palautteen avulla. Omaehtoinen opiskelu ja oman alan ja sen kehityksen seuraaminen ovat myös tärkeitä,

koska mahdollisuudet koulutuksiin ovat vähäiset resurssien puutteen vuoksi.

Ydinosaaminen

- Asiakaspalvelu
- Tiedotus
- Taidehistoriallinen/museologinen osaaminen
- Ammattitaito
- Näyttelyiden ja tapahtumien järjestäminen
- Museopedagogiikka

Kuva 3. Ydinosaaminen

Taidemuseo on tunnistanut kriittisen osaamisen, sekä osaamisen joka voidaan hakea ulkopuolelta (5). Työyhteisössä keskustellaan avoimesti puutteellisista osa-alueista ja niiden kehittamisestä. Henkilöstön osaaminen vastaa taidemuseon profiilia ja strategisia tavoitteita (4). Henkilöstön kanssa käydään kehitys- ja tavoitekeskusteluja (3).

Henkilöstön hyvinvointia tuetaan toisten huomioon ottamisella, tukemalla ja yhteistyöllä. Henkilöstö kokee työyhteisön ja johtamisen tasa-arvoiseksi ja oikeudenmukaiseksi ja taidemuseossa huolehditaan henkilöstön hyvinvoinnista ja integroitumisesta työyhteisöön (5). Työyhteisössä keskustellaan rakentavasti erilaisista ongelmista ja niihin puututaan ennakoivasti. Henkilöstön toimenkuvat ja tehtävät ei koeta täysin selkeinä (2,5).

Taidemuseo nimeää tärkeimmiksi arvoikseen ihmisläheisyyden, avoimuuden, tasa-arvoisen ja kunnioittavan kohtelun, rehellisyyden ja taiteen itseisarvon. Museo myös kirjaa, että taide lisää ihmisten ja yhteisön hyvinvointia. Museon arvot näkyvät arjessa

- kaikille avoimina, ilmaisina tapahtumina
- ilmaisena sisäänpääsynä perjantai-iltapäivisin
- hyvänä ilmapiirinä
- ystävällisenä asiakaspalveluna
- erityisryhmien huomioimisena
- laadukkaiden näyttelyjen ja sisältöjen tekemisenä

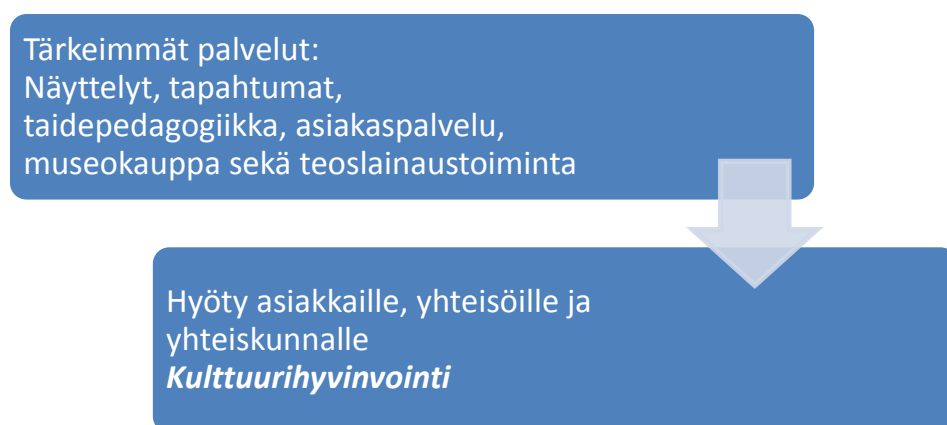
Taidemuseon johto ja esimiehet toimivat yhteisten arvojen ja tavoitteiden mukaisesti. Taidemuseon toiminta perustuu yhteistyöhön ja koko henkilöstö kantaa siitä vastuuta. Toimintakulttuuri perustuu avoimuuteen ja luottamukseen ja taidemuseossa arvioidaan yhdessä työn tuloksia, annetaan ja osataan ottaa vastaan palautetta sekä iloitaan onnistumisista (5).

Taidemuseossa johtaminen on vuorovaikutteista ja mahdollistavaa (4) ja tiedonkulku on toimivaa (3).

Avoimissa kysymyksissä taidemuseo kirjasi, että taidemuseossa on positiivinen asenne kehittämistä kohtaan ja museota ja sen toimintoja pyritään kehittämään koko ajan. Kehittämisessä käytetään luovuutta apuna. Taidemuseo kehittää toimintaansa ja palveluitaan kokeilemalla ja kyseenalaistaa omia toimintatapojaan ja asenteitaan valmiina muuttamaan niitä tarvittaessa. Taidemuseossa on tilaa erilaisille ajatuksille ja ideoille ja siellä arvostetaan aloitteellisuutta ja luovia ideoita.

3.3 Museo tänään

Taidemuseo nimeää tärkeimmiksi palveluikseen näyttelyt, tapahtumat, taidepedagogiikan, asiakaspalvelun ja museokaupan sekä teoslainautoiminnan. Museon henkilökunnalla on yhteinen näkemys palveluista. Taidemuseo tarkastelee koko toimintaansa palveluina, jotka hyödyttävät asiakkaita, yhteisöjä ja yhteiskuntaa ja palveluvalikoima perustuu strategisiin valintoihin. Eri tehtävissä työskentelevät tunnistavat miten heidän työnsä kytkeytyy taidemuseon palveluihin (5). Palveluvalikoima on perusteltu ja määritelty asiakkaan näkökulmasta ja taidemuseo osallistuu keskusteluun ajankohtaisista asioista sisällöllään ja ohjelmistollaan (4).



Kuva 4. Tärkeimmät palvelut

Asiakkaiden, yhteisöjen ja kumppaneiden rooli toiminnan ja palveluiden kehittämisessä riippuu mitä niillä missäkin yhteydessä tarkoitetaan, kuten myös niiden merkitys toiminnan ja palveluiden kehittämisessä. Taidemuseolla on ollut heikosti mahdollisuuksia kehittää toimintamalleja, jotka parantaisivat asiakkaiden, yleisöjen ja yhteisöjen mahdollisuuksia osallistua toimintaan (2). Taidemuseo kokee mahdolliseksi toteuttaa ja tuottaa palveluita yhteisöjen aloitteesta ja niiden kanssa (3). Taidemuseo tarjoaa fyysisiä ja digitaalisia tiloja ja alustoja kohtaamisiin ja vuorovaikutukseen, sekä on valmis arvioimaan toimintaansa yhdessä asiakkaidensa kanssa ja muut-

tamaan omia toimintatapojaan sen mukaisesti. Taidemuseo tarjoaa vuorovaikutteisen oppimisympäristön ja edistää toiminnallaan kansalaisten omaehtoista kulttuuri- ja luonnonperinnön vaalimista.

Taidemuseo huomioi saavutettavuuden toimintansa eri osa-alueilla

- perjantai-iltapäivän vapaapääsy
- ilmaistapahtumissa
- matalan kynnyksen tapahtumissa
- tapahtumina erilaisille asiakasryhmille
- museorakennuksen saavutettavuutena, esteettömyydellä
- virtuaalimuseona
- perustietona netissä

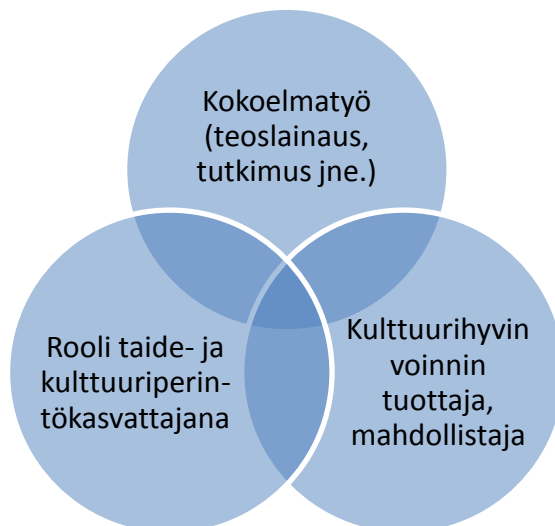
Taidemuseon alueet ja tilat ovat esteettömät ja sisällöt heijastavat monenlaisia tulkintoja historiasta ja nykypäivästä. Tulkinnat ja valinnat on perusteltu avoimesti. Taidemuseo huomioi palveluissaan pienituloisia henkilöitä ja perheitä (5). Taidemuseo huolehtii siitä, että sen toiminta on osallistavaa, helposti lähestyttävää ja tavoittaa erilaisia asiakkaita ja yleisöjä (4). Sisällöt on toteutettu siten, että tieto ja elämykset välittyvät eri aisteja käyttäen ja viestintä on saavutettavaa (3).

Kokemukset tiedon ja sisältöjen jakamisesta tulevat

- julkaisutoiminnasta
- opastuksista
- työpajoista
- luennoista
- lehtijutuista, haastatteluista (tv sekä radio)

3.4 Pitkän tähtäimen museo

Taidemuseon ominaispiirteisiin muistiorganisaationa ja sen rooliin yhteiskunnassa liitetään valtakunnallisesti merkittävä taidekokoelma, teosten lainaaminen muihin museoihin täällä ja ulkomailla sekä julkaisut. Museossa tänä päivänä tehty työ näkyy yhteiskunnassa 50 vuoden päästä hyvin säilyneenä kokoelmana sukupolvelta toiselle. Lisäksi taidemuseo on auttanut kasvattamaan kulttuurimyönteisiä, sivistyneitä ihmisiä, jotka osaavat arvostaa kulttuuriperintöä ja käydä museoissa.



Kuva 5. Museo tänään

Taidemuseo vaikuttaa ihmisten hyvinvointiin. Pitkän tähtäimen asiakkaikseen taidemuseo nimeää kaikenikäiset ihmiset niin Riihimäeltä kuin muualtakin. Taidemuseon rooli ja tehtävä yhteisöjen muistina on kirkas ja se vaikuttaa toiminnallaan avoimuuden ja suvaitsevaisuuden lisääntymiseen (4). Taidemuseo kehittää aktiivisesti tapoja, joilla sen kokoelmat ja tietovarannot voivat olla vaikuttamassa ihmisten elämään sekä tarjoaa aktiivisesti aineistojaan hyödynnettäväksi ja uudelleen käytettäväksi. Toimijana taiteen ja oman erikoisalansa kulttuurin kentällä taidemuseo kirjasi ominaisuuksiinsa:

- valtakunnallisesti kiinnostava museo
- oman kokoelman esittelijä
- paikallisten taiteilijoiden esittelijä
- valtakunnallisesti kiinnostavien taiteilijoiden esittelijä
- konservatiivinen (näyttelyihin liittyen)

Taidemuseo edistää toiminnallaan taide- ja kulttuurikentän moninaisuutta ja elinvoimaisuutta (5). Taidemuseo on kirkastanut roolinsa taide- ja kulttuurikentän toimijana ja vahvistaa vuorovaikutusta kulttuuri ja taidekentän yhteisöjen ja yleisöjen välillä. Taidemuseo on reilu kumppani ja sillä on vahva ja aktiivinen rooli taide- ja kulttuuriperintökasvattajana (4).

Rooli tutkimuskentän toimijana liittyy näyttelyjulkaisuihin, näyttelyihin ja teoslainatoimintaan mahdollisuuksien mukaan. Taidemuseo tarjoaa tutkijoille mahdollisuuden päästä kokoelmien ja aineistojen äärelle (5). Taidemuseo on määritellyt ja rajannut selkeästi tutkimuksellisen profiilinsa ja tutkimusta mahdollistavan roolinsa ja tekee yhteistyötä tiedekentän tutkijoiden kanssa tiedon tuottamisessa ja välittämisessä (3).

Museo tavoittelee muilla yhteiskunnan sektoreilla pitkän tähtäimen vaikutuksia lapsien, nuorien ja ikäihmisten parissa. Museo parantaa ihmisten

elämänlaatua taiteen hyvinvointia edistävän vaikutuksen, sivistyksen ja kasvatuksen kautta. Kaikilla on mahdollisuus päästä taiteen, tapahtumien ja taidepedagogiikan äärelle. Taidemuseo on kirkastanut ja tunnistanut roolinsa valitsemillaan sektoreilla ja luo kumppanuuksia ja verkostoja keskeisten sektorien toimijoiden kanssa. Taidemuseo on aktiivisesti vaikuttamassa toimijoihin ja tarjoaa palveluita ja toteuttaa suunnitelmallista ohjelmaa valitsemillaan sektoreilla. (4)

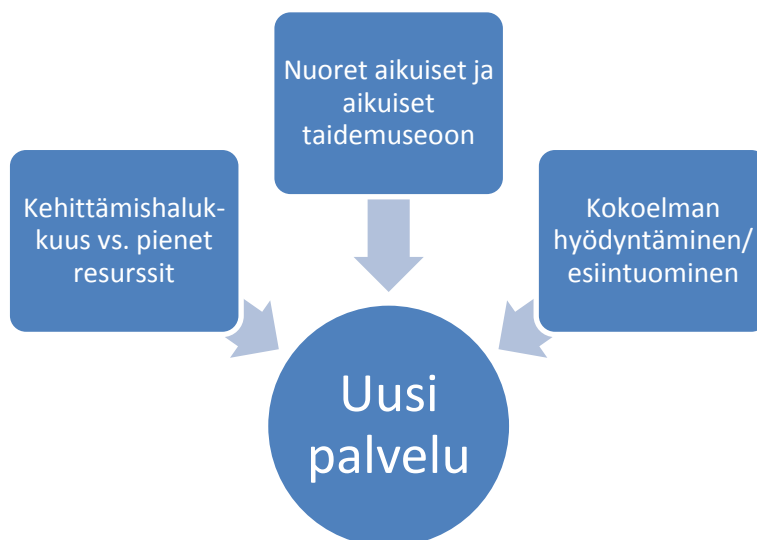
3.5 Yhteenveto

Taidemuseolla on merkittävä taidekokoelma ja ammattitaitoinen ja osaava henkilökunta. Henkilökunta työskentelee aktiivisesti näyttelyiden, tapahtumien, taidepedagogiikan, asiakaspalvelun, museokaupan sekä teoslainaustoiminnan puolesta. Taidemuseo on kehitysmönteinen ja avoin uusille toimintaehdotuksille ja -ideoille. Henkilökunta on valmis muokkaamaan palveluita asiakaspalautteen mukaan, mutta palautetta ja kehittämisehdotuksia tulee hyvin vähän.

Toiminta on osallistavaa, helposti lähestyttävää ja sillä pyritään tavoittamaan erilaisia asiakkaita ja yleisöjä. Taidemuseossa on huomattu, että nuoria aikuisia ja miehiä on museovierailijoiden joukossa varsin vähän. Haasteita toiminnalle ja kehittämiselle asettavat pienet resurssit. Henkilökuntaa on vähän ja työtä on henkilökunnan määrään nähden paljon. Aikaa toiminnan kehittämiselle ei jää paljon, kun henkilökunta huolehtii päivittäisistä työtehtävistään. Myös niukat taloudelliset resurssit aiheuttavat haastetta, toimintaa pitää toteuttaa pienellä budjetilla.

Kyselyn vastauksia pohdittiin ja purettiin yhdessä henkilökunnan kanssa ryhmäkeskustelussa. Yhteisöt, verkostot ja asiakkaat- osiossa nousi toive saada lisää nuoria aikuisia (noin 16-25-vuotiaat) sekä miehiä ja aikuisia (30-50-vuotiaat). Keskustelimme henkilökunnan kanssa pitkään siitä, miksi nuoria aikuisia ja miehiä on vaikea saada taidemuseoon ja miten heille järjestetty toiminta on usein tempausluontoista. Se ei vielä riitä sitouttamaan heitä vakituisiksi kävijöiksi.

Keskustelussa nousi lisäksi voimakas halu kehittää toimintaa, mihin on ollut vähän mahdollisuuksia resurssipulan takia. Taidemuseossa halutaan lisätä asiakkaiden, yleisöjen ja yhteisöjen mahdollisuuksia osallistua toimintaan. Tämän takia keskustelussa painottui toive palvelukehitykseen. Henkilökunta oli kiinnostunut palveluiden toteuttamisesta ja tuottamisesta yhteisöjen kanssa. Taidemuseo haluaa, että sen toiminta on osallistavaa, helposti lähestyttävää ja tavoittaa erilaisia asiakkaita ja yleisöjä. Sisältöjen toteutuksessa halutaan painottaa tiedon ja elämyksien välittymistä eri aisteja käyttäen.



Kuva 6. Avaintekijät

Kyselyn ja keskustelun pohjalta laadittiin seuraavat tavoitteet: Riihimäen taidemuseon toiminnan kehittäminen, yleisöpohjan laajentaminen ja sisällön tuotteistaminen. Keskustelussa nousi ensin idea ”palvelupaketeista”, teemallisesta opastuksesta, johon voidaan liittää lisäksi esimerkiksi työpaja, kokous (kokoustila taidemuseolta) tai ruokailu. Vastaava palvelu on ollut käytössä taidemuseossa aiemmin. Nyt taidemuseo halusi kokeilla jotain uutta palvelua, jota ei oltu aiemmin kokeiltu.

Pohdin pitkään millainen toimintamuoto olisi uusi, mutta vetävä nuorista aikuisista ja sain idean näyttelykierroksen pelillistämisestä. Ensin pohdin erilaisten rooli- tai livepelien yhdistämistä näyttelyopastukseen ja myöhemmin idea jalostui pakopelin järjestämiseen taidemuseossa.

Pakopeli on helppo toteuttaa pienellä budjetilla, kokeiluihin ja kehittämiseen ei tarvitse paljon rahaa. Pakopeliä ei ole aikaisemmin ollut taidemuseossa, eikä missään museossa Riihimäellä, joten se on palveluna uusi. Riihimäellä on kaksi pakopeliä entuudestaan, toinen juomahuone Laitisessa ja toinen Kino Sammossa. Konseptina pakopeli on tuttu ja houkutteleva nuorille aikuisille.

Pakopeli on uusi toiminnallinen tapa esitellä kokoelmaa ja näyttelyä ja samalla kiinnostavampi vaihtoehto nuorille aikuisille, kuin perinteinen opastus. Valmistuttuaan peli tuo uusia asiakkaita museoon, sekä lisää resursseja maksavana palveluna taidemuseon käyttöön.

Ennen pelin kehittämistä oli tärkeä selvittää, mitä nuoret aikuiset haluavat museovierailulta ja mikseivät he vieraile museoissa useammin. Tätä tutkimustietoa hyödyntäen palvelu saadaan vastaamaan paremmin nuorten aikuisten tarpeita ja toiveita museovierailusta. Mielekäs palvelukokemus kannustaa nuoria aikuisia vierailemaan museoissa useammin.

4 NUORET AIKUISET TAIDEMUSEOSSA

Eeva–Liisa Taivassalon ja Kimmo Levän (2012, 5) tutkimuksesta käy ilmi, että tyypillinen museokävijä on eteläsuomalainen nainen, 46-65-vuotias korkeakoulututkinnon omaava ylempi toimihenkilö. Kuvaus sopii parhaiten taide- ja kulttuurihistoriallisten museoiden asiakkaisiin. Vielä 1982, 1992 ja 2002 tehdyissä tutkimuksissa tyypillinen museokävijä oli 25-44-vuotias. 2011 enemmistö kävijöistä on 46-65-vuotiaita ja seuraava ikäluokka 26-45.

Taivassalon ja Levän (2012, 26.) tutkimus ei ota kantaa siihen, mikä on aiheuttanut ikämuutoksen kävijöissä, mutta pohtii mitä muuttuneelle tilanteelle pitäisi tehdä. Museoiden tuotteet ja palveluasenne ovat kunnossa. Suomessa on harvoja toimijoita, joiden asiakkaat vastaavat lähes 100% olevansa jokseenkin tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä saamaansa palveluun. Lisäksi asiakkaat lupaavat käyttää palveluja uudelleen sekä suositella niitä ystävilleen. Miksei vuosikautia jatkunut ylistävä palaute tuotteesta ja asiakaspalvelusta näy kasvavina kävijämäärinä?

Tilanne on lähinnä päinvastoin, kokonaiskävijämäärä on pysynyt samalla tasolla reilut kymmenen vuotta ja yksikköä kohden kävijämäärät ovat saattaneet jopa laskea. Myöskään hinnan lasku ei lisää kysyntää. Ilmaisten kävijöiden osuus museoasiakkaista on noussut 18% vuodesta 2000 ollen vuonna 2010 jo 51% kokonaiskävijämäärästä. Kun korjattava ei ole tuotteessa, palvelussa eikä hinnassa, jäljelle jää saatavuus (sijainti) ja markkinointiviestintä (promootio.) Yksittäisistä kehittämistoimenpiteistä tärkeimpänä nousee ”ei saa koskea”- tiedottamisen vähentäminen ja sen korvaaminen viesteillä ”saa koskea, lukea, kuunnella, tuntea ja viihtyä”. (Taivassalo & Levä 2012, 26.)

Vaikka lähtökohtana on, että museo kuuluu kaikille, se ei käytännössä toteudu. Kävijätutkimukset kertovat yhä uudestaan, että museota käyttävät pääasiassa hyvin toimeentulevat, koulutetut ihmiset. Museo toistaa yhteiskunnassa vallitsevia rakenteita, museon kokee omakseen yhteiskunnassa vahvoilla olevat ihmiset. Museon pelkkä olemassaolo ja ovien auki pitäminen ei tuo kävijöitä museoon. Museon käyttämiseen on kasvettava. (Kaitavuori 2007, 283.)

Suomalaisessa kulttuurissa taidemuseolla ei ole syviä juuria eikä samantyyppistä asemaa, kuin esimerkiksi muualla Euroopassa. Tämän takia useat nuoret eivät koe museovierailuita omakseen. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 2.) Mikä nuoria kiinnostaisi taidemuseovierailuissa ja mikä on syynä siihen, että he käyvät harvoin taidemuseoissa? Tässä luvussa käsittelen aihetta eri tutkimusten kautta.

4.1 Suomen käsityömuseo: nuoret museoon-projekti

Suomen käsityömuseo selvitti vuonna 2013 nuorten kanssa syitä siihen, miksi he eivät käy museoissa. Museo tilasi palvelumuotoilija Juha Ruuskalta projektia varten palvelumuotoilukoulutuksen ja palkkasi suunnittelijaksi filosofian maisteri Mikko Holmin. Projektin tuloksena museo sai kontaktipintaa nuoriin aikuisiin ja yhteistyökumppaneita tulevaisuuteen. Tavoitteiden toteuttamiseksi syntyi palvelumuotoilun ohjekirja ja nuorten asiakkaiden toiveiden mukainen museotila joulukuuksi 2013 Suomen käsityön museon Aulagalleriaan. (Suomen käsityömuseo n.d.)

Museo kartoitti nuorten aikuisten mielipiteitä ja kokemuksia museoista työpajoissa. Nuorten aikuisten (20-30 vuotta) työpajoissa ei käsitelty ainoastaan Suomen käsityön museoon kohdistuvia kysymyksiä, vaan kyse oli yleisesti museoihin liittyvistä mielikuvista. (Holm 2013, 1.)

Ensimmäiseksi nuorille järjestettiin yleisesti museosta syntyviä mielikuvia kartoittava pohdinta ja keskustelu. Nuoret oli jaettu museopalveluita käyttäviin ja ei-käyttäviin. Molemmat ryhmät näkivät museot pölyisinä paikoina, joihin liittyy hiljaisuutta, vaeltelua ja ahdistusta. Nuorilla oli tunne, että pitää tietää jotain, jotta käymisen kynnyks ylittyy. Samalla museokäyntiin sisältyi korkeakulttuurinen status ja niitä pidettiin kalliina. Myös markkinoinnissa oli ongelmia, nuorilla ei ollut konkreettista tietoa siitä, mitä kaikkea museoissa voi nähdä ja kokea. (Holm 2013, 1-2.)

Nuorten aikuisten kulttuuripalvelujen käyttöä käsittelevissä tutkimuksissa on tehty samankaltaisia havaintoja. Artikkelissa *Why Young People? Attracting a new audience to our museums* Kate Pontin (2001) toteaa, että nuorten suurimmat esteet museoissa käymiseen liittyvät nimenomaan mielikuviin.

Heli Metsäpelto (2010, 1) selvitti tutkimuksessaan nuorten aikuisten teatterissa käymättömyyttä. Teatteri koettiin yläluokan ja ikääntyneiden harrastuksena, eivätkä nuoret pystyneet samaistumaan teatteriyleisöön. Nuorten vapaa-ajan viettoon kuuluu sosiaalisuus sekä spontaanisuus eikä teatterissa käyminen edusta nuorille aikuisille tätä. Teatteriin menemiseen liittyy ennakoivaltautuminen ja vapaa-ajan aikatauluttaminen. Teatteri on nuorille paikkana outo ja luotaantyöntävä, eikä teatteripalveluiden markkinointi ole kohdennettu heille.

Museopalveluita käyttävien joukossa museokäynnin syitä oli monenlaisia, kuten ammatilliset syyt, inspiraation etsiminen ja yleinen fiilistely. Ei-kävijöiden kohdalla suuri syy tulla museoon oli ystävän tai puolison matkassa. Valtion taidemuseon sivuilla on kirjoitus ei-kävijätutkimuksesta, jonka Humanistinen ammattikorkeakoulu teki Tennispalatsin taidemuseolle vuosina 2008–2009. Ei-kävijät olivat tutkimusaineiston ainoa ryhmä, jolle ystävän mukaan saaminen oli tärkein syy vierailta useammin taidemuseoissa. (Holm 2013, 3-4.)

Sosiaalisuus on tärkeää nuorille ja Jyväskylän museoissa mahdollisuutta tavata nuoria samanhenkisiä pidettiin pienenä. Sosiaalisuuteen liittyy myös tarve puhua taiteesta keskustellen ja nauraen. Museoon liitettävät mielikuvat hiljaisuudesta eivät anna tälle mahdollisuutta. Nuoret kokivat, ettei museossa ole mahdollista käydä keskustelua näyttelyn sisällöstä. (Holm 2013, 3.)

Museopalveluita käyttävillä oli museoista myös negatiivisia kokemuksia, jotka liittyivät museo- tai infoähkyyn. Esimerkeissä nousivat esiin ulkomalaiset, vanhempaa maalaustaidetta esittelevät museot, kuten Rooman Villa Borghese ja van Gogh -museo, jossa piti käydä katsomassa vain pääteokset ja juosta museo muutoin läpi. Näyttelyiden suuntaaminen vastamaan mielenkiintoa on hyvä tapa saada nuoret museoihin. Ilmainen sisäänpääsy poistaa esteet epävarmojen tapauksien kohdalla. Museoon on helppo mennä, vaikka ei tietäisi mitä kaikkea se pitää sisällään. (Holm 2013, 4.)

Kiinnostavan sisällön merkitys nousee esiin myös Metsäpellon (2009) tutkimuksessa. Oulun seudulla vuonna 2009 tehdyn kyselytutkimuksen mukaan 81 % 15-24-vuotiaista ja 83 % 25-34-vuotiaista piti kiinnostavan sisällön puutetta erittäin merkittävänä tekijänä tarkastellessa kulttuuripalvelujen käytön esteitä. Myös Tampereen museoissa on tunnistettu näyttelyiden sisällön vaikutus. Tampereella oli 2010 H. R. Gigerin näyttely, mikä keräsi ennätysyleisön. H. R. Giger tunnetaan tyylistä, jota hän kutsui ”biomekaaniseksi taiteeksi”. Teoksissa koneet ja ihmiskehot sulautuvat yhteen. (H.R.Giger museum n.d.) Kävijöitä tuli joukoin pääkaupunkiseudulta asti ja museo huomasi, että suuri osa yleisöstä oli nuoria miehiä - siis juuri sitä porukkaa minkä sanotaan olevan harvinaisinta yleisöryhmää museoissa. (Holm 2013, 4.)

Kummassakaan ryhmässä museokäynti ei yhtä poikkeusta lukuun ottamatta ollut suunnittelematonta ja suunnitteluun kuuluu usein tiedon hankinta siitä, mitä museoilla tapahtuu ja mitä kaikkea siellä on nähtävänä. Nuoret toivoivat museolta parannusta näyttelyiden markkinointiin. Heidän kokemustensa mukaan tieto museoiden näyttelyistä ja tapahtumista ei tavoita heitä. (Holm 2013, 5.)

Museon aukioloajat eivät sovi nuorten päivärytmiin. Australialaisessa yleisötutkimuksessa on huomattu, että päiväsaikaan nuoret kokevat kilpailevansa perheiden ja muiden kanssa, jonka vuoksi he haluavat tapahtumat ilta-aikaan (Shrapnel 2012, 29). Samoin nuorten museoista muodostettujen mielikuvien mukaisesti tilat ovat kärjistetyksi täynnä nipottavia mummoja. Perhe voi olla myös syy siihen, miksi nuoret eivät pääse osallistumaan työpajoihin. Eräällä pajalaisella oli pieni lapsi, jonka kanssa museoon lähteminen ei koettu helpoksi. Museo on paikka, jossa esineisiin ei saa koskea ja jossa tulisi olla hiljaa. (Holm 2013, 5-6.)

Nuoret aikuiset haluavat, että heidät toivotetaan tervetulleeksi ja huomioidaan kun he tulevat museoon. Kaikilla oli ikäviä kokemuksia museossa kohtaamastaan asiakaspalvelusta. Lippujen hintoja pidettiin kalliina, etenkin opiskelijoille. Työpajojen toivottiin pysyvän joko edullisina tai ilmaisina. Ateneumista annettiin hyvä esimerkki onnistuneesta tapahtumasta, jonne pääsee ilmaiseksi opiskelijakortilla sisään. Taidetta meille -päivä on nousut nuorten aikuisten hitiksi. Päivän aikana on paljon mielenkiintoista ohjelmaa kuten luentoja, opastuksia, työpajoja. (Holm 2013, 6-7.)

Scollenin (2008, 50-52) tutkimuksessa Talking Theatre huomattiin, että suurin este teatterissa käymiselle oli lippujen hinnat. Muita esiin tulleita syitä olivat vanhemmuuden sitoumukset, esityksen sisällön laadukkuus, työsitoumukset, kiinnostuksen puute ja seuralaisen puuttuminen. Teatteria pidettiin myös elitistisenä. Teatterissa käyminen koettiin oudoksi, joka toimi suurimpana esteenä. Tämä johti siihen, että osallistujat kokivat teatterikokemuksen mahdollisena ajan ja rahan tuhlauksena. Ei-kävijät suosivat entuudestaan tuttuja taidemuotoja.

Nuoret aikuiset kaipaavat arjen rikkovia kokemuksia. Museossa nuori tiedostaa, että on keskiviikko ja hänen täytyy mennä tekemään ruokaa. Museota parempia vaihtoehtoja ovat esimerkiksi teatterit, baletti ja festarit, jotka sisältävät liikettä ja joiden rinnalla museo vaikuttaa tylsältä. (Holm 2013, 7.) Myös Mari Hatakan (2008, 236-246) 21 vastaajan aineistossa keskeiseksi koetaan elämyksellisyys ja tieto, jotka eivät ole toisiaan poissulkevia vaan päinvastoin toinen toistaan tukevia ulottuvuuksia. Museoista haetaan tiedon ja elämysten lisäksi virkistystä ja hämmentymistä, ajatuksien haastamista ja sivistystä. Useampi aikuinen olisi halukas kokeilemaan erilaista tekemistä museossa.

James Chungin mukaan museot menettävät nuoria kävijöitä uusille kulttuurielämän muodoille, kuten taidekävelyille ja pop-up gallerioille. Ratkaisuna Chung ehdottaakin museoille, että ne toimisivat yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa ja löytäisivät toisiaan tukevia toimintamuotoja. Nuorille valinnanvapaus on merkityksellistä ja he haluavat rakentaa itse kokemuksensa. Kate Pontinin (2009, 110) mukaan museoiden tulee nuorille suunnattujen projektien yhteydessä työskennellä taitavien yhteistyökumppanien ja työntekijöiden kanssa, joilla on rohkeutta ja uskallusta ottaa uusia näkökulmia toimintaan. Heidän täytyy uskoa tekemiseensä ja olla aidosti mukana nuorten aikuisten kanssa. Museon onnistuminen ei ole kiinni museosta, sen budjetista tai projektin koosta, vaan henkilöstön sitoutumisesta, realistisista tavoitteista ja hyvistä yhteistyökumppaneista. (Holm 2013, 8.)

Perusnäyttelyjä nuoret pitivät tylsinä ja muuttumattomina. Kiertäville ja vaihtuville näyttelyille tuli kannatusta ja niitä pidettiin mielenkiintoisina. Työpajat olivat nuoria kiinnostava aihe mutta ne eivät saa olla haasteeltaan tai kestoaltaan liian pitkiä. Toiveena myös oli, etteivät pajat olisi aina virkkaamista, vaan nuorekkaampaa origamien tyyliin. (Holm 2013, 8-9.)

Museot saisivat olla enemmän sidoksissa nuoria lähellä olevaan maailmaan. Toiveita tuli esimerkiksi nuorten taiteilijoiden näyttelyistä, tietokoneista, sci-fistä, sarjakuvanäyttelyistä, musiikkia, ääntä ja liikkuvaa kuvaa hyödyntävistä näyttelykokonaisuuksista ja esineistä, joihin saisi koskea ja joita saisi kokeilla. Tämän lisäksi henkilökunta voisi olla pukeutunut tunnelman luomiseksi näyttelyaiheisiin pukuihin, josta esimerkkinä toimi entisaikojen muoti. (Holm 2013, 9.)

Nuoret aikuiset esittivät toiveen, että voisivat olla mukana esimerkiksi valitsemassa teoksia museoiden kokoelmiin ja vaikuttamassa vastaavien asiakasraatien kautta museon näyttelysisältöihin. Hyvän esimerkin vastavasta toiminnasta antaa Lontoossa toimiva Junction, joka on kaikille nuorille vapaa raati, johon liittymällä pääsee vaikuttamaan museoiden toimintaan. Nuoret haluaisivat mahdollisuuden jakaa kokemuksiaan myös muille asiakkaille. Palautteen antamisessa tulisi olla digitaalinen mahdollisuus. (Holm 2013, 9-10.)

Opastuksia toivottiin enemmän ja rakennettuna siten, että ne vastaisivat sisällöltään paremmin nuorten kokemusmaailmaansa. Tapahtumien osalta museoon toivottiin näyttelyiden avajaisia ja mahdollisuutta päästä yölliselle museokierrokselle "Museoiden yö" - tapahtumassa. Lisäksi erilaiset pop-up -tempaukset saivat nuorten haaveissa suosiota. Leena Niemi (2011, 2) teki asiakastutkimuksen Tampereen Museoiden yöstä vuonna 2010. Niemen mukaan "tutkimuksesta selvisi, että tyypillinen Tampereen Museoiden yön kävijä on 21–30-vuotias tamperelainen nainen, joka on saanut tietää tapahtumasta netistä tai ystävältä. Suurimmaksi markkinointikanavaksi osoittautui internet ja erityisesti Facebook. Häntä kiinnostivat tapahtumassa eniten näyttelyt ja konsertit. Monipuolinen ohjelma houkutteli paikalle nelinkertaisen määrän kävijöitä verrattuna aiempiin vuosiin. (Niemi 2011, 20–21). Suuri osa nuorista kaipasi museolta vahvempaa roolia sosiaalisessa mediassa. (Holm 2013, 11-12.)

Nuoret saivat asiakasraadien lopuksi tuottaa vapaasti ideoitaan unelmien museoonsa. Ideoissa näkyy Kolbin (2000, 8) näkemys siitä, että nuoret ovat kiinnostuneita korkeakulttuurista, kuten klassisesta musiikista, mutta vaativat samalla myös viihtymistä. Heidän kohdallaan täytyy huomioida, että he ovat syntyneet diginatiiveiksi, joille multimedia ja poikkitaiteellisuus ovat arkipäivää. Ajatuksia ja suunnitelmia syntyi kymmenittäin ja niissä korostui nuoria kiinnostavat teemat, toiminnallisuus, multisensorisuus ja nykYTEKNIikka. (Holm 2013, 12-15.)

4.2 Nuoret Joensuun taidemuseon kohderyhmänä

Elina Pietarinen (2013, 6) tutki opinnäytetyössään nuorten aikuisten kokemuksia taidemuseovierailuista ja mikä houkuttelisi heitä tutustumaan taidemuseoon. Lisäksi hän selvitti nuorien odotuksia ja ennakkokäsityksiä Joensuun taidemuseosta. Nuorilla tarkoitettiin 16–35 -vuotiaita kävijöitä.

Harva nuori käy taidemuseossa säännöllisesti ja tavoitteena oli selvittää, millainen museon imago on ei-kävijöiden näkökulmasta.

Opinnäytetyössä tarkasteltiin museopalveluiden koettua ja odotettua laatua sekä selvitettiin, millaisia odotuksia ja ennakkokäsityksiä nuorilla on taidemuseosta ja millainen imago museolla on nuorten keskuudessa. Lisäksi tutkittiin, mitä kautta nuoret saavat tietoa Joensuun taidemuseosta ja kuinka tämänhetkinen markkinointiviestintä tavoittaa nuoret asiakkaat. (Pietarinen 2013, 8.)

Opinnäytetyössä käytettiin kahta menetelmää aineiston hankkimiseksi, sähköistä kyselylomaketta ja puolistrukturoitua haastattelua. Aineistoon kuului myös Karelia-ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden matkailuopiskelijoiden tekemät raportit Joensuun taidemuseovierailusta. (Pietarinen 2013, 7.)

Verrattaessa otannan sisällä olevia ikäryhmiä huomattiin, että nuorempia kiinnostaa vanhempia enemmän nyky- ja modernitaide. Lukioikäisistä kiinnostavinta oli nyky- ja valokuvataide, kun vanhemmat vastaajat kiinnostuivat eniten vanhemmista teoksista ja veistoksista. Historia-aiheiset näyttelyt kiinnostivat paljon. Muita huomattavia eroja näiden ikäryhmien välillä ei ollut. Kansainväliset ja vierasta kulttuuria esittelevät näyttelyt herättivät mielenkiintoa kaikissa ikäryhmissä. Nuoret odottavat taidemuseovierailulta uutta näkemystä, uuden oppimista sekä puhuttelevia ja erikoisia näyttelyitä. Nuoret halusivat taidemuseoon erilaisia näyttelyitä, joita he ovat nähneet esimerkiksi ulkomailla, mutta eivät Suomessa. Näyttelyiden tulisi sisältää maalaustaiteen lisäksi myös muita taidemuotoja kuten keramiikkaa ja valokuvausta. (Pietarinen 2013, 31.)

Sukupuoliero oli selvästi näkyvillä koko otosryhmässä. Miehet ovat naisia vähemmän kiinnostuneita taidemuseoista ja kulttuurista ja naiset käyvät enemmän taidemuseoissa vapaa-aikanaan. Vanhempien vastaajien odotukset ja mielikuvat taidemuseota kohtaan olivat positiivisia. Miehet vierailevat taidemuseoissa naisia vähemmän, mikä nähtiin molemmissa ikäryhmissä. Prosentuaalisesti 25–35-vuotiaat miehet ovat kiinnostuneempia taidemuseosta ja vierailevat siellä useammin kuin nuoremmat. (Pietarinen 2013, 31.)

Työpajat ja tapahtumat olivat heikosti nuorten tiedossa, mutta erityisesti lukioikäisistä kiinnostavia. Työpajoja ja tapahtumia toivottiin lisää ja niitä voisi järjestää useammin muulloin kuin päiväsaikaan, mikä tarjoaisi osallistumismahdollisuuden myös työssäkäyville. Tutkimuksen mukaan erilaisille tapahtumille ruoka- ja juomatarjoilulla olisi kysyntää. Avajaisiin voisi kutsua esimerkiksi opiskelijoita vakiokutsuvieraiden lisäksi. Taidemuseota voisi muuttaa enemmän toiminnalliseksi järjestämällä siellä seminaareja. Seminaarit voisivat liittyä esimerkiksi kulttuurimatkailuun ja -opiskeluun. (Pietarinen 2013, 32.)

Museon aulatila koettiin kohennuksen tarpeessa olevaksi. Se ei tutkimus-
hetkellä luonut hyvää ensivaikutelmaa museossa vieraileville. Myös palve-
lun fyysiset rakenteet vaikuttavat asiakkaan kokemukseen palvelun laa-
tuun. Museon muut tilat koettiin kokoelmia varten sopiviksi sekä kooltaan
että tunnelmaltaan. Nuoret antoivat myös pieniä kehitysehdotuksia, kuten
lisää istumapaikkoja. He haluaisivat tutustua taidemuseoon itsenäisesti,
jolloin ilmeni tarve kattavasta esitteestä tai kartasta. Ne pitäisi antaa asi-
akkaalle lipunmyynnin yhteydessä, heti museokierroksen alussa. Myös
kuuntelunauha koettiin mahdolliseksi vaihtoehdoksi. (Pietarinen 2013, 32-
33.)

Taidemuseon tämänhetkinen markkinointi ei tutkimuksen mukaan tavoit-
tanut nuoria. Nuoret hakevat tietonsa Internetistä ja sosiaalisesta medi-
asta ja he kokivat taidemuseon Internet-sivut vanhanaikaisiksi ja niihin toi-
vottiin uutta ilmettä. Myös Facebookin ja Twitterin sivuja tulisi päivittää
useammin ja mainostaa enemmän. Nuoret toivoivat lisämainontaa näytte-
lyistä, tapahtumista ja alennuksista paikallislehtiin, lentolehtisiä esimer-
kiksi oppilaitoksiin ja julisteita mainoskyltteihin. Lisäämällä näitä markki-
nointikeinoja taidemuseo huomioisi nuoret paremmin ja antaisi heille pa-
remman ensivaikutelman. (Pietarinen 2013, 33.)

4.3 Mieskato museoissa

Marianna Karttunen, Henna Kontusalmi, Katariina Nurminen ja Pia Pietilä
(2006, 1) pohtivat kirjoituksessaan *Mission impossible? Parikymppiset
miehet ja taidemuseo, miten parikymppisten miesten houkutteleva
taidemuseokävijöiksi on ratkaisematon ongelma siihen kulutetusta ajasta
ja energiasta huolimatta. Museoinstituutioon kuuluu jokin perustavanlaa-
tuinen epäkohta, jonka seurauksena museo ja tietyt yleisöryhmät eivät
kohtaa. Parikymppiset miehet kokevat taidemuseon vieraaksi paikaksi,
museokielellä ilmaistuna he jättäytyvät satunnaisiksi- tai ei- kävijöiksi.*

Yleisötyöhön keskittyvä museopedagogia on kasvanut aiempaa tärkeäm-
mäksi osaksi museotoimintaa. Näyttelyitä on lisääntyvässä määrin alettu
kohdentaa tietyille yleisöryhmille, mutta ne ovat mieskatoa ajatellen esi-
merkki lyhytkestoisesta ratkaisusta. Kiinnostavalla näyttelyllä on kuitenkin
vaikutus mielikuvalle, joka museosta syntyy. Myönteinen kokemus saa kä-
vijän kenties palaamaan uudelleen, vaikka vakituiseksi kävijäksi se ei vielä
tee. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 1.)

Ongelmallisinta museoiden nuorisopalveluiden kehittämisessä lienee koh-
deryhmän todellinen tavoittaminen ja markkinoinnin oikeanlainen suun-
taaminen. Jo koulumaailmasta poistunut ikäluokka tavoitetaan yleensä lä-
hinnä harrastusten tai työpaikkojen kautta, eikä perinteiseen suomalai-
seen nuoriso- tai mieskulttuuriin kuulu luontevasti taidemuseoissa käynti.
(Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 2.)

Lähtökohdat taiteen ymmärtämiselle pyritään yhteiskunnassamme takaamaan mahdollisimman samanlaisina molemmille sukupuolille, mutta erityisesti nuoret miehet kokevat museon vieraana. Museoalan hallitseva ominaisuus on naisvaltaisuus. Museon imago voi olla siksi naisille lähempi, jopa naisille suunnattu. Tarvitsevatko museot keulakuvikseen miehiä, jotka esimerkiksi osoittavat, että museossa käyminen on varteenotettava ajanviettotapa? Sukupuolisidonnaisten kehitysehdotusten kohdalla on tärkeää, etteivät ne toista kulttuurissa vallitsevia sukupuolistereotypioita, jotka pahimmillaan kaventavat mieheyden hyvin yksipuoliseksi. Sukupuolisensitiivinen ote pyrkii aktiivisesti purkamaan niitä muotteja, joita yhteiskunta sukupuolille asettaa. Se sallii yksilölle vapauden ilmaista sukupuolta ja hyväksyy myös kulttuurissa vallitsevien käsitysten seuraamisen. Museon voisi olla luonteeltaan avoin foorumi, jonka tarjoamissa puitteissa myös konventioista keskusteleminen olisi mahdollista. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 5.)

Nuorille miehille suunnattu museotoiminta on usein tempausluontoista. Suuremman kävijäkunnan saavuttaminen vaatisi museoasian ja -työn jatkuvaa esilläpitoa sekä tunnetuksi tekemistä. Näyttelykohtaisten aktivointipyrkimysten sijasta museo voisi tarjota toimintaa, joka myös "sitouttaisi" mieskävijänsä, kuten jatkuvaa vapaa-ajantoimintaa, esimerkiksi vapaa-aiheista ajanviettoa museotiloissa jonkun puuhan parissa. Näyttelysaleja voitaisiin käyttää erilaisiin tapahtumiin, jolloin saleissa olisi lupa liikkua vapaasti, teokset huomioiden. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 5)

Museon muuttaminen helpommin lähestyttäväksi ei ehkä ole aivan yksinkertaista. Tietyt paikat kutsuvat luontevammin oleskelemaan kuin toiset ja ilmapiiri, joka erityisesti ns. "vanhan taiteen museoissa" usein vallitsee, on joskus suorastaan nuoria karkottava. Se voi johtua jo pelkästään museovalvojien suhtautumisesta nuoriin asiakkaisiin. Nuoria houkuttelevampi, rennompaa tunnelmaa saattaisi syntyä, jos joinakin iltoina museoon pääsisi, vaikka vain muutaman tunnin ajan pääasiassa nuoret. Henkilökuntaa tulisi lisäksi kouluttaa suhtautumaan nuoriin muinakin kuin potentiaalisina järjestyshäiriöiden aiheuttajina. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 6.)

Parikymppisiin miehiin saattaisivat museotoiminnassa normaalia kaikenkattavaa perusrivistystä enemmän vedota tietyn teeman, esimerkiksi harrastustoiminnan ympärille rakennetut näyttelyt. Nuoriin vetoaa myös varmasti valkeissa näyttelysaleissa kuljeskelua paremmin näyttely-ympäristön toiminnallinen aspekti. Tämä ei ole taidemuseossa kovin tavanomainen ratkaisu. Yksinkertaisimmillaan jo näyttelytekstien innovatiivinen sijoittaminen esimerkiksi tietokonekomplekseihin, vetolaatikoihin, tai kuunnelmamuotoon, voi tehdä näyttelykokemuksesta vivahteikkaamman. Vetovoimaa voidaan hakea myös peleillä tai muilla multimedioilla. Oleellista onnistuneen museokokemuksen ja elämyksellisyyden kannalta on laitteiden toimivuus niin tekstien, sisällön kuin tekniikankin osalta, mutta myös

tilaisuus esineiden koskettamiseen ja konkreettiseen havainnointiin. Itse tekemisen mahdollisuudet tekevät museokäynnistä mielekkäämmän. Uusien tuttavuuksien löytäminen tapahtumista voisi johtaa myös taidemuseoiden suosion kasvuun myös nuorempien ikäpolvien parissa. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 5-6.)

Nuorten miesten monet kulttuurit pitää huomioida. Näyttelyt, jotka riskeyttävät ”korkeataidetta” ja populaarikulttuuria voisivat toimia parhaiten nuorison kohdalla. Nykytaiteessa tällaiset rajanvedot korkean ja matalan välillä on kiistelty aihe. Nykyajan taidemuseo voisi esittää vierekkäin ripustettuna taidetta eri aikakausilta sekä kenties muuta, arkisempaa visuaalista kulttuuria. Museo ei ole ainoa paikka, missä taide elää ja missä sitä voi nähdä. Jotkut näkevät taiteellisia arvoja esimerkiksi mainoksissa tai elokuvissa. Toiset taas määrittelevät taiteeksi asioita, joita instituutiot pitävät rikollisina, kuten graffiteja. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 7.)

Museoiden paja- ja harrastetoimintaa pitäisi pyrkiä kehittämään nuorisolähtöisempään suuntaan. Esimerkiksi Trafiikki- museoissa on kehitelty tuotepaketteja senioreille. Samantyyppisiä pakettiratkaisuja voisi tarjota myös nuorille miehille niin kulttuurihistoriallisten, kuin taidemuseoidenkin puolella. Helpoimmillaan ”paketti” voisi olla tiettyyn teemaan keskittyvä opastuskierros, jota voitaisiin maustaa vaikkapa aihepiiriä käsittelevillä filmeillä tai pajatoiminnalla. Nuorten arvostamia lähestymistapoja voisivat olla toiminnallisuuden lisääminen näyttelyissä, sosiaalisuuden tukeminen ja vuorovaikutus ikätovereiden kanssa. (Karttunen, Kontusalmi, Nurminen & Pietilä 2006, 7.)

4.4 Yhteenveto

lhanteena voidaan pitää tulevaisuuden taidemuseota, joka toivottaa tervetulleeksi jokaisen museovieraan riippumatta tämän taustasta, toiveista tai tiedollista ja taidollisista kyvyistä. Museo on oppiva organisaatio, jossa asiantuntemus on yhteisöllistä ja jaettua. Museon on avauduttava kuuntelemaan ja heijastelemaan omassa toiminnassaan myös muiden mielipiteitä ja jatkuvasti uudelleenarvioitava jo olemassa olevia käytäntöjä. Tavoiteltavien ja potentiaalien yleisöjen määrittely ja niiden aktiivinen kuuntelu lie-nee avain yleisöpohjan laajentamiseen tulevaisuudessa. (Liukkonen 2004, 153.)

Yleisölähtöisyys on yleisön tarpeiden aktiivista ja objektiivista tiedostamista ja kuuntelua. Yleisön toiveet eivät voi olla museon ainoa toimintaa ohjaava voima, mutta asiakaskeskeisyys on laatuun tähtäävän toiminnan lähtökohta. Asiakaslähtöinen tai yleisölähtöinen tapa toimia ei kuitenkaan riitä, jos varsinainen sisältö ei kiinnosta yleisöä. (Liukkonen 2004, 153.)

Oleellista on, että museo asettuu kävijän rooliin suunnitellessaan toimintaansa ja keskittyy ihmisen ja taiteen vuorovaikutukseen ja elämyksiin.

Taustalla on näkemys museoista organisaatioina, joka ei ole itseisarvo siinänsä, eikä sen toiminnalla ole merkitystä ilman yleisön kokemia elämyksiä. Kun painotetaan elämyksellisyyttä ja taiteen ja ihmisen välistä dialogia, näkyy se muun muassa aiheen valinnoissa. Olennaista on kuinka museot saavat kiinnekohdan aikansa ihmisten maailmoihin ja arkeen. (Liukkonen 2004, 153.)

Tulevaisuuden taidemuseon haasteet liittyvät sosiaalisen yhdessä kokemiseen ja viihteellisyyteen ja ihmisten elämystenjanoon. Museoiden täytyy sopeutua ihmisten aikatauluihin, persoonallisiin ja sosiaalisiin identiteetteihin ja kiinnostuksen kohteisiin. Kaikille muille paitsi museotyöntekijöille museot ovat välimatkan päässä. Museoilla joko on merkitystä yksilölle, tai ei ole. Museoita on melko helppo jopa välttää tai olla välittämättä niistä. (Liukkonen 2004, 154.)

Nuorten arvostamia lähestymistapoja ovat toiminnallisuuden lisääminen näyttelyissä, sosiaalisuuden tukeminen ja vuorovaikutus ikätovereiden kanssa. Huomiota tulisi kiinnittää palveluiden tehokkaaseen markkinointiin. Museohenkilökunnan tulee tehdä ylimääräistä työtä löytääkseen ne kanavat joita nuoret aikuiset käyttävät ja valjastaa ne aktiiviseen käyttöön. Uuden palvelun suunnittelussa tulisi huomioida seuraavia piirteitä, jotta se vetoaisi nuoriin aikuisiin:

- Palvelu parantaa mielikuvaa museosta
- Palveluun sisältyy mahdollisuus sosialisointiin
- Palvelu ei sisällä liikaa informaatiota, mutta nuorten aikuisten mielenkiinnonkohteita
- Nuorille osoitetaan, että he ovat tervetulleita museoon ja museossa voi viihtyä.
- Palvelu pystyy rikkomaan arjen
- Palvelu vastaa nuorten tarpeita (toiminnallisuus, sosiaalisuus, vuorovaikutus)
- Palveluun sisältyy itse tekemistä ja kokonaisvaltaista kokemista
- Palvelussa huomioidaan nuorten halu osallistua ja vaikuttaa

5 UUSIA PALVELUJA NUORILLE AIKUISILLE, PAKOPELI MUSEOSSA

Pelaaminen on sosiaalinen aktiviteetti sekä pelien että pelien ympärille rakentuvien yhteisöjen tasolla. Itse peleissä sosiaalisuus konkretisoituu moninpeleissä. Niissä pelaaja on vuorovaikutuksessa toisten pelaajien kanssa. Pelejä pelataan niin tuttujen kuin tuntemattomienkin kanssa ja useimmiten viihteen vuoksi. Pelit ovat monipuolinen kulttuurinmuoto, jonka kirjo ulottuu yksinkertaisista ajanviettopeleistä valtaviin rooli- ja seikkailupeleihin. Pelit tarjoavat erilaisia palkintoja, kokemuksia ja elämyksiä. Pelit viihdyttävät, ruokkivat mielikuvitusta ja herättävät tunteita ja ajatuksia. Fiktiona pelit mahdollistavat arkielämän rajojen ylittämisen ja kokemukset joita pelaaja ei arkielämässään voisi kokea. (Harviainen, Merilainen & Tossavainen 2013, 33-35.)

Moninpelattavat pelit tarjoavat mahdollisuuden sekä kilvoitella toisten pelaajien kanssa paremmuudesta, että saavuttaa jaettuja, voimakkaita elämyksiä. Onnistuminen pelissä tuottaa positiivisia tunteita. Tämä puolestaan edistää ihmisen henkistä hyvinvointia. Myönteisten tunteiden merkittävyyden takia pelien viihdearvoa ei pidä jättää huomiotta. Jo se, että pelaaja viihtyy pelin ääressä, voidaan nähdä positiivisena vaikutuksena. Sosiaalinen ympäristö antaa mahdollisuuksia solmia ja käsitellä ystävyysuhteita onnistumisineen ja pettymyksineen. (Harviainen, Merilainen & Tossavainen 2013, 35-36.)

Pohjimmillaan pelillistämisen idea kumpuaa oletuksesta pelien hauskuudesta. Koska pelit ovat hauskoja, mikä tahansa muu järjestelmä, joka tehdään pelinkaltaiseksi, muuttuu myös hauskemmaksiksi ja mielekkäämmäksi. Pelillistäminen voidaan määritellä palvelusuunnitteluksi, jolla pyritään herättämään samanlaisia psykologisia vaikutuksia joita pelitkin tuottavat. Pelillistämisen olennaista on pyrkimys kannustaa johonkin toimintaan tai käyttäytymiseen, kuten oppimiseen tai liikuntaan. (Harviainen, Merilainen & Tossavainen 2013, 115.)

Pelillistäminen on pohjimmiltaan pelisuunnittelua vastaava prosessi, jossa hyödynnetään pääsääntöisesti samoja elementtejä kuin peleissä. Pelisuunnitteluun verrattuna pelillistämässä on kuitenkin merkittävä ero. Pelisuunnittelu pyrkii tekemään pelistä mahdollisimman hyvän, kun pelillistäminen pyrkii lisäämään jonkun muun järjestelmän tai palvelun arvoa ja tekemällä siitä motivoivamman. Pelien vetovoimaisuutta selittää esimerkiksi niiden synnyttämän osaamisen, onnistumisen ja hallinnan kokemukset, sekä jännitys ja sosiaalinen kanssakäyminen. Pelillistämisen tavoitteena on vastaavien kokemusten herättäminen muissa konteksteissa. (Harviainen, Merilainen & Tossavainen 2013, 115-116.)

Pelillistämistä on erityisesti käytetty motivoimaan sellaiseen käyttäytymiseen, joka on yksilölle hyödyllistä, mutta erinäisistä syistä vaikea aloittaa.

Sillä pyritään kannustamaan ihmisiä toimintoihin, joita he itsekin haluaisivat tehdä, mutta eivät jostain syystä kykene toteuttamaan ilman tukea ja kannustusta. Pelillistämistä voidaan käyttää myös osana markkinointia, erityisesti asiakkaiden sitouttamisen välineenä. (Harviainen, Merilainen & Tossavainen 2013, 116-117.)

Pelin kohderyhmän määrittämisellä pyritään rajaamaan suunnittelua ja toteutusta palvelemaan valitun ryhmän mieltymyksiä ja tarpeita. Tuntemalla pelin asiakkaat voidaan koko suunnittelu painottaa kohderyhmän näköiseksi. Kohderyhmän rajaus kannattaa myös tehdä mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Pelaajien ääntä on syytä kuunnella ja ottaa se huomioon suunnittelutyössä. Ajan kanssa pelisuunnittelija pystyy eläytymään kohderyhmän ajatusmaailmaan ja pelistä tulee tarkemmin kohdennettu ja todennäköisesti voimakkaampia elämyksiä tarjoava. (Manninen 2007, 142-143.)

Kun kohderyhmästä oli tehty riittävästi tutkimusta, lähdin suunnittelemaan taidemuseoon uutta palvelua, joka olisi kiinnostava ja helposti lähestyttävä erityisesti nuorista aikuisista. Tärkeimmät elementit ovat toiminnallisuus, sosiaalisuus ja vuorovaikutus ikätoverien kanssa. Keskeisenä ajatuksena on näyttelyopastuksen pelillistäminen toteuttamalla pakopeli taidemuseossa.

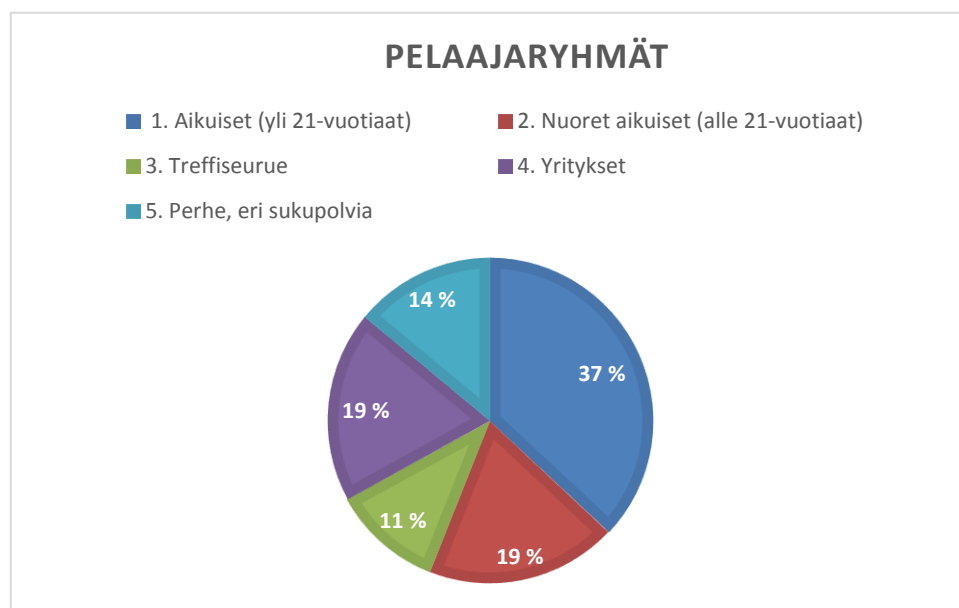
5.1 Pakopeli

Pakuhuonepelit ovat toiminnallisia ryhmätyöhön pohjautuvia pelejä, jossa pelaajat löytävät vihjeitä sekä ratkovat arvoituksia ja tehtäviä. Se sijoittuu yhteen tai useampaan huoneeseen ja pelaajat pyrkivät saavuttamaan tietyn päämäärän ennakkoon määritellyssä ajassa. Yleensä tämä päämäärä on huoneesta pakeneminen. Pakopeli alkaa tapaamisella, jossa pelinvetäjä perehdyttää ja kertoo säännöt alkavaan peliin. Jos peliin sisältyy taustatarina, pelaajat voivat katsoa videon tai saada tarinan luettavaksi ennen pelin alkua. Sen jälkeen heidät lukitaan huoneeseen ja varsinainen peli ja ajanotto alkaa. Pelaajat tutkivat huonetta, ensin huolellisesti mutta kiihkaammin ajan kuluessa, etsien joka paikasta vihjeitä. Seinillä on yleensä numeroita, symboleita tai kuvia, mutta ei ilmiselvää ohjetta siitä mitä varren ne ovat siellä. (Nicholson 2015, 1-2.)

Tyypillisesti pelaajat tutkivat ensin laatikot, lipastot, vaatteiden taskut ja huonekalut. Hyvin yhteistyössä toimivat pelaajat puhuvat toisilleen ääneen mitä he löytävät ja järjestelevät sellaisia asioita yhteen mitkä voisivat liittyä toisiinsa. Yhdistelemällä asioita ja esineitä, pelaajat hahmottavat ratkaisun edellyttämät arvoitukset ja tehtävät. Joissain tehtävissä on selvät ohjeet, toisissa ei. Vastaus yhteen arvoitukseen johtaa toiseen – se voi olla koodi yhdistelmälukkoon, vihje toiseen arvoitukseen, ovi joka aukenee toiseen huoneeseen, osa isompaa arvoitusta tai harhautus. Pelaajat jatkavat arvoitusten ja tehtävien ratkaisemista tietoa jakaen, sitä mukaa kun he sitä löytävät. (Nicholson 2015, 2.)

Yleensä pelaajilla on mahdollisuus pyytää vihjettä päästäkseen eteenpäin pelissä, jos arvoitukset ja tehtävät ovat liian vaikeita. Kun aika etenee, arvoitukset käyvät monimutkaisemmiksi, johtaen viimeiseen arvoitukseen. Lopputuloksena saadaan usein avain tai koodi oven avaamiseen ja huoneesta pakenemiseen. Pelin lopussa pelinvetäjä keskustelelee ryhmän kanssa pelistä. Hän vastaa pelaajien kysymyksiin ja selittää arvoitukset ja tehtävät, joista pelaajille jäi epäselvyyksiä. Tämän jälkeen peli laitetaan valmiiksi seuraavia pelaajia varten. (Nicholson 2015, 2.)

Pakohuonepelit vaativat tiimityötä, kommunikaatiotaitoja, delegointia, kriittistä ajattelua ja yksityiskohtien huomiointia. Pakopelejä voi pelata kaikenikäiset pelaajat ja eivätkä ne suosi mitään tiettyä sukupuolta. Kaikista onnistuneimmat tiimit ovat sekoitus pelaajia erilaisilla kyvyillä, taidoilla, taustatiedoilla ja fyysisillä taidoilla. Koska pakopelit ovat toiminnallisia pelejä, jotka sijoittuvat oikeisiin fyysisiin ympäristöihin, ne luovat mahdollisuuden oikeaan vuorovaikutukseen toisten pelaajien kanssa. Tämä vetoaa pelaajiin jotka haluavat katsoa muutakin kuin tietokoneen ruutua. (Nicholson 2015, 3.)



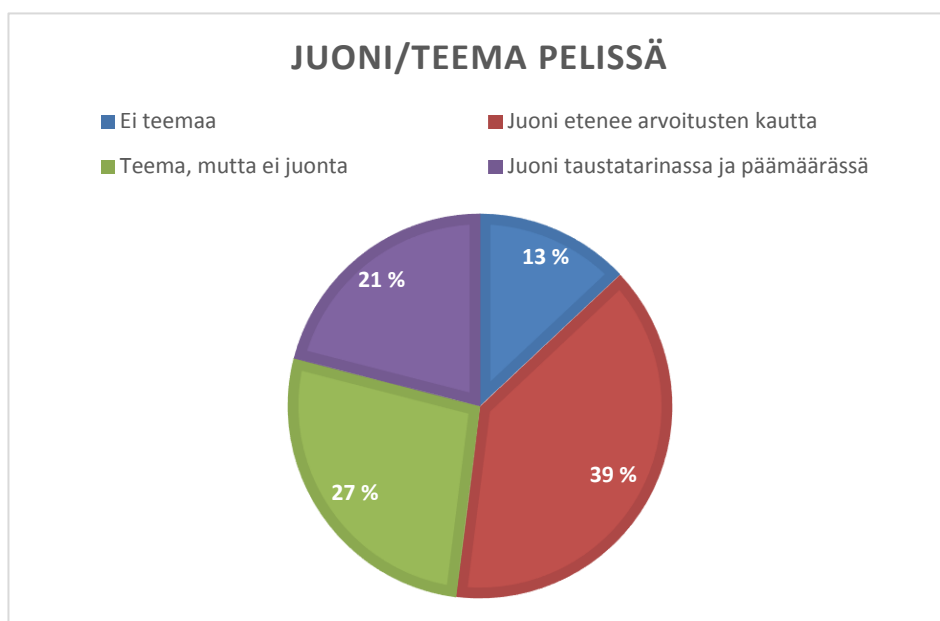
Kuva 7. Pelaajaryhmät (Nicholson 2015, 8)

Pakopelit ovat kutsuva vaihtoehto suurelle osalle yleisöä, koska ne sopivat ystäväjoukolle sekä eri ikäisille ryhmille, kuten perheille. Pakopelit houkuttelevat pelaajikseen myös keskimäärin yhtä paljon naisia, kuin miehiä. Noin 70% pelaajaryhmistä sisältää sekä miehiä että naisia ja jäljelle jäävä 30% on jakaantunut tasaisesti- mies- ja naisryhmien välillä. (Nicholson 2015, 9.)

Nicholsonin tutkimukseen vastanneista peleistä 24% koostui yhdestä huoneesta, 27% kahdesta, ja 18% kolmesta. Loput tarjoavat enemmän kuin kolme huonetta. Pakopelit ovat kilpaileva ala ja uusia huoneita tulee koko

ajan. Pelien järjestäjille haasteita tuottaa kasvava ala ja eritasoiset hinnat. Samoin syytökset pelien varastamisesta ja kopioinnista ovat kiihtyneet. Koska pakohuonepeliä ei voi suojata kopioinnilta, pelinsuunnittelijat joutuvat usein matkimisen kohteeksi. Toisaalta kilpailu mahdollistaa sen, että yhden kehittämää mekanismia voi toinen halutessaan parannella. Tästä seuraa pelien nopea kehitys, mitä ei tapahtuisi, jos pelit olisi suojattu kopioinnilta. Pakopelit hinnoitellaan joko pelaajakohtaisesti tai yhtenä summana koko tiimiltä. Käytössä voi myös olla tietty hinta 2-4 tai 5-8 pelaajalle. Keskimäärin pelaajaryhmän koko on 4,58 pelaajaa. (Nicholson 2015, 9.)

Pakohuoneella voi olla teema tai taustatarina tai ei kumpaakaan. Teema voi olla esimerkiksi ”pako vankityrmästä” jolloin huone on sisustettu tyrmäksi ja siellä on aiheeseen liittyvää rekvisiittaa tai ääntä. Toisessa vaihtoehdossa pelillä on taustatarina ja sitä kautta pelaajilla rooli, mikä esitellään heille esimerkiksi videona tai tarinana ennen pelin alkua. Kolmannessa vaihtoehdossa pelillä on taustatarina ja myös tehtävät pelissä ovat osa tarinankerrontaa, ja kuljettavat tarinaa eteenpäin. Tehtäviä ei tällöin voi erottaa taustatarinasta, sillä ne ovat osa tarinaa. (Nicholson 2015, 9-13.)



Kuva 8. Pelien teema/taustatarinajakauma (Nicholson 2015, 14)

Pelien suunnittelussa on mahdotonta löytää yhtä oikeaa tapaa. Toiset pelaajat haluavat osallistua peleihin taustatarinalla, kun toiset odottavat arvoitusten ratkaisua, eivätkä välitä teemasta tai taustatarinasta. On tärkeää suunnitella erilaisia pelejä erilaisille pelaajille. Pelit markkinoidaan ja kuvaillaan hyvin, jotta pelaajat voivat parhaiten valita heille sopivan huoneen. Seuraavissa taulukoissa on esitelty pakohuonepelien tyypillisiä teemoja ja taustatarinoita (Nicholson 2015, 14.)

Taulukko 1. Pakopelien teemat (Nicholson 2015, 14-15).

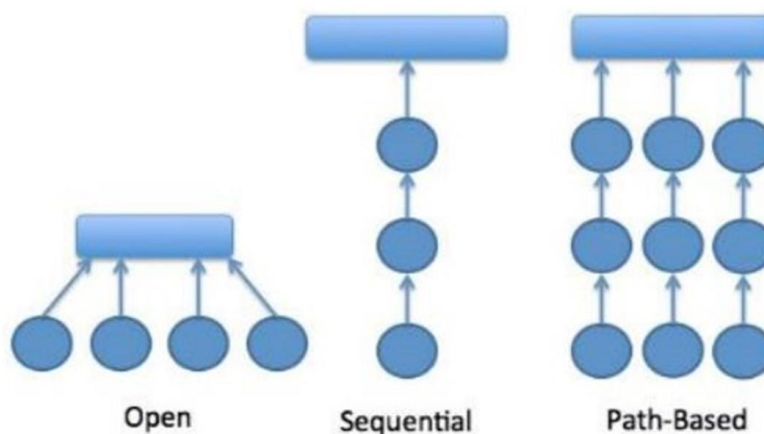
Nyky aika (2000-2015)	25%
Jokin tietty aika tai paikka (1900-2000)	24%
Joku muu	16%
Tietty aika tai paikka (1700-1900)	13%
Kauhu	13%
Fantasia	12%
Tiede/Laboratorio	10%
Abstrakti: ei teemaa	7%
Tulevaisuus/Teknologia	7%
Armeija	7%
Leluhuone	3%
Piirros/Anime	1%
Steampunk	1%
Sesonki (joulu, halloween jne.)	1%
Koulu	0%

Taulukko 2. Pakohuonepelien konseptit ja taustatarinat (Nicholson 2015, 15).

Pako tietystä epämiellyttävästä paikasta (esim. tyrmä)	30%
Abstrakti: ei muuta taustatarinaa kuin pakene huoneesta	16%
Rikos- tai murhamysterin tutkiminen	9%
Yli luonnollinen	8%
Murhan ratkaiseminen	5%
Pommin purkaminen	5%
Seikkailuja, tiedonhankkija, ryöstön tekeminen	4%

Kadonneen henkilön löytäminen	3%
Luo jotain (esim lääke sairauteen), armeijan tehtävä, va- pauta henkilö tai eläin	2%
Selviydy!	1%
Tee palkkamurha	0%

Pakopelit ovat rakenteeltaan joko avoimia, jaksottaisia tai polkuperustaisia. Avoimessa pelissä tehtävien ja arvoitusten ratkaisulla ei ole tiettyä järjestystä, vaan ne johtavat kaikki ratkomisjärjestyksestä huolimatta samaan lopputulokseen. Jaksottaisessa pakopelissä yhden arvoituksen ratkaiseminen johtaa toiseen, kunnes lopulta päästään päämäärään. Polkuperustaisessa pakopelissä pelaajilla on mahdollisuus ratkaista useita eri ”arvoituspolkuja” samanaikaisesti. Jokainen polku johtaa päämäärään, mutta kaikkia näitä polkuja tarvitaan suuremman kokonaisuuden ratkaisemiseksi. Tämän pelimuodon etu on, että ryhmän jäsenet voivat ratkoa eri tehtäviä samanaikaisesti, kun muut pelimuodot edellyttävät kaikkien pelaajien keskitymistä samaan tehtävään.



Kuva 9. Pakopelien perusrakenteet (Nicholson 2015, 17)

Pakohuonepelien tehtävät ja arvoitukset alkavat yleensä helpoista ja etenevät vaikeisiin. Seuraavassa taulukossa on lueteltu tyypillisiä tehtäviä ja mitä ne pitävät sisällään:

Taulukko 3: Pakohuonepelien tehtävätyypit (Nicholson 2015, 19)

Fyysisten esineiden etsimistä	78%
Tiimikommunikointia	58%
Valo	54%

Laskeminen	53%
Jonkun ilmeisen asian huomaamista huoneessa	49%
Symbolien tunnistaminen avaimena lukkoon	47%
Jonkun esineen/asian käyttäminen epätavallisella tavalla	47%
Yksityiskohdan etsiminen kuvista	43%
Esineen kokoaminen (esim. palapeli)	40%
Matematiikka tai algebra	39%
Muodon tunnistaminen (esim. muodon tunnistaminen pisteistä)	38%
Arvoitukset, sanaleikit	37%
Salakirjoitus, koodi	35%
Kuuloon perustuva tehtävä	26%
Peilit	26%
Pulmapelit kuten sudoku	22%
Tutkimustyö informaatiolähteitä käyttäen	20%
Strateginen ajattelu (esim. shakki)	20%
Käsi-silmä-koordinaatio (esim. tarkka-ampuminen)	17%
Köysi tai kahleet	16%
Perinteiset sanatehtävät kuten ristikko	14%
Sokkelo	14%
Fyysiset taidot	13%
Kosketus	12%
Tieto, mitä huone ei tarjoa	11%
Muotojen manipulointia	11%
Nesteet	9%
Sosiaalinen vuorovaikutus näyttelijöiden kanssa	7%

Fyysinen vuorovaikutus näyttelijöiden kanssa	4%
Haju	3%
Maku	1%

5.2 Pakopelit museoissa

Suomessa pakopelejä on järjestetty museoissa vähän. Ilmajoella Yli-Lauroselan talomuseossa on kolme pelihuonetta ja Kuopiossa urheilumuseossa yksi huone (Pakopelit n.d). Yhdysvalloissa Augustan historiamuseossa on kaksi erilaista pakopeliä, jotka on suunniteltu houkuttelemaan nuoria aikuisia museoon. Amy Schaffman, museon opetuspäällikkö luennoi aiheesta Museumnext-tapahtumassa. Schaffman kertoo haasteista pakopelin suunnittelussa museoympäristöön, odotettuja ja odottamattomia seurauksia pelistä, sekä popkulttuurin yhdistämisestä kulttuuri-instituutioon. (Schaffman n.d.)

2012 taidemuseon kävijöistä 18% oli 18-25-vuotiaita ja 22% 25-35-vuotiaita. Samaan aikaan muut popkulttuuritapahtumat, kuten taidefestivaalit kasvattivat suosiotaan jatkuvasti. Taidemuseoissa ja -festivaaleilla yleisöä ympäröi taide, mikä tekee festivaaleista suosituimpia? Nuoret aikuiset arvostavat enemmän kokemuksia kuin esineitä. Festivaali on aikarajallinen tapahtuma, joka tapahtuu tiettyinä ajankohtana tietyssä paikassa. Tämä lisää tapahtuman uutuudenviehätystä ja ainutlaatuisuutta käyttäjän silmissä. Nämä ulottuvuudet museo halusi sisällyttää uuteen palveluun rikastuttamalla museovierailua, mutta pysymällä silti uskollisena museon perustehtävälle. (Schaffman n.d.)

Schaffmanin tekemän taustatyön mukaan, 67% pakohuonepelien käyttäjistä on nuoria aikuisia. Lisäksi Schaffman huomasi, että pakohuonepelejä on tehty imitoimaan museoita, eikä peli voisi toimia myös oikeassa museossa. Kun museo alkoi suunnittelemaan pakopeliään, Amerikassa oli kaksi ja Kanadassa yksi pakopeli museossa. Schaffman tutustui pakohuonepelin suunnitteluun ja huomasi kolme keskeistä piirrettä. Ne ovat vuorovaikutteisia, mikä mahdollistaa sosialisoinen ja kaikenikäisten ihmisten osallistumisen läheltä ja kaukaa. Lisäksi ne tarjoavat mahdollisuuden yhteistyöhön eri toimijoiden kanssa, kuten esimerkiksi toisten museoiden kanssa. Kolmanneksi ne ovat innovatiivisia, museoon räätälöityjä palveluja joissa tila inspiroi pelin. (Schaffman n.d.)

Pakopelin nimeksi tuli Museum escape- murder at the mill. Pelin idea oli haastaa pelaajat katsomaan tarkkaan ympärilleen museossa ja vihjeet ja tehtävät rohkaisivat tutkimaan näyttelyä entisestään. Peli oli auki kuusi

viikkoa Halloweenin aikaan ja se myytiin loppuun ensimmäisen viikon aikana. Tuohon aikaan kaupungissa ei ollut muita pakohuoneita, joten se lisäsi kysyntää. (Schaffman n.d.)

Ensimmäiseksi Schaffman tiimeineen suunnitteli tilan, johon peli sijoittuisi. Kun sopiva pelitila löytyi, alkoi tiimi etsiä sopivaa tarinaa pelille. Tiimi löysi murhamysteerin kaupungin historiasta ja valitsi sen taustatarinaksi pelille. Tämän jälkeen alkoi tehtävien, pulmien ja tavaroiden etsiminen. Oli helppoa löytää ensin tavarat, kuten kassakaappi viiden sanan yhdistelmällä ja sitten keksiä pulma johon kassakaappi liittyy. Tiimi meni myös kokeilemaan itse kahta pakohuonepeliä. He eivät onnistuneet ratkaisemaan kumpaakaan ja näin oppivat myös pelaajien lohduttamisen tärkeyden. Tämän jälkeen he käsikirjoittivat oman pakohuonepelinsä ja testasivat sitä käytännössä. (Schaffman n.d.)

Testauksissa tiimi huomasi, etteivät kaikki vihjeet toimineet käytännössä. Lisäksi pelaajien ohjeistuksessa oli hiottavaa. Ohjeissa korostettiin liikaa museoympäristöä ja ettei tavaroihin saanut koskea. Tästä johtuen pelaajat eivät uskaltaneet koskea mihinkään. Valmis peli oli onnistunut kokeilu ja museo oli niin tyytyväinen, että alkoi suunnittelemaan toista huonetta. (Schaffman n.d.)

5.3 Pakopelien suunnittelusta

Adam Claren (2015) oppaassa *Escape the game, how to make puzzle and escape rooms*, Clare (2015, 15-16) korostaa teeman tärkeyttä pelin toteuttamisessa. Teema tekee pelistä kokonaisen ja sitoo kaikki pelin elementit yhteen hyväksi pelikokemukseksi. Tärkeintä on pelaajien kokemus ja tehokas teema voi tuoda siihen paljon. Teema vetää pelaajan sisään peliin ja pitää heidät valppaina pelin aikana. Tärkeää on, että teema ja sisältö tukevat pelissä toisiaan. Pelin tehtävät ja arvoitukset voivat tuoda lisää sisältöä teemaan ja viedä pelin tarinaa eteenpäin. Clare (2015, 17) kehottaa käyttämään teeman muodostamisessa hyväksi inspiraatiota sijainnista, varsinkin jos peli sijaitsee uniikilla paikalla. Hyödyntämällä jo olemassa olevaa ympäristöä voi säästää pelinrakennuskuluissa.

Pakopeleissä tärkeintä on peliflow (englanniksi gameflow). Flow on eräänlainen tajunnanvirta, tila jossa ihminen tuntee olonsa energiseksi ja totaalisen uppoutuneeksi nautinnolliseen tekemiseen. Arjessa flow näyttäytyy tekemisenä, johon uppoutuu niin että unohtaa ajan tajun. Pelatessa flow-tilaan liittyy intensiivinen keskittyminen, aktiivisuuden ja ympäristön tiedostamisen lisääntyminen, hallinnantunne tilanteeseen tai aktiviteettiin, itsetietoisuuden häviäminen, ajantajun menetys ja kokemus pelin palkitsevuudesta. (Clare 2015, 69-72.)

Peliflowta pidetään yllä palkitsemalla pelaajia useasti pelin aikana. Tämä tapahtuu tehtäviä ratkaisemalla, mutta palkitsemiseen on muitakin tapoja. Esimerkiksi äänitetty vihje pelin hahmolta tai muu etukäteen nauhoitettu

viesti tai musiikki joka voimistuu ajan loppuessa voi toimia palkintona. Valo voi muuttua ajan kuluessa tai alkaa vilkkumaan viimeiset viisi minuuttia. Lavasteina voi käyttää savua tai muita elementtejä ja pelaajien kanssa voi kommunikoida vihjeiden avulla. Tehtävien ja arvoitusten tulisi tukea peli-flowta. Kun tehtävät tukevat teemaa ja sitä mitä pelaajat tekevät, pelisuunnittelija vahvistaa koko pelikokemuksen sisältöä. Ihmiset rakastavat salaisten paikkojen ja luukkujen paljastumista ja se on loistava tapa palkita pelaajat. Vielä vaikuttavampaa on, jos peliin voi rakentaa salaovia esimerkiksi kattoon. (Clare 2015, 75-76.)

Claren (2015, 29-30) mukaan pelaajat rakastavat pieniä vihjeitä taustatarinan etenemisestä pelin aikana. Tehtävien ja arvoitusten tulisi olla piilotettu ja ripoteltu pitkin huonetta teeman ja pelipolun mukaisesti. Clare ei suosittele pelin kannalta ratkaisevien vihjeiden sijoittamista pelin alkuun koska ne voivat jäädä helposti huomaamatta. Kun peli alkaa, asioita alkaa tapahtua hyvin hitaalla tahdilla. Pelaajat tutkivat ensin huonetta ja huomioivat ympäristöä ja teemaa. He voivat olla ensin arkoja liikuttamaan esineitä. Pelin tulisi silti edetä verkkaisesti. Jos pelaajat eivät löydä ratkaisevia vihjeitä, he eivät pääse eteenpäin pelissä. Tämä taas lisää pelaajien hämmennystä, tylsistymistä ja turhautuneisuutta. Pelaajille pitää antaa helppo voitto heti pelin alussa kasvattamaan heidän itseluottamusta ja innostuneisuutta. Tämä tapahtuu antamalla helppo tehtävä heti pelin alkuun.

Tehtävien ja pulmien tulisi liittyä teemaan ja olla näkyviä ja helppoja löytää, mutta ei niin ilmiselviä että ne tuntuvat irrallisilta. Pelitilan sijoittelu pitää miettiä teeman kannalta. Sijoittelussa tulee myös huomioida turvallisuus. Esimerkiksi liian korkealle sijoitetut vihjeet ovat riski, pelaajat voivat kiivetä ja loukata itsensä. Pelaajat saattavat joskus ajatella tehtäviä ja vihjeitä liian monimutkaisesti, jolloin peliin syntyy harhautus. Pelisuunnittelussa tulisi huomioida tarkoitukselliset harhautukset ja pyrkiä poistamaan muut. (Clare 2015, 31- 32.)

Pakohuonepeleissä voi käyttää hyväksi useampia huoneita ja niitä voi hyödyntää monella eri tapaa. Usealla huoneella voi kontrolloida peliflowta rajaamalla vaikeimmat tai helpoimmat tehtävät tietyille alueille. Pelaajat pääsevät eri alueille vain ratkaisemalla tehtäviä, he eivät voi käyttää raakaa voimaa edetäkseen pelissä. Yleisin tapa on pistää pelaajat selvittämään tiensä yhdestä lukitusta huoneesta seuraavaan. Pelaamiseen voi myös ottaa avoimen lähestymistavan, jossa pelaajat tutustuvat kaikkiin pelitiloihin ja huoneisiin omaa tahtia. Pelaajat voi myös jakaa kahteen joukkueeseen jossa tiimi työskentelee yhdessä tilassa, toinen toisessa. (Clare 2015, 37-38.)

Clare (2015, 39-42) korostaa kiinnittämään huomiota yksityiskohtiin. Vaikka suunnittelija ajattelisi itse tehneensä maailman parhaan pelin, jotkut tärkeimmät pelielementit voivat silti jäädä huomaamatta. Kun ihmiset suunnittelevat tiloja, heillä on taipumus suunnitella niitä itselleen. Pelisuunnittelijan tärkein päämäärä on suunnitella toisille. Clare listaa kohteita

joiden tulee olla kunnossa pelin valmistuttua, mutta jotka jäävät helposti huomiotta. Valaistuksen pitää olla kunnossa ja pelaajien nähdä kunnolla mitä tekevät. Valaistus tukee teemaa, mutta esimerkiksi liian hämärä valo saattaa haitata pelaamista ja ärsyttää pelaajia. Vinkit ja apuvälineet pitää olla mietittyjä, mutta ei liian ilmiselviä. Pelinsuunnittelijan pitää luoda painetta peliin, mutta ei väärällä tavalla. Liian matala katto huoneessa voi esimerkiksi aiheuttaa matalanpaikankammoa. Painetta ei tarvitse luoda fyysisillä elementeillä, vaan ajalla. Kello seinässä käy esimerkiksi hyvin tähän tarkoitukseen. On tärkeää testata äänentoistoa ennen peliä ja pitää huolta, että hätäuloskäynnit on hyvin merkitty. Pelisuunnittelijan pitää ratkaista saako pelaajat pitää kännykät mukana pelin aikana ja testata kestävätkö esineet ja lavasteet voimankäyttöä.

Pakohuonepelit perustuvat tietämiselle ja tämä tulee huomioida suunnittelussa. Pelissä pelisuunnittelija kontrolloi mitä pelaajat tietävät, mitä vaikutteita pelaajat saavat, mitä huoneeseen tulee ja ei tule, missä kohtaa peliä pelaajat tarvitsevat jonkun tietyn esineen tai tiedon ja missä kohtaa he saavat sen. Pelisuunnittelija ei voi olettaa pelaajilla olevan jotain tiettyä tietotaitoa pelin ratkaisemiseksi. Pelaajilla on erilaista elämäkokemusta ja tämä vaikuttaa siihen, miten he lähestyvät tehtäviä ja arvoituksia. Pelitestaamisella ja fiksulla pelisuunnittelulla voidaan varmistaa, että kaikki pelaajat voivat ainakin yrittää ratkaista pelin. Jos pelaajat jatkuvasti epäonnistuvat tehtävän ratkaisemisessa koska heillä ei ollut tehtävään tarvittavaa tietoa, pelinsuunnittelijan tulee huomioida, että pelaajat saavat tarvittavan tiedon. (Clare 2015, 49-50.)

Pelin suunnittelussa tulee huomioida kohdeyleisö. Kokeneille pelaajille voi tarjota vaihtoehtoa, jossa he eivät saa apua pelaamiseen ollenkaan. Uusien pelaajien kanssa pitää painottaa tiimityön ja keskustelun merkitystä ja vihjeiden etsimistä esimerkiksi availemalla erilaisia lipastoja. Tärkeää on myös miettiä, miten fyysisesti rajoittuneet tai muut erityisryhmät voivat osallistua peliin. (Clare 2015, 51)

Pakohuonepelit koostuvat erilaisista tehtävistä ja arvoituksista (englanniksi puzzle). Tehtävät voivat olla kaikenlaisia haasteita jotka edellyttävät ajattelua ja loogista ongelmanratkaisua. Esineiden etsiminen ei ole tehtävä, vaan sillä tutustutaan ympäröivään tilaan. Pakopeleissä on loogisia tai staattisia haasteita, jotka voidaan ratkaista vihjeiden avulla. Tehtävien logiikan pitää liittyä teemaan tai itse tehtävään. Tehtävä ei ole onnistunut ilman haastetta joka voidaan ylittää. Kuten hyvässä tarinassa, hyvässä tehtävässä on konflikti. Pakohuonepeleissä konflikti syntyy siitä, että pelaajat haluavat päästä käsiksi sellaiseen asiaan, joka heiltä on estetty, kuten avain oveen tai vastaus arvoitukseen. (Clare 2015, 52-56.)

Jos tehtävässä ei ole selvää haastetta, pelaajilla ei ole motivaatiota suorittaa tehtävää eivätkä he välttämättä tiedä, milloin tehtävä on suoritettu. Tehtävissä pitää olla selkeät esteet niiden ratkaisemiseksi ja niiden ratkai-

sulla selkeä yhteys peliin. Jos pelaajat esimerkiksi löytävät lukitun kassakaapin, kokeneet pelaajat tietävät, että heidän pitää seuraavaksi ratkaista miten kassakaappi avataan. Pelaajat tietävät suorittaneensa tehtävän keksiessään koodin kaappiin ja saadessaan sen auki, näin päästessään käsiksi sen sisältöön. Tehtävällä oli selkeä alku, este, ratkaisu ja vaikutus peliin. (Clare 2015, 56.)

Pakopeli tarvitsee vihjeitä tehtävien tueksi. Jos niitä ei ole, peli voi olla liian helppo. Vihjeet ohjaavat peliä eteenpäin ja auttavat pelaajia ratkaisemaan tehtäviä tarjoamalla viittauksia tehtävän logiikkaan ja pohjautumalla pelin teemaan. Pakopelissä melkein kaikki ympäristössä voi olla vihje, purkka lattialla tai lehtiö pöydällä. Vihjeiden suunnittelussa on tärkeää, että ne ovat loogisia. Tämä voi kuulostaa yksinkertaiselta, mutta selkeä vihje toiselle voi olla harhautus toiselle. Tehtävien ja vihjeiden pitää tukea laajempaa kokonaisuutta. (Clare 2015, 56-59.)

Jokainen pelaaja tulkitsee ympäristöään omalla tavallaan. Vihjeillä on tärkeä rooli pelissä, että pelaajat ymmärtävät pelisuunnittelijan aikomukset oikein. Pelaajat eivät esimerkiksi tiedä, että seinälle on piilotettu vihje, ennen kuin he löytävät vihjeet joka viittaa siihen. Vihje kertoo pelaajille, että seinää tulisi tarkastella tarkemmin, tai että se pitää sisällään jonkun tiedon. Pelisuunnittelijan tärkeä tehtävä onkin saada pelaajat huomaamaan tehtävät ja niiden tarkoitukset. (Clare 2015, 77.)

Pakohuonepelien suunnittelussa puhutaan tehtäväpoluista, joihin viitattiin jo Nicholsonin tutkimuksessa. Claren (2015, 59-60) mukaan polku voi olla avoin, jossa kaikki tehtävät ovat heti pelaajien saatavilla tai lineaarinen, jossa tehtävät pitää suorittaa tietyssä järjestyksessä päästäkseen onnistuneeseen lopputulokseen. Peli voi sisältää myös useita lineaarisia polkuja, mikä on suosituin rakenne, sillä se mahdollistaa monen pelaajan pelaamisen samanaikaisesti. Poluilla pitää olla selkeä päämäärä.

Hyvä tehtävä välittää tietoa sen tilasta pelaajille. Sillä on selkeä alku, keskikohta ja loppu. Hyvä tehtävä tukee pelaajien keskinäistä kommunikointia, he voivat pyytää toista jatkamaan tai etsimään lisävihjeitä. Hyvä tehtävä antaa pelaajille positiivisuutta ja itseluottamusta ratketessaan, joten pelaamisen kannalta on tärkeää olla eritasoisia tehtäviä. (Clare 2015, 61.)

Pakopelin lopusta tulisi tehdä palkitseva. Lopussa pelaajat saavat ansaitun päätöksen tehtäville joiden kanssa ovat kamppailleet, he ovat voittaneet esteet ja saavat pelin päätökseen. Tärkeimmät pelin osat ovat aloitus ja lopetus. Ne ovat kriittisiä sen kannalta mitä pelaajat ajattelevat pelistä sen jälkeen. Lopetuksen pitää liittyä pelin alkuun. Saadakseen kokonaisen peliflow-kokemuksen, pelaajien pitää lähteä hurmoksessa haluten hiukan lisää huolimatta siitä, hävisivätkö vai voittivatko he pelin. Lopetuksen tulee olla viihdyttävä ja liittyä loppukeskusteluun luontevasti. (Clare 2015, 76-77.)

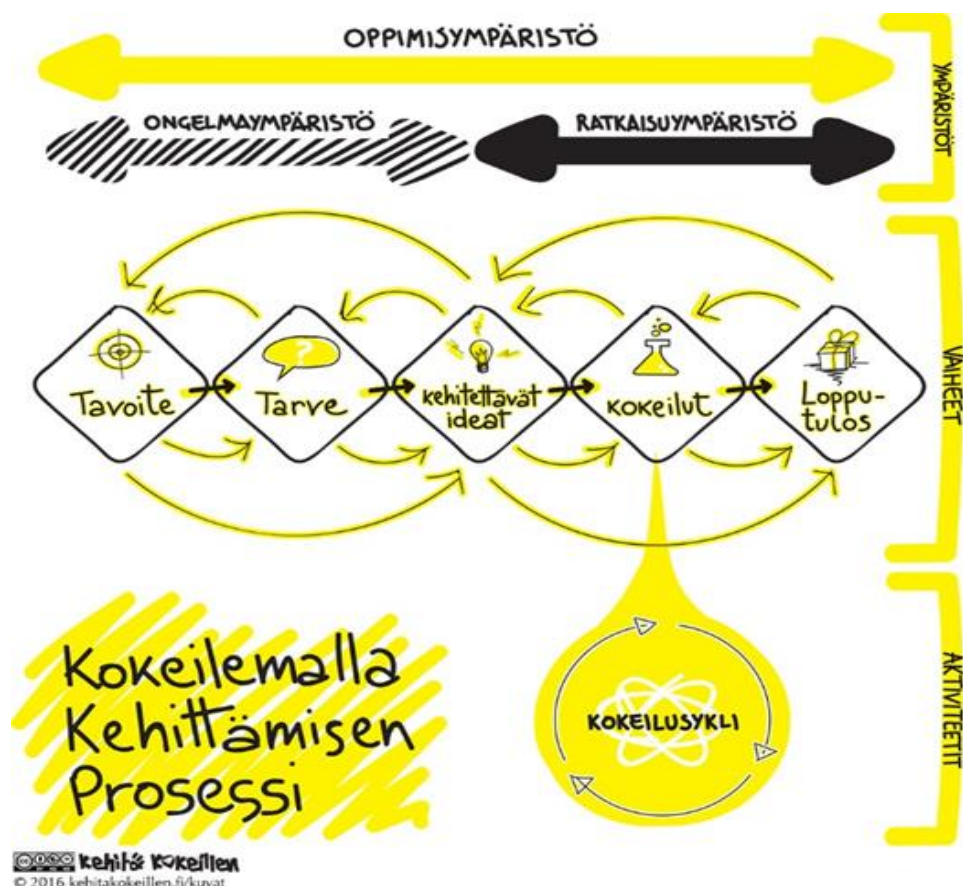
Pelinvetäjän täytyy panostaa pelin lopetukseen. Pahimmassa tilanteessa peli loppuu ja pelaajat eivät tiedä mitä tehdä seuraavaksi. Pelaamisen kohokohta on aina voittaminen tai häviäminen ja pelaajat ovat joko pettyneitä tai innoissaan. Pelinvetäjällä on lopetuksessa mahdollisuus vaikuttaa siihen, että pelaajille jää positiivinen kokonaiskuva pelistä. Jos pelaajat ratkaisevat pelin itse ja määrättyssä ajassa, pelinvetäjä voi tiedustella, miten he sen tekivät ja ylistää pelaajien nokkeluutta. Jos pelaajat eivät onnistuneet ratkaisemaan peliä ajoissa, pelaajia voi lohduttaa kuinka lähellä onnistumista he olivat. Pelaajia voi auttaa ymmärtämään missä he menivät vikaan ja puhumaan omasta tunnekokemuksestaan. Samalla pelinvetäjä saa mahdollisuuden kuulla erilaisia kokemuksia pelin sisällöstä. Loppukustelulle pitää varata aikaa lopputuloksesta huolimatta. Pelaajat rakastavat puhua kokemuksestaan. Loppuyhteenvedon tulee olla mielenkiintoinen kokemus myös pelin hävinneille. (Clare 2015, 44)

Pelin jälkeen on mahdollisuus ottaa yhteiskuva muistoksi sekä sosiaaliseen mediaan pelin markkinoimiseksi. Yleensä pakopelin järjestäjillä on erikseen paikka tai seinä kuvan ottamista varten, mikä on koristeltu pakopelin nimellä ja muulla markkinointimateriaalilla. (Clare 2015, 45.)

6 KEHITTÄMINEN KOKEILLEN

Kun opinnäytetyön tavoite, tarve ja kehitettävä idea olivat selkeytyneet, oli aika siirtyä pelin suunnitteluun ja kokeilemalla kehittämiseen. Kokeilemalla kehittäminen lähtee liikkeelle idean kannalta keskeisistä kysymyksistä: ketkä ovat asiakkaita tai käyttäjiä? Millaisia haasteita tai tarpeita heillä on? Miten näihin haasteisiin ja tarpeisiin voisi vastata? Kun näihin kysymyksiin on vastattu, voidaan siirtyä kokeiluihin. Kokeilut synnyttävät uutta tietoa, joka auttaa näkemään, mitä seuravaksi pitäisi tehdä, mutta tämä näkyvyys kantaa vaan lyhyen matka tulevaisuuteen. (Hassi, Paju & Maila 2015, 24-27.)

Kokeilemalla kehittäminen sopii toteutukseen, kun tavoitteena on luoda uusia, innovatiivisia tuotteita, liiketoimintaa ja palveluja tai kehittää organisaation toimintatapoja. Lähestymistapana käytetään nopeita, helppoja ja kustannuksiltaan alhaisia taktisen tason kokeiluja. Nämä kokeilut synnyttävät ensikäden tietoa, jonka avulla kehittämishanketta voidaan ohjata oikeaan suuntaan. (Hassi, Paju & Maila 2015, 4.)



Kuva 10. Kokeilemalla kehittämisen prosessi (Kehitä kokeillen n.d.)

Kokeileminen vaatii välittömän asiakaskontaktin luomista, menemistä sinne, missä ihmiset ovat, keskeneräisten ideoiden testaamista käytän-

nössä ja jatkuvan tosielämästä saadun palautteen, niin positiivisen kuin negatiivisenkin, vastaanottamista. Toisin sanoen kokeilujen tekeminen vaatii rohkeutta. Se pakottaa kohtaamaan ideaan liittyvät epävarmuudet ja heikkoudet, sekä mahdollisuuden sen hylätyksi tulemisesta, aivan eri tasolla suunnittelemiseen verrattuna. Vastapainona kokeilussa onnistuminen antaa valtavan määrän positiivista energiaa, innostusta, iloa ja liikevoimaa. Nämä tunteet usein loistavat poissaolollaan perinteisessä suunnittelussa. (Hassi, Paju & Maila 2015, 4.)

Jos tavoitteena on luoda jotain, mikä tuottaa asiakasarvoa, arvon kokemus on aina subjektiivinen. Siihen vaikuttavat lukuisat ihmisestä ja ympäristöstä johtuvat toisiinsa kytkeytyneet asiat. Kokeilemalla kehittäminen voidaan nähdä keinona luoda uutta arvoa testattavan palvelun monimutkaisuudesta huolimatta. Kokeilut ovat menetelmä, jolla testataan ja tunnustetaan, missä asiakasarvo on, ja miten sitä tulisi tuottaa. (Hassi, Paju & Maila 2015, 10)

Kokeilemalla kehittäminen on jatkuvaa, nopeaa ja tarkoituksenmukaista oppimista. Projektin suunta määräytyy sen mukaan, mitä on opittu, jotta seuraaviin kokeiluihin, joista syntyvä uusi tieto puolestaan vaikuttaa projektin suuntaan. On hyväksyttävä, että avoimuus uusille ideoille ja joustavuus projektin etenemisen suhteen ovat välttämättömiä onnistumisen edellytyksiä. Suunnittelussa keskitytään suunnitelmien laatuun ja niiden virheettömyyden noudattamiseen, kokeilemalla kehittämisessä tärkeää on oppimisnopeus ja adaptiivisuus. (Hassi, Paju & Maila 2015, 24-25.)

Koska kokeilut pyritään pitämään niin pieninä ja yksinkertaisina kuin mahdollista, ovat niihin liittyvät riskit pieniä ja hallittuja. Lisäksi opitaan jatkuvasti, mikä toimii ja mikä ei ja mihin suuntaan tulisi seuraavaksi edetä, sillä sekä onnistuneet että epäonnistuneet kokeilu synnyttävät uutta tietoa. (Hassi, Paju & Maila 2015, 28.)

Kun jokainen kokeilu synnyttää uutta tietoa, kehitys elää kokeilujen tahdissa. Kehitettävän kohteen suunta muuttuu ja tarkentuu jatkuvasti tiedon lisääntyessä. Ei ole harvinaista, että alkuperäinen kehitettävä idea paljastuu flopiksi. Samalla kokeilut kuitenkin paljastavat jotain yllättävää, mikä puolestaan johtaa uusiin, parempiin ideoihin. Kokeilujen avulla syntyy myös ymmärrystä vaihtoehtoisista tavoista päästä kohti tavoitetta. Lisäksi syntyy käytännön tietoa siitä, mikä lähestymistapa vaikuttaisi toimivan parhaiten. Yhden suunnan osoittautuessa toimimattomaksi voidaan helposti muuttaa lähestymistapaa. Kokeilemalla kehittäminen säästää sekä aikaa että resursseja. (Hassi, Paju & Maila 2015, 11.)

Kokeilu synnyttää asiakkaissa usein innostavan ja energisoivan kokemuksen. Se saa tunteet peliin ja herättää helposti uusia ideoita. Nämä ideat tulevat asiakkaan, ei kehitystiimin näkökulmasta. Usein asiakkailta kuulee ajatuksia ja vinkkejä, jotka johdattavat kehitystä uusiin, mielenkiintoisiin

suuntiin ja näkökulmiin. Ihmisillä on usein myös yllättäviä kontakteja, osaamista tai resursseja. Jos he innostuvat kehitettävästä ideasta, puhe siirtyy nopeasti siihen, miten näistä voisi olla apua. Kokeilemalla kehittämisen yksi vahvuus on siinä, että se tuo eri tahot mukaan kehittämistyöhön alusta asti. On paljon helpompi myydä asiakkaalle jotain, minkä kehittämisessä asiakas on ollut itse mukana. Vastaavasti on helpompi viedä ideoita eteenpäin organisaation sisällä, jos niitä on pienimuotoisesti kokeiltu ja kokeilut ovat osoittaneet ideoiden hyödyn. Kokeilut synnyttävät empiiristä todistusaineistoa kehitettävän idean potentiaalista, mikä mahdollistaa faktoihin perustuvat päätökset väitteiden ja olettamusten sijaan. (Hassi, Paju & Maila 2015, 11-13.)

Suuria päämääriä harvoin saavutetaan yksittäisillä ideoilla. Siksi onkin osuvampaa kysyä, mitä voidaan kehittää, jotta päästään lähemmäksi kohti suurempaa päämäärää. Vastaavasti erilaisten kehitettävien ideoiden osalta voidaan kysyä, mitä haasteita tai ongelmia ne ratkaisevat ja ovatko ne ratkaisemisen arvoisia. Mihin asiakastarpeeseen kehitettävä idea vastaa. Ongelmaympäristön ymmärtäminen edellyttää, että ymmärretään, mikä on kehitettävän idean taustalla oleva isompi tavoite. Mihin tarpeisiin vastaamalla kehitettävä idea vie lähemmäksi tätä tavoitetta? (Hassi, Paju & Maila 2015, 35-36.)

Ongelmaympäristön kunnollinen tuntemien edellyttää usein muutakin kuin ajatustyötä. Toisinaan on tehtävä kokeiluja, joiden päätarkoitus on oppia enemmän siitä, mitä mahdolliset asiakkaat tavoittelevat ja mitä esteitä on heidän ja tavoitteen välissä. Ongelmaympäristön ja ratkaisuympäristön välissä ovat kehitettävät ideat. Ideat ovat konkreettinen kuvaus niistä ratkaisuista, jotka vievät lähemmäksi taustalla olevaa tavoitetta. Kehitettävissä ideoissa tulisi yhdistyä sekä ratkaisun keskeiset osat ja niiden toiminta, että ymmärrys siitä kontekstista, johon ratkaisua ollaan kehittämässä, eli tunnistettu asiakastarve. (Hassi, Paju & Maila 2015, 38.)

Todellisuudessa kokeilemalla kehittäminen on oppimista eri vaiheiden välillä, lopullinen ratkaisu syntyy pala kerrallaan, kun projektin aikana opitaan mitkä asiat toimivat ja mitkä eivät. Siirtyminen kokeilusta takaisin päämäärään ja tarpeen tullen uudelleenahmottamiseen ei pitäisi nähdä askeleena taaksepäin, päinvastoin. Kaikki uusi tieto, joka parantaa kehitettävän idean ymmärtämistä, vie projektia eteenpäin. (Hassi, Paju & Maila 2015, 38-39.)

Epävarmuus on innovatiivisen toiminnan edellytys. Ilman epävarmuutta tietäisimme tasan tarkkaan, mitkä toimenpiteet johtavat mihinkin lopputulokseen. Jos hyväksytään epävarmuus ja annetaan projektille tilaa muuttaa suuntaa, voidaan kehitettävästä ideasta saada lisätietoa ja valita parhaalta vaikuttava etenemistapa. Mitä enemmän opitaan, sitä tarkemmin projektin lopputulema ja sen vaikutukset alkavat hahmottua. Myös oikeat vaiheet lopputuleman saavuttamiseksi paljastuvat projektin edetessä. (Hassi, Paju & Maila 2015, 24-27.)

6.1 Riihimäen taidemuseon pakopeli: taideryöstö

Olen aikaisemmin käynyt kahdessa pakohuoneessa, joten pakohuonepelien idea oli tuttu. Suunnittelutyö alkoi keskustelulla taidemuseon henkilökunnan kanssa mihin tilaan pakohuone sijoittuu. Toivomus oli, että koko museo toimii pelitilana. Kun pelaajat toimivat taidemuseon yleisissä tiloissa, he kiertävät samalla näyttelyitä ja pelin tehtävät voi liittää ympäröivään taiteeseen. Pelin kestoksi päätettiin tunti. Koska aika ei riitä koko museon kiertämiseen ja tehtävien ratkaisemiseen, rajautui pelialueeksi taidemuseon yläkerta. Yläkerrassa on myös pysyvät näyttelyt Helene- ja Kiinahuone johon osan tehtävistä voi liittää. Pelin sisältöä ei tarvitse suunnitella kokonaan uudestaan aina kun näyttely vaihtuu.

Perinteisesti pakohuoneet käsittävät yhden tai useamman huoneen, jolloin peli on helposti rajattu ja huoneessa vaan esineitä joihin saa koskea. Useat ohjeet pelihuoneen rakentamisesta painottavat ostamaan tavaroita kaksin kappalein. Ihmiset rikkovat tahtomattaan tavaroita pelatessaan. Tämä toi suunnittelutyöhön ensimmäisen haasteen. Tehtävät piti rajata niin että ne liittyvät taiteeseen mutta eivät edellytä taiteeseen koskemista, ettei korvaamatonta taidetta mene vahingossa rikki.

Aloitin pakohuonepelin tehtävien suunnittelun tutkimustyöllä internetissä. Pakopelejä on Suomessa paljon mutta verkossa on hyvin vähän tietoa pelien suunnittelusta tai toteutuksesta. Pakopelifirmat tarjoavat maksullista konsultaatiota tai työpaikoille/kehityspäiville suunniteltuja pakopelejä tiimityöskentelyn tueksi. Englanniksi tietoa pakopelien suunnittelusta löytyi huomattavasti enemmän. Maksullisia oppaita ja valmiita paketteja pelien toteuttamiseen löytyi jonkin verran. Yleisiä ohjeita ja tietoa tyyppillisistä elementeistä ja tehtävistä oli saatavilla paljon, mutta sivut olivat hyvin samankaltaisia.

Suunnittelutyö osoittautui haastavaksi. Halusin keksiä yllättäviä ja uudenlaisia ratkaisuja peliin. Tyyppillisesti pakopelissä on yhdistelmälukollisia tehtäviä paljon. Eteneminen pelissä tapahtuu vihje kerrallaan, yhden tehtävän johtaen toiseen. En halunnut käyttää liian ilmiselviä ratkaisuja tai täyttää peliä yhdistelmälukollisilla tehtävillä. Haastetta toi myös tehtävien ripotteleminen pitkin museota.

Pelin päämäärä ei voinut olla museosta pakeneminen. Peli toteutetaan museon aukioloaikana ja näin ollen museota ei voi lukita eikä varata vain pelaajien käyttöön. Vaikka pakopeliformaatin ei tarvitse sisältää pakenevista fyysisestä huoneesta, jäin pohtimaan pakopeli-sanankäyttöä ja sen tuomaa mielikuvaa. Kokeneemmat pakopeliharrastajat tietävät, että peli voi olla muutakin kuin huoneesta pakenemistä. Ensikertalaiselle kokemus saattaa olla pettymys, kun peli ei pidäkään sisällään pakenemistä huoneesta.

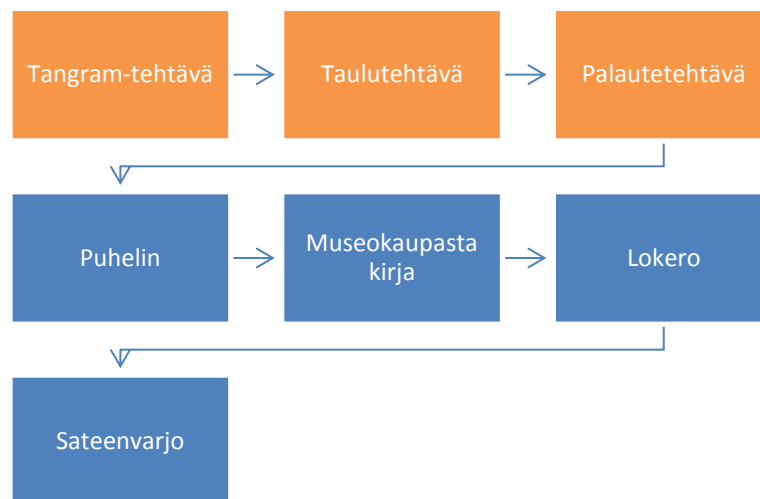
Adam Claren (2015, 11) mukaan pakohuonepelejä voidaan kutsua esimerkiksi arvoitushuoneiksi, seikkailuhuoneiksi tai pulmapeliksi, mutta yhteistä käsitystä ei ole millä nimellä tämän tyyppisiä pelejä tulisi kutsua. Pakopelien tekijöiden keskuudessa pakohuone (Escape Room) on yleisin nimitys. Nicholsonin (2015, 16) mielestä nimi on liian rajaava. 30 prosenttia hänen tutkimukseensa kuuluneista huoneista ei sisältänyt pakenemistä. Hän ehdottaa tilalle käsitettä tosielämän seikkailupelit tai tosielämän seikkailut (live-action adventure games / live-action adventures) (Nicholson 2015, 28).

Nicholsonin tutkimuksen mukaan 30 prosentissa kaupallisista peleistä oli joitain oppimistavoitteita tai sisältöjä ja 8 prosenttia oli puhtaasti oppimispelejä, joten laajempi käsitteen käyttö on perusteltua myös pelien erilaisen sisällön takia. 22 prosentissa peleistä oli opetuksellinen mahdollisuus hauskanpidon lisäksi. Pääasiallisesti pelit opettivat ryhmätyötaitoja ja yhteistyön tekemistä. Muita oppimissisältöjä olivat historia, maantieto, paikallinen kulttuuri, politiikka, tiede, astronomia ja kemia, kirjallisuus, salakirjoitus sekä pistekirjoitus. (Nicholson 2015, 24.) Päätin kuitenkin kutsua peliä pakopeliksi sanan tunnistettavuuden takia. Pelaajat tietävät mitä odottaa ja markkinointi on helpompaa.

Suunnittelin peliin taustatarinan, jolla sain peliin toisen päämäärän kuin taidemuseosta pakenemisen. Taustatarina on johdatus pelaamiseen ja ohjaa pelaajat oikealle polulle arvoituksen ratkaisemiseksi. Pelin taustatarina on, että pelaajat huomaavat taidemuseovierailullaan yhden työn kadonneen, vain tyhjät kehykset roikkuvat seinällä. Videonauhavalvonta paljastaa, ettei taideteosta ole viety pois museosta. Syyttävä sormi osoittaa pelaajiin, he ovat ainoita paikalla. Pelaajilla on tunti aikaa löytää taideteos ja puhdistaa maineensa, ennen kuin poliisit kutsutaan paikalle ja pelaajat joutuvat vastuuseen teoksen katoamisesta. ”Varastettu teos” on Rachel Ruyshin (attrib.) öljyväriteos Kukkia (1746), joka on oikea teos Wähjärven kokoelmasta. Pakopelissä käytetään kankaalle painettua kopiota teoksesta, jonka taidemuseo antoi pelin käyttöön.

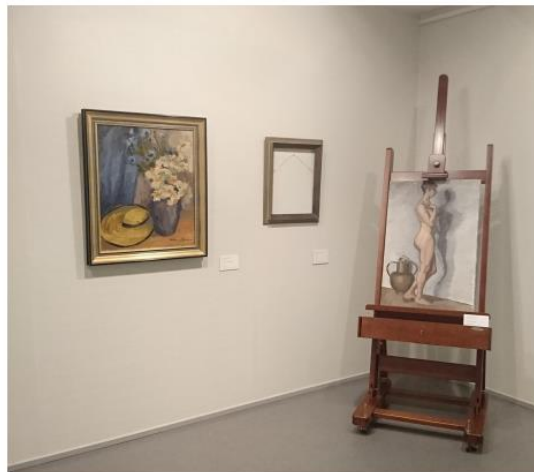
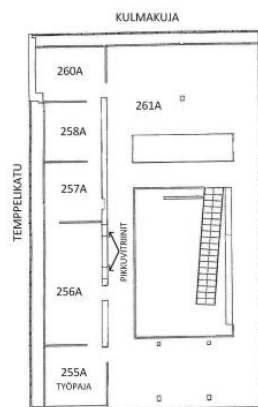
Seuraavaksi aloin suunnittelemaan itse tehtäviä ja arvoituksia. Monet pelintekijät varoittavat liian monimutkaisten ja yksityiskohtaisten tehtävien tekemisestä, ne ovat pelaajille turhauttavia ja hankalia. Ihmiset ovat erilaisia ja myös tehtävien tulisi olla mahdollisimman monipuolisia. Näin kaikki pelaajat pääsevät hyödyntämään taitojaan. Tehtävien tulisi innostaa pelaajia keskustelemaan keskenään. Vuorovaikutus pelaajien kesken on pelin tärkeä sosiaalinen elementti. Ostin peliä varten muutamia tarvikkeita, kuten yhdistelmälukkoja, muuten käytin kotoa löytyviä arkiesineitä ja taidemuseolta saatuja tarvikkeita. Otin peliin mukaan erilaisia tavaroita inspiroimaan erilaisia tehtäviä. Suunnittelu oli helpompaa esineiden kautta. En ottanut mukaan taiteen tekemistä vaativia tehtäviä, kuten maalaamista, jotta peliin tulisi monipuolisuutta. Riittää että tehtävät liittyvät taiteeseen.

Suunnittelemani pelipolku on ensin avoin ja etenee tietyn vaiheen jälkeen lineaarisesti. Kolme ensimmäistä tehtävää voidaan ratkaista missä vaan järjestyksessä mutta ne kaikki pitää ratkaista ennen kuin päästään neljänteen vaiheeseen. Avoin osa pelipolusta on merkitty alla olevaan kuvaan keltaisella. Tästä eteenpäin tehtäväpolku etenee lineaarisesti, puhelimen ratkaisu johdattaa pelaajat museokauppaan etsimään kirjaa, josta löytyy avain. Avain sopii lokeroon, joka johdattaa sateenvarjolle, jossa maalaus on piilossa.



Kuva 11. Pelipolku

Peli alkaa näyttelysalista, josta työ on ”hävinnyt”. Pelinvetäjä tuo ryhmän paikalle ja selittää säännöt. Peli alkaa.

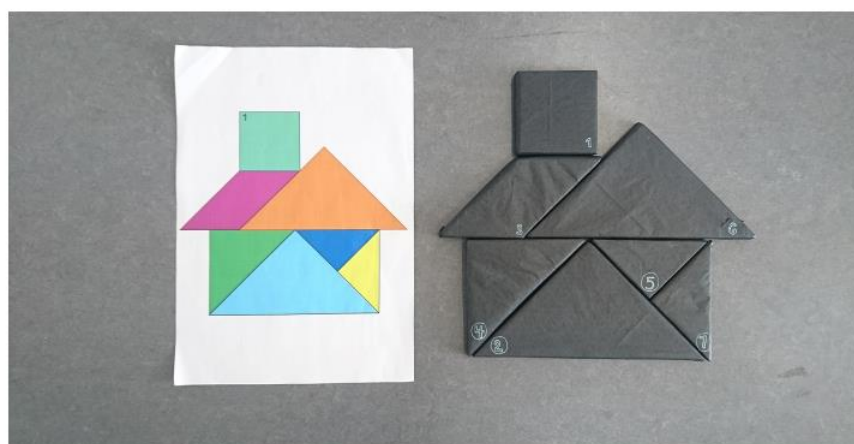


Kuva 12. Pelialue ja aloituspiste

Koska tavoitteena on, että pelaajat kiertävät näyttelytilaa ja tutkivat taide-teoksia aktiivisesti, ovat ensimmäiset tehtävät etsimistehtäviä. Ne auttavat pelaajia tutustumaan tiloihin. Pelaajien tulee löytää kirjan välistä paperivihje ja etsiä vihjeessä mainitun taiteilijan työ. Asettamalla paperin taulun esittelykyltin päälle, pelaajat saavat numerokoodin, joka avaa lukitun rasian.



Kuva 13. Taulutehtävä



Kuva 14. Tangram-tehtävä

Tangram-tehtävässä pelaajien pitää etsiä seitsemän palaa sekä talo-ohje kuvion kokoamiseen. Ympyröidyt numerot muodostavat koodin. Koodi avaa toisen lukitun rasian. Ohje löytyy Kiina-huoneesta ja palat näyttelysaleista.



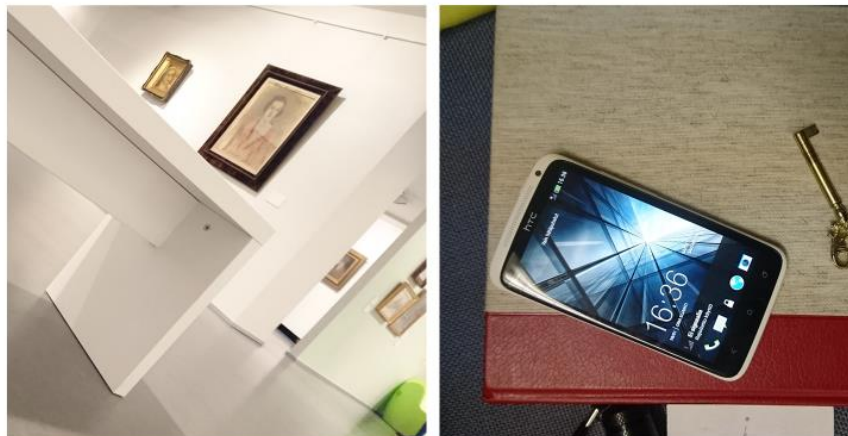
Kuva 15. Kiina-näyttely

Palautetehtävässä pelaajien pitää muodostaa sanoja palautelappujen ympäröidystä kirjaimista. Sanat paljastavat avaimen piilopaikan, mikä avaa palautelaatikon, josta paljastuu UV-lamppu. Palautelaatikkotehtävä on suunniteltu helpoksi ja antaa nopean palkinnon pelaajille.



Kuva 16. Palautetehtävä

Näyttelytilaan on piilotettu puhelin, teipattuna salin penkin alle. Puhelin sisältää ääniviestin tauluvarkaalta.



Kuva 17. Piilotettu puhelin

Pelin ensimmäisessä versiossa yläkerran askarteluhuoneen liitutaulusta löytyi taulukko ja lukollisesta rasiasta taulukon toinen osa. Nämä kaksi vihjettä paljastivat yhdessä koodin, jolla puhelimen lukituksen sai avattua. Puhelimeen oli kirjattu askarteluhuoneen numero ja toisesta lukollisesta rasiasta pelaajat saivat yläkerran pohjapiirroskartan, josta saivat vihjeen mennä taulukon luo.



Kuva 18. Puhelimen ratkaisu

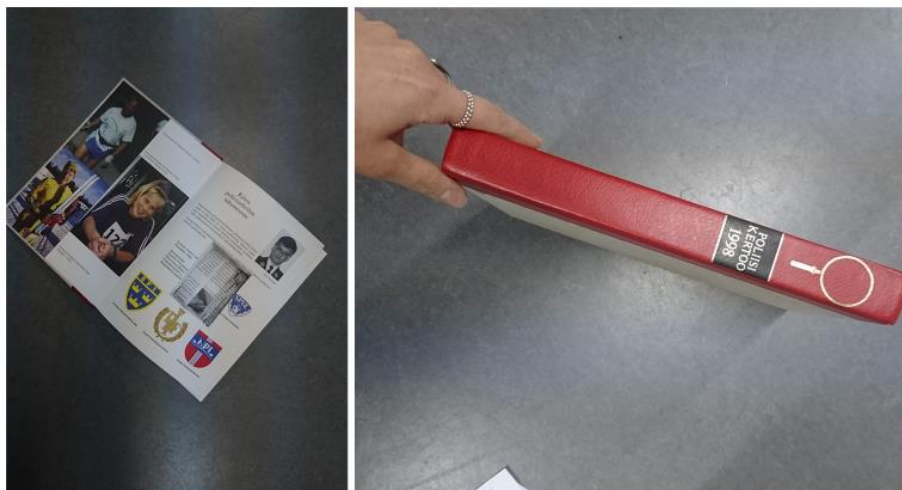


Kuva 19. Lukolliset rasiat



Kuva 20. Rasioiden löytöpaikat

Kun pelaajat saavat puhelimen auki, kehottaa varas ääniviestissä pelaajia etsimään museokaupasta jotain sinne kuulumatonta, ja että taulun löytymiseen he tarvitsevat työkalun. Museokaupasta pelaajien pitää löytää Poliisi kertoo-kirja, jonka sisään on kaiverrettu salaluukku avaimelle.



Kuva 21. Kirjapiilo

Avaimessa on numero 12 ja se on alakerran säilytyslokeron avain. Pelaajien tulee avata lokero numero 12.



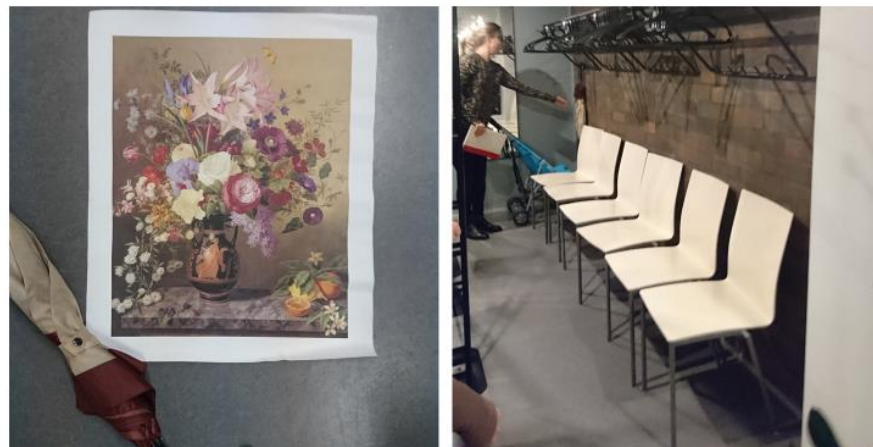
Kuva 22. Lokeron avain

Ensisilmäyksellä lokero vaikuttaa tyhjältä, mutta paljastaa UV-valolla viestin ”Muista ottaa sateenvarjo kun lähdet”.



Kuva 23. Lokeron salaisuus

Sateenvarjo roikkuu pelaajien takana naulakossa. Sateenvarjon sisältä paljastuu varastettu taideteos.



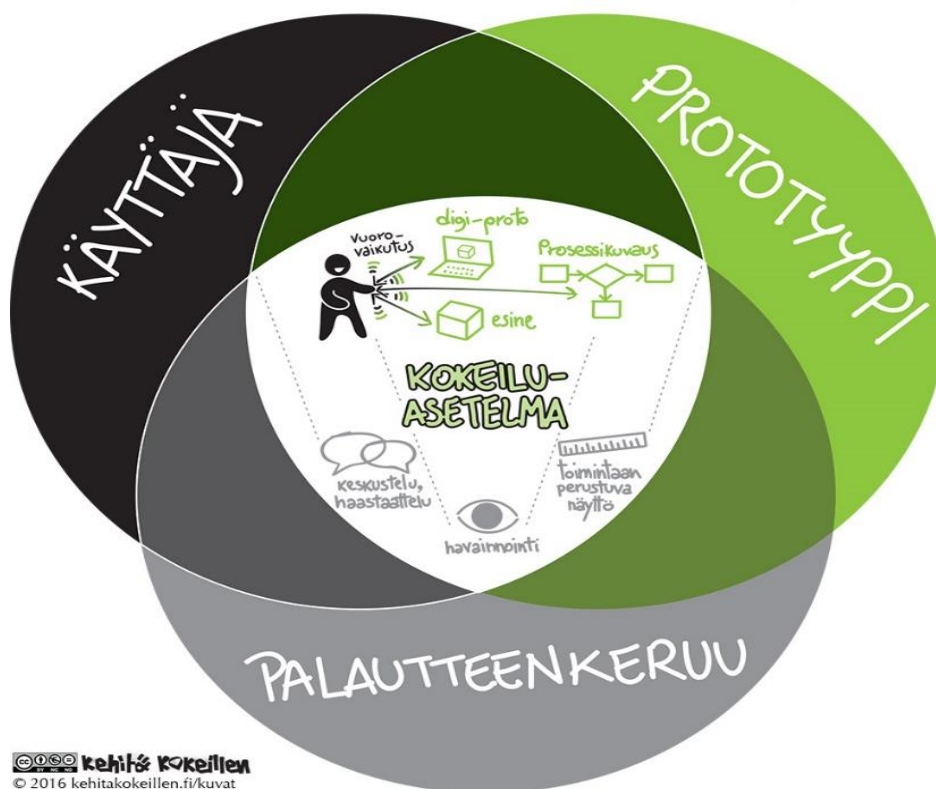
Kuva 24. Löytöpaikka ja teos, Rachel Ruyschin (attrib.) öljyväriteos Kukkia (1746)

6.2 Testiryhmät

Suunnitelman valmistuttua tein prototyypin pelistä ja siirryin pelin testaamiseen. Kokeiluilla peliä kehitettiin lopulliseen muotoon ennen yleisölle avaamista. Peliä testattiin neljällä testiryhmällä. Testiryhmät oli suunniteltu niin, että niissä on erilaisia mutta opinnäytetyön tavoitteiden kannalta oleellisia testihenkilöitä. Testiryhmässä on taidetaustaisia ja ei-taidetaustaisia ihmisiä, pakopelejä entuudestaan harrastaneita ja ei-harrastaneita, taidemuseon kävijöitä ja ei-kävijöitä, nuoria aikuisia ja aikuisia sekä miehiä.

Yksittäisiä kokeiluja voidaan tarkastella ikään kuin sykleinä, jotka koostuvat viidestä eri vaiheesta. Ennen varsinaista kokeilua pyritään tunnistamaan idean eri osien keskeiset epävarmuudet, joista kokeilulla pyritään oppimaan lisää. Sen jälkeen suunnitellaan ja valmistellaan kokeiluasetaelma ja tarvittaessa kokeilussa käytettävät prototyypit. Kokeilun aikana syntyvä palaute ja tieto pitää kerätä jollakin tapaa ja kokeilun jälkeen analysoida ja reflektoida kokeilussa opittua. Tämä luo pohjan seuraavalle kokeilusyklille. (Hassi, Paju & Maila 2015, 39.)

Kokeiluasetaelma on se tapahtuma tai tilanne, jossa käyttäjät vuorovaikuttavat prototyypin kanssa ja tästä vuorovaikutuksesta kerätään palautetta.



Kuva 25. Kokeilusykli (Kehitä kokeillen n.d.)

Onnistuessaan hyvin kokeilusykli ovat fokuoituneita, nopeita ja johtavat merkityksellisen uuden tiedon syntyyn. Jos kokeiluja lähdetään tekemään ilman selkeää kuvaa siitä, mitä pyritään oppimaan, on riskinä käyttää aikaa ja energiaa kehitettävän idean kannalta epäoleellisten seikkojen selvittelyyn, kun huomio pitäisi olla jatkuvasti idean kriittisessä olettamuksessa. Nopeus liittyy myös rajallisten resurssien tehokkaaseen käyttöön. Kokeilut tulisi pyrkiä tekemään niin pienellä vaivalla kuin mahdollista, kunhan se riittää uuden oppimiseen. Ei ole järkevää käyttää kuukausia tai viikkoja mahtavan kokeilun tekemiseen ja huomata, että kehitettävä idea oli rakennettu suolle, jos saman opin olisi saanut muutaman päivän työllä. Mahdollisimman paljon uutta tietoa mahdollisimman pienellä vaivalla on eräänlainen kokeilemalla kehittämisen kultainen sääntö. (Hassi, Paju & Maila 2015, 41.)

Alussa mietitään tarkempia kysymystä tai kysymyksiä, joihin pyritään luomaan uutta tietoa. Erilaisia tapoja ja ideoita rakentaa kokeilu tämän ympärille on monia, mutta johonkin vaihtoehtoon on päädyttävä, ennen kuin kokeilu voidaan toteuttaa. Kokeilun jälkeisessä reflektiossa on tärkeää sekä avata syntynyttä tietoa erilaisille tulkinnoille, että koota näitä näkökulmia tarkemmiksi opeiksi, joita projektin etenemisessä voidaan hyödyntää. (Hassi, Paju & Maila 2015, 41-42.)

Epävarmuuksien tunnistaminen tarkoittaa pohjatyötä, jonka perusteella voidaan vastata kysymykseen mitä meidän tulisi oppia lisää. Käytännössä tämä vaihe sisältää kehitettävän idean tarkastelua eri näkökulmista ja sen purkamista pienempiin osiin tai kokonaisuuksiin. Kehitystiimi voi esimerkiksi kuvitella, että projekti on ohi, mutta kaikesta työstä huolimatta idea ei toiminutkaan odotetulla tavalla. Pohtimalla miksi idea ei toiminutkaan, voidaan tunnistaa keskeisiä väitteitä, joiden varaan idea rakentuu. (Hassi, Paju & Maila 2015, 39.)

Kokeiluasetelman suunnittelu ja prototyypin valmistelu tapahtuvat usein samanaikaisesti. Kokeiluasetelma, eli konteksti tai tilanne jossa kokeilu tehdään, sekä vastaus miten kokeilu etenee, vaikuttaa väistämättä siihen, millainen kokeiluasetelman tulisi olla. Sekä prototyypin että kokeiluasetelman tulisi tukea toisiaan, jotta kokeilu synnyttäisi mahdollisimman paljon uutta ja merkittävää tietoa kehitettävän idean keskeisistä epävarmuuksista. (Hassi, Paju & Maila 2015, 39.)

Kokeilun aikana tapahtuva palautteen keruu on olennaisesti sidottu siihen, miten koehenkilöt kokevat kehitettävän idean prototyypin ja kokeiluasetelman. Ensisijaisesti pyritään oppimaan kokemuksista ja siitä, miten ihmiset nähtävästi toimivat, eikä välttämättä niinkään siitä, miten he väittävät toimivansa jossain kuvitteellisessa tilanteessa. (Hassi, Paju & Maila 2015, 39.)

Lopuksi on tärkeää pyrkiä hyötymään tehdyistä kokeiluista mahdollisimman paljon. Koska kokeilemalla kehittämisen tarkoitus on synnyttää puuttuvaa tietoa, on oleellista käyttää aikaa ja vaivaa tapahtuman reflektoinnille. Miksi nähdä vaivaa hienojen kokeilujen eteen, jos niistä saatua tietoa ei ole tarkoitus hyödyntää kunnolla. Reflektio vaatii aikaa ja pysähtymistä, mutta on erittäin tärkeää oppimisen kannalta. Hyvin tehty reflektio antaa myös paremmat lähtökohdat seuraavan kokeilun suunnittelulle. (Hassi, Paju & Maila 2015, 41.)

Testiryhmiä varten tein muotoiluluotaimen jonka avulla keräsin palautetta ja käyttäjätietoa ja -kokemuksia. Muotoiluluotainten tarkoituksena on saada käyttäjä tarkastelemaan ja kuvaamaan palvelua ja omia kokemuksiaan niin, että ne välittyvät tutkijalle. Luotaimen avulla saadaan käyttäjien arvot mukaan suunnitteluprosessiin ja ne koostuvat tehtävistä, kuten esimerkiksi valokuvaus ja päiväkirjat. Muotoiluluotaimet ovat empaattisia menetelmiä, joita käytetään tyyppillisesti suunnitteluprojektien varhaisissa

alkuvaiheissa. Tämä luo yhteyden käyttäjien ja suunnittelijoiden välille ja innostaa jatkokehitykseen. (Muotoiluluotaimet 2012.)

Luotaimeen kuului ennen peliä alkuhaastattelu (liite 1) ja peliavatarin tekeminen, varjostus, valokuvaus ja fiilissyke pelin aikana, sekä ”jälkipelit” eli loppukeskustelu (liite 1) testauksen jälkeen.



Kuva 26. Peliavatar ja taustatietoa

Fiilissykettä varten pyysin pelaajia arvioimaan fiilistään ennen pelin alkua asteikolla 1-5 (1=tylistynyt, 5=todella hyvä fiilis) ja pelin aikana noin kymmenen minuutin välein. Näin sain pelaajilta ”fiilissykkeen”, joka auttoi tulkitsemaan mitkä vaiheet ja tilanteet pelaamisesta koettiin mielekkäiksi ja mitkä ei.



Kuva 27. Fiilissyke



Kuva 28. Varjostus

Pelin jälkeen oli loppukeskustelu, jossa kävimme peliä läpi ja keräsin palautetta ja mielipiteitä avoimen haastattelun muodossa (liite 1). Haastattelussa kysyin esimerkiksi mitä pelaajat arvioisivat sopivaksi hinnaksi ja mitä mieltä he olivat pelin vaikeusasteesta ja pelaajamäärästä.

Ennen testaamista pohdin pelin eri vaiheita ja tehtävien toimivuutta. En voinut ennakoida missä järjestyksessä pelaajat löytävät tai ratkaisevat tehtävät, joten pohdin erilaisia vaihtoehtoja. Testauksessa kiinnitin huomiota siihen löytävätkö pelaajat vihjeet, onnistuuko tehtävien ratkominen ja toimiiko pelipolku. Nämä olivat myös epävarmuustekijöitä testaamisessa. Toimin itse pelinvetäjänä ja otin aikaa munakellolla varjostaessani pelaajia.

Seuraavaksi kuvaan kokeiluja, niiden tuloksia ja testiryhmien palautetta. Kokeilujen aikana teen co-designia, eli kehitän ja teen muutoksia peliin testiryhmien palautteen mukaan. Co-design on osallistavaa, yhteisöllistä suunnittelua ja tekemistä. Co-designia voi tehdä sekä pienimuotoisesti sekä osallistamalla laajasti ja avoimesti. Se soveltuu hyvin myös systeemiin toisinajatteluun ja toisin tekemiseen, sekä kokonaan uuden kehittämiseen. Systeeminen toisin tekeminen yhdistettynä kokeilukulttuuriin, nopeaan konseptointiin ja testaamiseen on luonteeltaan tulevaisuuden proaktiivisesti varautuvaa suunnittelua ja keksimistä. (Koskinen 2015.)

Ensimmäiseksi testiryhmäksi ilmoittautui kolme naista, iältään 28-33-vuotiaita. Yksi pelaajista ei ollut pelannut aikaisemmin pakohuonepelejä, muut pelaajat kaksi kertaa. Keskimäärin pelaajat kävivät taidemuseossa 1-3 kertaa vuodessa. Kaikki kolme pelaajaa osallistuivat fiilisykkeeseen. Museossa ei ollut testauksen aikaan muita kävijöitä.

Toinen testiryhmä oli taidemuseon henkilökunta. Jotta henkilökunta voi markkinoida ja vetää peliä, on heidän tärkeä tietää mistä pelissä on kyse. Lisäksi halusin kuulla henkilökunnan ajatuksia ja kehittämisehdotuksia pelistä.

Peliin osallistui seitsemän pelaajaa, iältään 22-58- vuotiaita. Seitsemästä pelaajasta kaksi oli miehiä. Testiryhmän jäsenet käyvät taidemuseossa keskimäärin kahdeksan kertaa vuodessa. Seitsemästä pelaajasta yksi oli käynyt aikaisemmin pakopelissä. Pyydin kahta pelaajaa osallistumaan fiilisykkeeseen. Testaus tehtiin taidemuseon ollessa kiinni.

Kolmannessa testiryhmässä oli viisi miestä, iältään 29-43 vuotiaita. Viime hetkellä mukaan tuli myös yksi 25-vuotias nainen. Kuuden henkilön ryhmästä puolet osallistui ensimmäistä kertaa pakopeliin. Yksi pelaajista vieraillee taidemuseoissa enemmän kuin kerran vuodessa. Peliä testattiin ensimmäistä kertaa niin, että taidemuseossa oli samanaikaisesti muita kävijöitä.

Neljänten kokeiluun osallistui neljä iältään 24-27- vuotiasta aikuista, joista puolet oli miehiä. Kahdella pelaajalla oli kokemusta pakopeleistä. Pelaajat arvioivat, että käyvät taidemuseossa vuodessa keskimäärin kerran, jos ollenkaan. Taidemuseossa oli testauksen aikaan muita kävijöitä.

6.2.1 Ensimmäinen testiryhmä

Pidin pelin alussa lyhyen alustuksen pelaamiseen ja keräsin taustatiedot pelaajilta. Pelaajat saivat tehdä peliprofiilit, avatarit itsestään. Pelin aikana varjostin pelaajia ja dokumentoin pelaamista valokuvaamisella. Pyydin pelaajia arvioimaan fiilistään numeroin noin 10 minuutin välein. Tulokset kokosin kaavioon ”fiilisykkeeksi”. Pelin jälkeen oli loppukeskustelu.

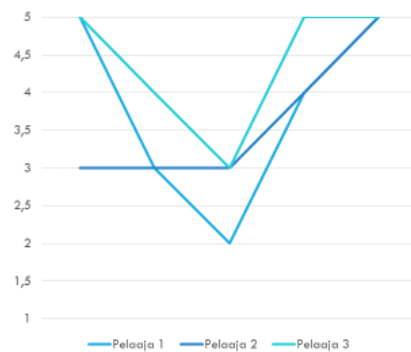
Vein pelaajat aloituspaikalle ja selitin taustatarinan ja säännöt. Korostin ettei mikään tehtävä edellytä taiteeseen koskemista, mitään taideteosta ei saa ottaa alas eikä liikutella. Painotin pelin pohjautuvan vuorovaikutukseen ja keskusteluun. Vihjeitä sai kysyä vapaasti.

Pelaajat löysivät esineet ja vihjeet nopeasti. Ensimmäiseksi löytyi taulutehtävän lappu, sitten Tangram-palat ja palautelaput. Palautelappujen avulla pelaajat löysivät ensimmäiseksi avaimen ja saivat UV-lampun ja viestin. Seuraavaksi ratkesi Tangram- tehtävä kahdella vihjeellä. Taulutehtävän pelaajat ratkaisivat näistä kolmesta viimeiseksi. Seuraavaksi testiryhmä suuntasi museokauppaan, josta peli eteni suunnitellusti.

Pelaajilla oli aluksi hyvä fiilis ja tavaroiden löytyessä fiilis myös pysyi korkealla. Tavaroiden nopea löytyminen palkitsi pelaajia tehokkaasti ja heillä oli hyvä peliflow. Fiilis lähti laskemaan merkittävästi, kun pelaaminen hidastui nopean aloituksen jälkeen. Tehtävien ratkominen oli hidasta ja pelaajat

tarvitsivat vihjeitä tehtävien ratkaisemiseksi. Alimman fiiliksen (2) pelaajat antoivat etsiessään taulutehtävän ratkaisua.

FIILISSYKE



Pelin alussa: Kahdella pelaajista huippufiilis, yksi tunti olonsa hiukan väsyneeksi työpäivän jälkeen

Pelin alkuun kaikilla pelaajilla innostunut oli, 20 min päästä pelaajat olivat jumissa ja tarvitsivat vihjeitä jolloin fiilis laski. Kun he onnistuivat pakenemaan noin 40 min kohdalla, fiilis nousi taas huippuunsa.

Kuva 29. Fiilissyke, testiryhmä 1

Pelin edetessä sain hyvää tietoa tehtävien ja pulmien vaikeudesta ja löydettävyydestä. Schaffmanin tavoin jouduin yllättymään, että tehtävät jotka itse koin helpoiksi eivät olleet sitä. Pelaajat eivät esimerkiksi löytäneet Tangram-tehtävän talo-ohjetta ilman vinkkiä, vaikka se oli asetettu telineeseen täysin näkyville.



Kuva 30. Tauluvihjeen löytäminen

Pelin ensimmäisessä versiossa puhelinviestissä varas kertoo kuuntelijalle, että tämä tarvitsee apuvälineen taulun löytämiseksi. Palautelaatikossa oli lampun lisäksi lappu, jossa oli vihje museokaupasta. Koska pelaajat ratkaisivat ensimmäiseksi palautelapputehtävän, heillä oli kaikki tarvittavat välineet pelin ratkaisemiseksi. Suunnittelussa oli käynyt iso virhe, pelaajien ei

olisi tarvinnut ratkaista muita tehtäviä ollenkaan läpäistäkseen pelin. Pelaajat olivat kuitenkin pelaamisesta niin innoissaan, että jäivät yläkertaan ratkaisemaan muut tehtävät, ennen kuin menivät museokauppaan. Ryhmä onnistui löytämään taulun 47 minuutin pelaamisen jälkeen.

Puhelinta testiryhmä ei löytänyt ollenkaan, he pystyivät ratkaisemaan pelin ilman vihjettä työkalusta. Testaus osoitti näin isoja puutteita pelipolun suunnittelussa. Tangram-tehtävä oli pelaajille monimutkaisempia kuin oletin. Pelaajat eivät ymmärtäneet koodia ilman vinkkiä koska eivät laittaneet paloja ympyröidyillä numeroilla alas.

Loppukeskustelussa pelaajat kertoivat kokeneensa olonsa ylivarovaiseksi ja pohtivat uskalsivatko liikkua normaalisti näyttelytiloissa. Lisäksi he olisivat kaivanneet lisää ohjeistusta siihen, että koko yläkerran museotila oli pelitilaa ja että löytyneitä tavaroita saa ottaa mukaan. Askarteluhuoneen pelaajat kokivat ongelmalliseksi. Huone on täynnä tavaraa ja lipastoja, askarteluhuoneen tutkimiseen olisi mennyt paljon aikaa. Pelaajat eivät koskaan päässeet huoneeseen asti koska eivät löytäneet puhelinta ja se harmitti.

Tehtävät olivat vaikeustasoltaan sopivia, pelaajat eivät olisi muuttaneet mitään, vaikka eivät pystyneet ratkaisemaan peliä ilman vihjeitä. Yksi pelaajista olisi kaivannut pidempää peliä. Tehtäviä kiiteltiin siitä, että vaikka peli on taidemuseossa, tehtävät eivät vaatineet taiteentuntemusta tai -tekemistä.

Kaiken kaikkiaan kokemus oli pelaajista hauska ja erikoinen. Taidemuseo koettiin jännittävänä ja uudenaikaisena paikkana pakopelille. Pelaajien mielestä pakopeli houkuttelisi nuoria aikuisia museoon, jopa niitä jotka eivät museoissa normaalisti käy. Peliajaksi museon aukioloajat ja viikonloput olivat sopivat, viikolla mielellään iltaisin. Pelaajat olisivat valmiita maksamaan kokemuksesta 20-25 euroa ja arvioivat sopivaksi pelaajamääräksi 3-4 pelaajaa.

6.2.2 Toinen testiryhmä: kokeilu taidemuseon henkilökunnalle

Pelin alussa keräsin testiryhmältä taustatiedot, kerron pelin idean ja ohjeistin ryhmän pelaamiseen. Testaus tehtiin ennen taidemuseon avaamista ja aikataulu oli tiukka, mistä syystä emme tehneet peliavataria ollenkaan.

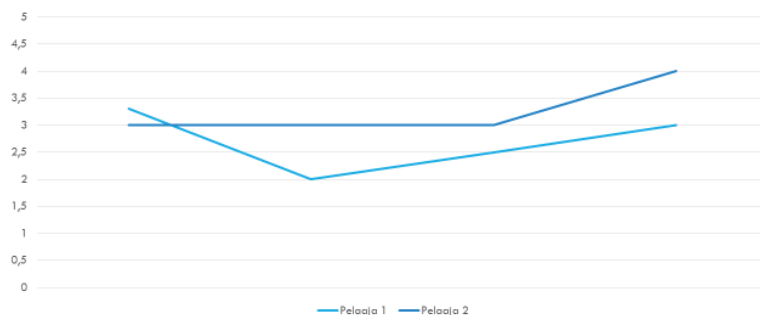
Testiryhmä löysi vielä ensimmäistä nopeammin peliin kuuluvat tehtävät ja vihjeet. Pelaajat keräsivät esineet yhteen paikkaan, toisin kuin ensimmäinen ryhmä, jotka etenivät ensin huoneesta toiseen uskaltamatta koskea aluksi mihinkään. Pelaajat eivät aluksi keskustelleet löydöistään aktiivisesti eivätkä pohtineet ääneen, miten ratkaista tehtäviä. Pelaajat pyysivät kolme vihjettä pelin aikana. Ensimmäiseksi ratkesi palautelapputehtävä, sitten Tangram ja viimeiseksi taulutehtävä. Loppu meni pelipolun mukaisesti.



Kuva 31. Tangram- ja puhelinpulman ratkomista

Fiilissykkeeseen osallistui kaksi pelaajaa. Toisen testiryhmän fiilissykkeen laskuun oli sama syy, kuin ensimmäisellä ryhmällä. Molemmat pelaajat aloittivat pelaamisen hyvällä fiiliksellä ja fiilis nousi, kun tehtävien ratkaisemiseen tarvittavat tavarat löytyivät nopeasti. Fiilissykkeessä oli lasku, kun pulmiin ei löytynyt ratkaisua ja ryhmä turhautui. Loppua kohden keskustelu pelaajien kesken lisääntyi, ja vihjeet satuaan ryhmä ratkaisi pelin nopeasti. Pelaajat läpäisivät pelin 40 minuutissa.

FIILISSYKE, TESTIRYHMÄ 2



Kuva 32. Fiilissyke, toinen testiryhmä

Tätä testausta varten muutin puhelinviestiä niin, että tieto museokauppaan menemisestä on ääniviestissä. Palautelaatikosta löytyy vain UV-lamppu ja pelaajien pitää itse keksiä, mihin sitä tarvitaan. Näin varmistin, että pelaajien on löydettävä puhelin ja ratkaistava pelipolun kolme ensimmäistä tehtävää ennen museokauppaan siirtymistä.

Kehitysehdotukset liittyivät lähinnä pelin rajaamiseen, ryhmä olisi kaivannut enemmän ohjeistusta mitkä osat museota kuuluvat peliin. Myös tässä ryhmässä pelin sijoittuminen askarteluhuoneeseen koettiin ongelmallisena, samoista syistä kuin ensimmäisessä testiryhmässä. Puhelimen koodin ratkaisu oli vaikea ja sai paljon palautetta.

Pelaamisen arvioinnissa pitää huomioida, että yhtä pelaajaa lukuun ottamatta tämä oli pelaajille ensimmäinen pelikokemus. Jäin pohtimaan, ohjeistinko ensikertalaisia tarpeeksi kommunikoinnin merkityksestä. Tulevissa kokeiluissa ensikertalaisten kanssa pitää painottaa tiimityön, keskustelun ja vuorovaikutuksen merkitystä.

Kehittämisehdotuksia tuli tehtäviin ja niiden ratkaisuihin. Pelaamiseen vaikutti selkeästi pelaajien rooli museon työntekijöinä. He löysivät ”ylimääräiset” tavarat nopeasti. Monet vihjeistä ja tavaroista olisi voinut tulkita museovierailijoiden unohtamiksi, mistä syystä pelaajien oli hankala erottaa mikä kuului peliin ja mikä ei.

Henkilökunta esitti toiveen, että tehtävät olisivat enemmän taidepainotteisia. Tämä on kuitenkin ristiriidassa edellisen testiryhmän palautteen kanssa. Vaikka peli sijoittuu taidemuseoon, ensimmäisen ryhmän pelaajat olivat tyytyväisiä, ettei heidän tarvinnut tietää taiteesta tai tehdä taidetta. Tässä korostuu myös testiryhmien ero, ensimmäisen testiryhmän pelaajat olivat ”ei-taideihmisiä” kun taas jälkimmäisen ryhmän pelaajien elämässä taide on vahvasti läsnä.

6.2.3 Kolmas testiryhmä: kokeilu miehille

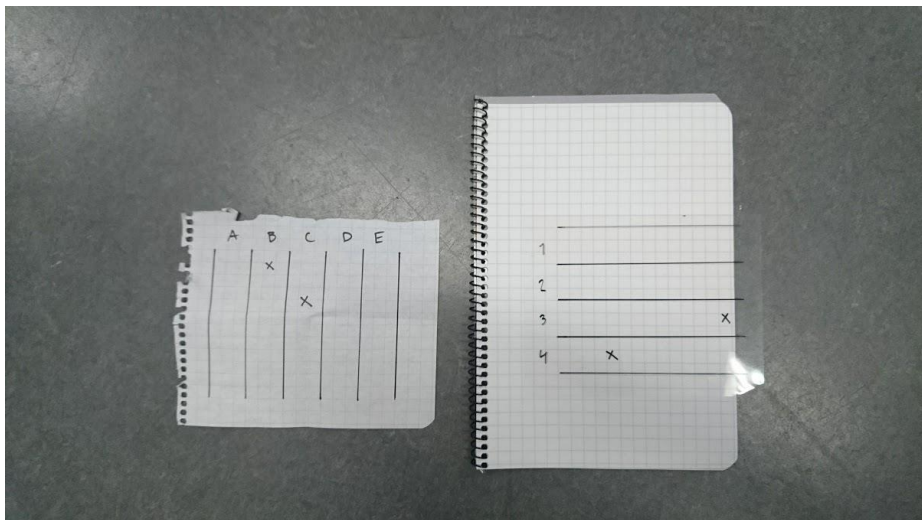
Kahden edellisen testiryhmän palautteen perusteella tein muutoksia ohjeistukseen ja rajasin askarteluhuoneen pelistä pois. Kolmatta testiryhmää ohjeistin pysymään yläkerrassa, ellei toisin mainita ja ettei askarteluhuone kuulu peliin. Lisäksi painotin, ettei taideteoksiin saa koskea, mutta vihjeitä ja yksityiskohtia pitää etsiä tarkasti. Ennen ohjeistusta keräsin ryhmän taustatiedot. Emme ehtineet tehdä peliavataria, koska aikataulu oli jälleen kiireinen. Testaus tehtiin museon aukioloaikana ja aikaa riitti juuri testaukseen ja alku- ja loppukeskusteluun ennen taidemuseon sulkemista.

Pelaajat arvioivat pelin alussa fiiliksensä hyväksi (4-5) ja olivat alkuun hyvin tehokkaita, ensimmäisen 15 minuutin aikana suurin osa vihjeistä oli jo löytynyt. Ensimmäiseksi pelaajat ratkaisivat Tangram-pulman. Palat löytyivät nopeasti kuten myös ratkaisuun tarvittava talo-ohje. Seuraavaksi ratkesi palautelappu- ja taulutehtävä ja puhelin löytyi penkin alta.



Kuva 33. Vihjeiden tulkintaa

Pelaajat saivat molemmat lukot auki ja heillä oli puhelimen avaamiseen tarvittavat vihjeet. Koska askarteluhuone oli rajattu pois, lukollisista rasi-oista löytyi kaksi osaa, jotka yhdistettynä olivat ratkaisu puhelimen avaamiseen. Läpinäkyvä osa laitetaan paperin päälle, jolloin muodostuu koodi.

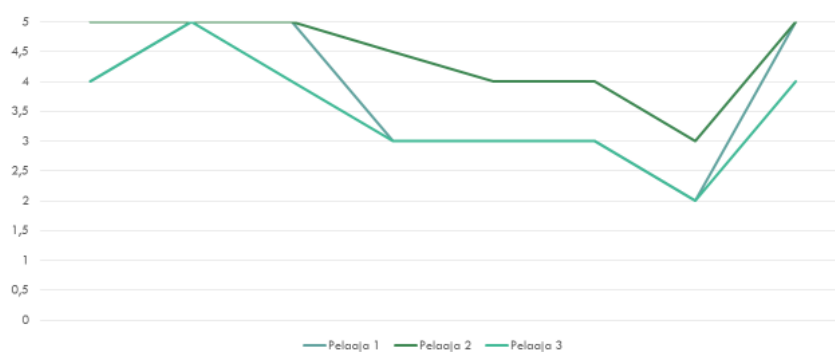


Kuva 34. Puhelimen ratkaisu

Pelaajat eivät syöttäneet koodia puhelimeen, vaan alkoivat hakea muuta ratkaisua ja etsiä lisää vihjeitä. Fiilissyke alkoi tuolloin laskea. Pelaajat etsivät seuraavat 15 minuuttia lisävihjeitä ja fiilissyke laski tasaisesti. Yksi pelaajista syötti koodin puhelimeen, mutta ei saanut sitä auki näppäilyvirheen takia.

Kun pelaajat ilmoittivat fiilissykkeeseen kakkosen ja turhautuminen oli ilmeistä, muistutin pelaajia vihjeestä. Vihjeen avulla pelaajat pääsivät eteenpäin ja puhelimen koodi aukesi. Peli jatkui sen jälkeen vauhdikkaasti. Kirja löytyi museokaupasta nopeasti ja ryhmä eteni lokerolle ja löysi taulun sateenvarjosta. Peliäikää meni noin 50 minuuttia.

FIILISSYKE, TESTIRYHMÄ 3



Kuva 35. Fiilissyke testiryhmä 3

Palautekeskustelussa ryhmä arvioi pelaajamäärän liian suureksi, 3-4 pelaajaa olisi ollut sopiva. Pelaajat pitivät nykyistä pakopelien hinnoittelua liian kalliina ja ehdottivat tämän pelin hinnaksi 10-15 euroa. Lisäksi pelaajat ehdottivat opiskelija- ja eläkealennuksen mukaan ottamista.

Kaikki pelaajat pitivät peliä hyvänä, erilaisena tapana syventää taidenäyttelykokemusta. Taidemuseo oli erilainen ja mieleniintoinen ympäristö pelata ja toiminnallisuus taidemuseossa sai kiitosta. Yksi miespelaajista totesi, ettei ole aikaisemmin tiennyt taidemuseon Kiina-näyttelystä ja halusi tulla taidemuseoon uudestaan katsomaan näyttelyä. Pelaaja pohti, ettei olisi saanut tietää taidemuseon sisällöstä ilman pelikokemusta. Pelikokemus rohkaisee aikuisia tulemaan museoon uudestaan tai jäämään pelin jälkeen tutustumaan näyttelyyn tarkemmin. Muut pelaajat olivat samaa mieltä.

Pelaajat olivat tyytyväisiä, ettei lukollisia tehtäviä ollut kuin kaksi. Niitä ei kaivattu lisää ja pelin pituus ja tehtävien määrä arvioitiin sopivaksi. Ääniviesti oli pelaajista liian hiljainen. He ehdottivat voimistamista, että viesti

kuuluisi paremmin muun hälinän yli. Ohjeistukseen he kaipasivat lisäystä, miksei taidemuseon valvontakamerat tallentaneet ryöstöä.

Testausta ei haitannut, vaikka taidemuseossa oli muita kävijöitä samaan aikaan. Muut kävijät eivät koskeneet vihjeisiin tai tehtäviin. Tauluvihjeen sisältävä kirja oli kahdella kävijällä kädessä niin pitkään, että jouduin hakemaan vihjeen pois ja piilottamaan sen toiseen kirjaan. Kävijät eivät olleet huomanneet vihjettä kirjan sisällä.

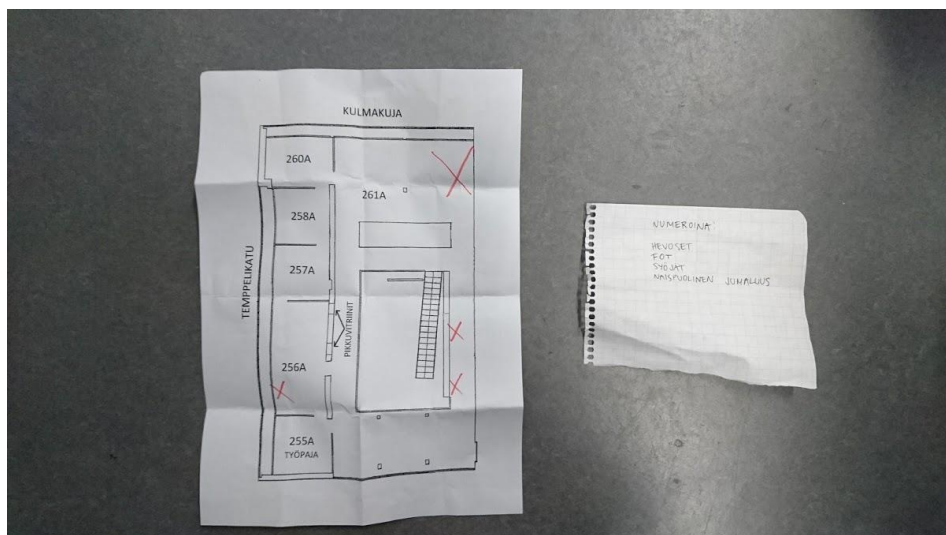
Osa pelaajista koki ensimmäisen tilan, josta peli alkoi sisältävän liikaa vihjeitä. Toiset olivat eri mieltä. Kun pelaajille alkoi hahmottua mitä he etsivät, he palasivat alkupisteeseen. Pelaajista oli hauskaa löytää vihjeitä, jotka jäivät näkemättä ensimmäisellä kerralla. Yläkerrasta oli hyödynnetty peliä varten puolet ja tila voitaisiin ottaa pelissä kokonaan käyttöön. Tangram-pulmassa ohjeeseen ehdotettiin numeroa samaan kulmaan, missä se on palassakin.

Ainut muutos mitä pelaajat ehdottivat, oli puhelimen koodi. Aakkosten pitäisi olla pieniä, tai pieniä ja isoja, että koodi tulisi heti ymmärretyksi. Puhelimen koodi voisi liittyä taidehistoriaan tai teoksiin ja ratkaisua varten pitäisi lukea tekstiä tai tutkia teoksia. Pelaajat luulivat puhelimen koodin vihjeinä olleiden numeroiden ja kirjaimien liittyvän näyttelysaleihin ja taideteoksiin. He ehdottivat ratkaisua, missä lukollisesta rasiasta löytyisi kartta. Pelaajien pitäisi sn jälkeen etsiä neljästä huoneesta neljä taideteosta, joita yhdistelemällä saadaan puhelimen koodi. Pelaajat ehdottivat, että varkaan ääniviestissä voisi vielä korostaa, ettei taideteoksiin saa koskea, ettei pelaajat jätä todistusaineistoksi sormenjälkiä.

Kokeilu oli onnistunut ja pelaajien palaute antoi vahvistusta palvelun tarpeelle ja sopivuudelle. Kokeilun tuloksena päädyin kuitenkin vielä kerran hiomaan puhelimen koodin ratkaisua.

6.2.4 Neljäs testiryhmä

Neljättä testiryhmää varten tein lisämuutoksia puhelintehtävään. Suurin osa testaajista toivoi enemmän taiteeseen ja tietoon liittyviä tehtäviä. Otin takaisin peliin pohjapiirroksen taidemuseon yläkerrasta, joka löytyi toisesta lukitusta rasiasta. Toiseen lukolliseen rasiaan laitoin listan etsittävästä asioista.



Kuva 36. Kartta ja lista puhelimen koodin ratkaisuun

Karttaan on merkitty paikat joista listan asiat löytyvät. Lista oli kirjoitettu: hevoset, Fot, syöjät ja naispuolinen jumaluus. Ideana on, että pelaajat joutuvat etsimään listan asiat ja laskemaan ne. Hevoset ja syöjät löytyvät helposti, mutta Fo-koirista ja naispuolisesta jumaluudesta joutuvat pelaajat etsimään tietoa tarjolla olevasta Silkkitietä Riihimäelle- kansiosta löytääkseen ne.



Kuva 37. Fo-koiria ja hevosia

Seuraava haaste oli miettiä ratkaisu niin, ettei puhelimen koodia voi ratkaista ilman karttaa ja listaa. Jos pelaajat löytävät ensin kartan, he tietävät minne mennä mutta eivät mitä etsivät. Karttaan merkityt rastit on tarkoituksella piirretty niin isolla, että arvailujen varaa jää. Jos taas pelaajat löytävät ensin listan, museossa on useammassa paikassa esillä Fo-koiria, eivätkä pelaajat tiedä mitä koiria tässä yhteydessä tarkoitetaan. Riskinä on, että pelaajat jäävät arvailemaan koodia eri vaihtoehdoilla.

Pelaajat etsivät alusta alkaen vihjeitä muita ryhmiä enemmän tauluista. Alkuun he eivät uskaltaneet kerätä mitään löytämiään esineitä, vaan tutkivat tauluja ja niiden nimikylttejä. Yksi pelaajista oli myös ensimmäinen, joka avasi Tangram-palan kääreen etsiäkseen vihjeitä kääreen sisältä.

Lopulta pelaajat löysivät talo-ohjeen ja ymmärsivät etsivänsä palapeliä. Pelaajat ajattelivat vihjeet monimutkaisesti ja vaikka saivat talon koottua, he eivät kokeilleet koodia lukkoihin. Ryhmä pohti talon liittymistä teoksiin ja pelaajat lähtivät etsimään maalauksia taloilla. Tässä kohtaa ryhmä pyysi ensimmäisen vinkkinsä ja he saivat lukollisen laatikon auki.

Lukollisesta laatikosta löytyi lista. Pelaajat alkoivat heti etsimään listan asioita ja löysivät kaikki paitsi naisellisen jumaluuden. Pelaajat pystyivät päättämään kirjoitusasusta, että se edustaa numeroa yksi. Hevoset ja syöjät löytyivät helposti, mutta Fo-koirat tuottivat ongelmia. Pelaajat olivat täysin unohtaneet toisen lukollisen rasian ja pyysivät vinkkiä päästäkseen eteenpäin. Vinkin avulla he ratkaisivat taulutehtävän ja saivat toisen lukollisen rasian auki. Kartan kanssa oikeat Fo-koirat löytyivät helposti.

Lukollisten rasioiden koodit ovat nelinumeroisia ja yksi pelaajista alkoi epäilemään, voiko puhelimen koodi olla enemmän kuin neljä numeroa. Tämä toimi hyvänä harhautuksena. Toinen pelaaja tiesi kokeilla viisinumeroista koodia ja puhelin aukesi. Ryhmä suuntasi alakertaan, kun aikaa oli enää kymmenen minuuttia jäljellä.

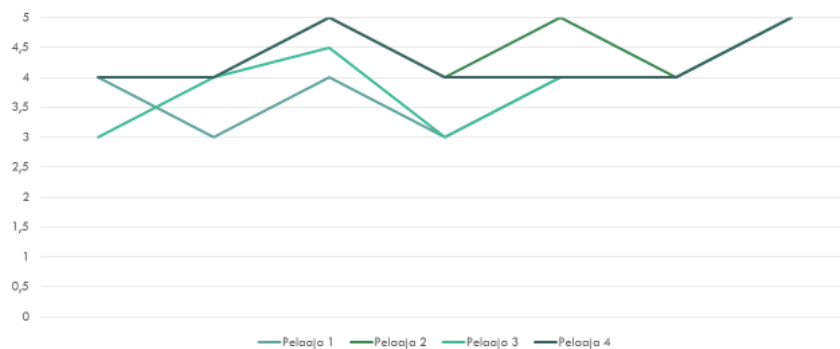
Kirjan löytyminen tuotti hankaluuksia ja ajan kuluessa ryhmä päätti pyytää uutta vihjettä. Kirja ja avain löytyivät sen jälkeen helposti, mutta pelaajat lähtivät etsimään alakerran näyttelytilasta numeroa 12. Yksi pelaajista epäili avainta säilytyslokeron avaimeksi ja lähti tarkistamaan asiaa. Pian hän palasi muiden luo ja pyysi ryhmän säilytyslokerolle. Pelaajat tajusivat heti käyttää taskulamppua ja teos löytyi, kun aikaa oli enää viisi minuuttia jäljellä.



Kuva 38. Ratkaisun hetki

Testiryhmän fiilissyke oli tasaisempi kuin aiemmillä ryhmillä. Pelaajien fiilis pysyi korkealla koko peli ajan ja ajoittaiset hankaluudet laskivat fiilistä vähän. Ryhmä pysyi jatkuvasti liikkeessä ja keskusteli aktiivisesti löydöistään. Vihjeitä pyydettiin oma-aloitteisesti ja ryhmässä ei ollut samanlaista turhautumista kuin aiemmissa ryhmissä, koska pelaajat pyysivät nopeammin vihjeitä ongelman ilmennettyä.

FIILISSYKE, TESTIRYHMÄ 4



Kuva 39. Fiilissyke, testiryhmä 4

Ohjeet ryhmä koki riittäviksi. Ohjeen painottaminen siihen, ettei taiteeseen saa koskea, johti pelaajien mielestä liialliseen varovaisuuteen. Ryhmä ehdotti, että ohjeessa voisi korostaa enemmän tilassa liikkumista ja sitä, että muuhun kun taiteeseen saa ja pitää koskea.

Peli oli vaikeustasoltaan sopiva. Antamani vihjeet ryhmä koki helpoiksi, niitä voisi vaikeuttaa eikä antaa suoraan. Pelaajat pitivät eniten puhelin-tehtävästä ja ajattelivat etukäteen pelin sisältävän taiteen historiaan tai tutkimiseen liittyviä tehtäviä. Siksi pelaajat tulkitsivat vihjeet monimutkaisemmin kuin oli tarpeen ja tekivät sellaisia yhteyksiä mitä ei ollut. Jatkossa peli voisi sisältää enemmän taiteeseen liittyviä tehtäviä.

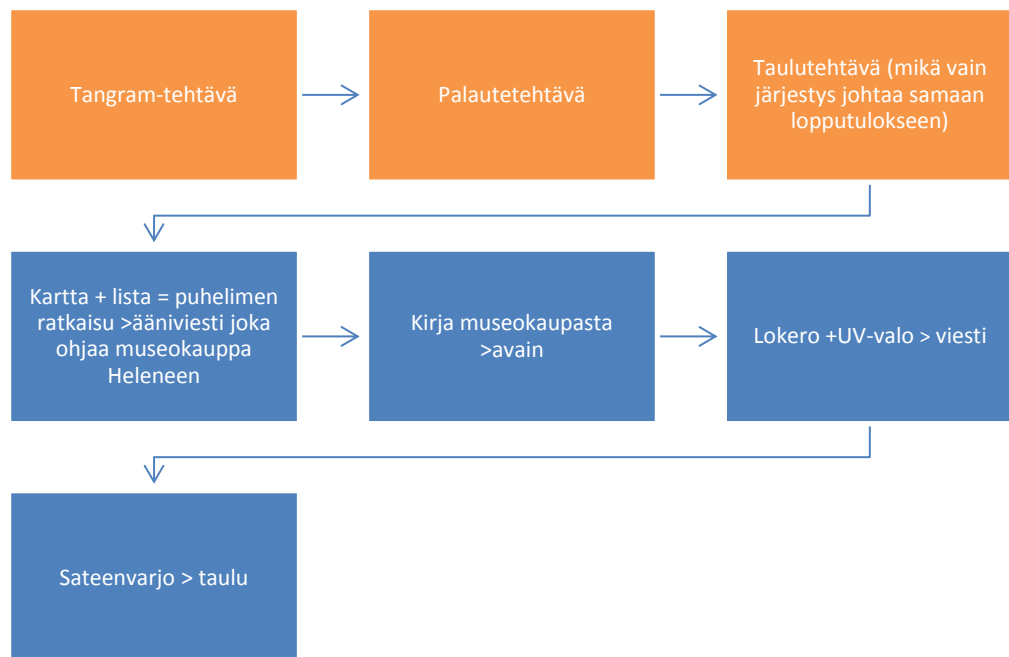
Pelaajat arvoivat 3-4 pelaajan olevan sopiva määrä. Kuusi olisi liikaa, eikä ratkottavaa riittäisi kaikille. Muiden testiryhmien tavoin ryhmä arvioi nykyiset pakopelihinnat liian korkeiksi. Pelille sopiva hinta oli 15-20 euroa. Hinta voi toimia myös houkuttimena, koska se on edullisempi kuin muilla.

Kysymykseen innostaisiko tällainen toiminta pelaajia käymään enemmän taidemuseoissa, yksi pelaajista jäi pohtimaan saisiko mistään tietoa asiasta. Kaikki pelaajat olivat sitä mieltä, että toimintaa on tärkeä mainostaa sellaisissa kanavissa, joissa tavoitetaan nuoret aikuiset. Peli sai paljon positiivista kannatusta ja voisi toimia houkuttimena taidemuseovierailulle. Ennen kaikkea pelaajat pitivät tärkeänä pelin sisältöä ja sitä, miten se antaa tietoa taiteesta ja saa nuoret aikuiset kiinnostumaan taiteista.

Tangram-palojen päällysmateriaali koettiin ongelmallisena koska käärepaperi saa pelaajan epäilemään, voisiko paperin alla olla vihje. Pelaajat ehdottivat palojen päällystämistä materiaalilla, jota ei saa avattua. Kaikissa testiryhmissä pelaajat ovat laittaneet väärin palat kaksi ja kuusi. Palat ovat samankokoiset, joten virhe on ymmärrettävä, eikä toisen numeron ympyröiminen ole riittävä vihje. Talo-ohjeessa on vain yhdessä palassa vihje, numero yksi ylhäällä. Yksi pelaajista ehdotti, että talo-ohjeeseen laitetaan ylempien palikoiden numerot valmiiksi. Palikat eivät mene sekaisin ja pelaajat hahmottavat numerot alhaalla koodiksi.

6.3 Jatkokehitys

Jokainen testiryhmältä saatu palaute muutti peliä parempaan suuntaan. Puhelimen ratkaisun liittäminen taiteen tutkimiseen oli onnistunut lopputulos. Palvelua olisi ollut mukava testata vielä kerran mutten halunnut jäädä testauskierteeseen, aina tulee uusia ehdotuksia ja ideoita. Lisäksi pakopelien luonteeseen kuuluu, etteivät kaikki pelaajat välttämättä ratkaise peliä. Jos seuraava ryhmä ei läpäisisi peliä, saattaisin silti jäädä pohtimaan pelin muokkaamista. Pelisuunnittelijana minun täytyy malittaa päästää suunnittelutyöstä irti.



Kuva 40. Valmis tehtäväpolku

Kokeilemalla kehittäminen on prosessi, jota voidaan jatkaa myös varsinaisen kokeilujakson päättymisen jälkeen. Taidemuseon henkilökunta voi jatkokokeuttaa peliä haluamallaan tavalla. Näyttelyiden vaihtuessa peliin tulee muutoksia ja henkilökunta voi ottaa uusia erilaisia tehtäviä käyttöön. Peliin vetäminen voi inspiroida tekemää muutoksia ja lisäämään pedagogiikkaa pelaamiseen. Pakopelit vaativat myös tietyin väliajoin uudistumista, samaa peliä harvoin pelataan kahdesti.

Useimmissa peleissä ajankulua mittaa kellotaulu. Kokeiluissa yksi testipelaajista piti jännittävänä munakellon tikitystä pelin aikana. Toinen toivoi rannekelloa pelaajille. Claren (2015) oppaassa annettiin perinteiselle ajanottamiselle vaihtoehtoksi musiikin tai valaistuksen käyttäminen. Tämä saattaisi häiritä muita museovierailijoita, mutta toisaalta esimerkiksi musiikin käyttäminen rikkoisi mielikuvaa museoista hiljaisina, vakavina paikoina. Pelinvetäjä voisi myös toimia ajan ilmoittajana ja samalla pelaajat saisivat mahdollisuuden kysyä lisävihjeitä.

Taidemuseolla tulisi olla paikka yhteiskuvan ottamiselle. Kuvassa näkyisi taidemuseon logo ja mukaan voi ottaa muutakin rekvisiittaa, kuten kadoksissa olleen taulun. Peliin markkinointi vaatii henkilökunnalta aikaa ja panostusta. Peliä pitäisi mainostaa paikoissa, jossa tavoitetaan nuoret aikuiset.

Hinnaksi suosittelen 15 euroa. Museovierailu maksaa normaalisti 5 euroa, 10 euron lisä tuntui sopivalta hinnalta kaikkien testipelaajien mielestä.

Hinta ei ole kallis opiskelijoille ja toimii kannustimena ei-kävijöille. Pelaajasuositus on 3-5 pelaajaa, jotta kaikki osallistujat saavat parhaan kokemuksen pelaamisesta.

Vinkkien määrä ja helppous/vaikeus pitää päättää ennen pelin ottamista käyttöön. Ajattelin turhautuneiden pelaajien arvostavan suoraa vinkkiä, mutta osa olisi halunnut vaikeampia vihjeitä. Pelistä voisi tehdä esimerkiksi kaksi vaativuustasoa, helpon ja vaikean. Vaikeassa vinkkejä ei saa ollenkaan tai muutaman, kun helpossa vinkkejä voi kysyä niin paljon, kun haluaa.

Pelaajien palautteen perusteella laadin ohjeet pelinvetäjälle (liite 2). Tärkeää on korostaa tiimityöskentelyn merkitystä, pelaajien pitää keskustella löydöistään ja ajatuksistaan. Pelialue on yläkerta, *ellei toisin mainita*. Taiteeseen ei saa koske mutta sen sijaan kaikkea taidemuseoon kuulumatonta pitää etsiä tarkkaan.

Koska peli sijoittuu samaan tilaan arvokkaan taiteen kanssa, on syytä miettiä tilojen valvontaa. Henkilökunnan sijoittaminen huoneeseen pelaajien kanssa tuntuu helpolta ratkaisulta, mutta palkkakustannus on tällöin jatkuva menoerä. On muita helpompia keinoja vahtia pelaajia, kuten esimerkiksi vauvan itkuhälytin. Henkilökunnan läsnäolo voi häiritä pelin tunnelmaa ja vaikuttaa pelaamiseen. Jos pelaaminen ei etene, henkilökunnan läsnäolo madaltaa kynnystä avunpyytämiseen, jolloin pelaajien peliflow ja uppoaminen peliin rikkoutuu. Henkilökunta saattaa antaa tahtomattaan sanattomia vihjeitä tai harhautuksia pelaamiseen. (Clare 2015, 36.) Taidemuseon tiloissa on videovalvonta ja tätä voisi käyttää hyväksi pelaajien tarkkailussa.

Historiamuseossa Augustassa oli käytössä vastuuvapauslomake. Pelaaminen museossa sisältää isoja riskejä. Taidemaalaukset- ja esineet eivät saa vahingoittua ja jos henkilö- tai esinevahinkoja tapahtuisi, ei taidemuseota tai sen henkilökuntaa voi pitää vastuullisena. Tästä syystä laadin vastuuvapauslomakkeen taidemuseon käyttöön (liite 3). Pelinvetäjä täyttää lomakkeen kaikkien pelaajien kanssa ennen pelin alkua.

7 KEHITTÄMISTYÖN LUOTETTAVUUS

Työelämälähtöisessä kehittämistyössä korostuvat yritysmaailman ja tieteen tekemisen eettiset säännöt. Kehittämistyön tavoitteiden tulee olla korkean moraalien mukaisia. Työ tulee tehdä huolellisesti, tarkasti ja rehellisesti ja seurausten on oltava käytäntöä hyödyntäviä. Kysymys on samoista eettisistä säännöistä kuin yhteiskunnassa ja ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa yleensäkin. Kehittämistyössä kyse on inhimillisestä toiminnasta, jolloin kehittäjän vajavaisuudet ja rajoitukset ovat kehittämistyön vajavaisuuksia ja rajoituksia. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 48.)

Kehittämistyön kohteena olevien ihmisten pitää tietää, mitä kehittäjä on tekemässä, mitkä ovat toiminnan kohde ja tavoitteet ja mikä on heidän roolinsa toiminnan kehittämisessä. Rehellisiä ja todellisia vastauksia kohderyhmältä saa, kun vastaajia ei yksilöidä ja heidän nimettömyytensä taataan. Jokaisen kohderyhmän on ymmärrettävä oma osansa kehittämistyössä ja pystyttävä tekemään järkeviä ja kypsiä arviointoja. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 48.)

Kerroin kaikkien testiryhmien pelaajille ennen pelin alkua mitä teen, miksi ja mihin heidän panostaan kehittämistyössä käytetään. Kaikki pelaajat tiesivät, että heitä kuvataan. En halunnut yksilöidä pelaajien vastauksia ja he saivat vastata kysymyksiin vapaassa keskustelutilanteessa. Pelaajat olivat vapaampia antamaan mielipiteitään ja palautetta nimettömästi. Tilanne oli rento, mikä auttoi keskustelua.

Kehittämistyössä oletetaan, että yrityksen henkilökunta osallistuu organisaationsa toimintojen kehittämiseen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 49.) Riihimäen kaupunki pohtii tälläkin hetkellä mittavia säästötoimenpiteitä kulttuuri- ja liikuntapalveluihin ja myös taidemuseon toiminta on muutoksien edessä. Pelin ajoitus ei ole näin parhain, vaikka peli on nyt valmis palvelu käytettäväksi jää sen toteuttaminen ja markkinointi taidemuseolle. Pieni henkilökunta vähäisillä resursseilla ei ole paras lähtökohta uuden palvelun käyttöönottoon. Pelin vetäminen vaatii henkilökunnalta aikaa, paneutumista ja innostusta.

Kehittämistyössä on oltava rehellinen, jolloin sitoutuminen toimeksiantajan käytänteisiin, asenteisiin ja arvoihin saattaa olla hankalaa. Ne eivät saa ohjata tosiasioiden tulkintaa. Jos tosiasiat ovat ristiriidassa toimeksiantajan tai osallistujien ajatusten kanssa, ne on otettava haasteina. Kaikilla ihmisillä on ennakkokäsityksiä, jotka ohjaavat ilmiöiden tulkintaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 49.)

Taidemuseon kävijät jakaantuvat kävijöihin ja ei-kävijöihin ja harmaata maastoa ei juuri ole. Ei-kävijöiden asenteiden ja arvojen ymmärtäminen oli tarpeellista, jotta ymmärsin mitä pitää kehittää. Halusin testiryhmään ei-

kävijöitä ja kehittää palvelua heille sopivaksi. Pyrin kehittämistyössä puoleettomuuteen. Palvelulla haluan vaikuttaa ei-kävijöiden asenteisiin ja mielikuviin positiivisella tavalla.

Jo kehittämistyötä valittaessa on mietittävä, kenen ehdoilla kehittämistyö valitaan, miksi siihen yleensä ryhdytään ja kuka päättää lopullisen aiheen. Varsin usein alkuperäinen aihe täsmentyy prosessin edetessä ajankohtaisemmaksi, jolloin toimeksiantaja joutuu miettimään kehittämisen uutta mahdollista suuntaa. Kaikissa kehittämistehtävissä olisi muistettava työn yhteiskunnallinen merkittävyys. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 49.)

Yhteistyö taidemuseon kanssa on ollut jatkuvaa ja kannustavaa alusta asti. Taidemuseon henkilökunta antoi suunnan kehittämistyölle ja sain vapaat kädet ideoida ja toteuttaa lopputulosta. Alkuperäinen aihe muuttui monta kertaa kehittämistyön aikana, mutta asetetut tavoitteet toteutuivat.

Kehittämishankkeessa tulisi aina selvittää siihen liittyvät oikeudelliset kysymykset ja tarvittavien sopimusten luonne, esimerkiksi vastuut ja velvollisuudet, tekijöiden oikeudet sekä työn tulosten omistusoikeudet. Kohdeorganisaation eettiset säännöt ja käytännöt tulee olla tiedossa. Kehittäjän täytyy olla tarkka, rehellinen ja luotettava. Tiedonhankinta ja arviointimenetelmien eettisyys on varmistettava. Kehittäjän täytyy varmistaa, että kerätty tieto pysyy luottamuksellisena ja tutkittaville kertoa, mihin tarkoitukseen tietoa kerätään ja miten sitä käytetään ja säilytetään. Ennen kaikkea tuloksia ei saa vääristellä ja toisen tekstiä ja ajatuksia lainatessa, lähde pitää aina merkitä. Kehittäjä ei saa myöskään luvata mitään, mitä ei pysty pitämään. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 49-50.)

Taidemuseo saa palvelun käyttöönsä ja kehittäjä voi hyödyntää ja käyttää kehittämistyössä opittua muissa projekteissa. Kehittämisprosessi on ollut antoisa ja mahdollistanut kehittäjälleen juuri sen mitä hän halusikin: mahdollisuuden käyttää luovuuttaan ja tehdä jotain uutta. Ajoittain kehittämistyö on ollut myös epämurkkualueelle astumista ja epävarmuuden sietämistä. Sen käsittely on ollut hankalaa ja pistänyt välillä pohtimaan pystyykö luvattuja tavoitteita pitämään. Kokeilemalla kehittämisessä ei tulisi miettiä onnistumisia ja epäonnistumisia, koska kokeilut tuottavat tietoa jota hyödynnetään kehittämistyössä. Kokeilut vievät aina jollain tavalla projektia eteenpäin.

8 ARVIOINTIA JA POHDINTAA

Toiminnallinen opinnäytetyö mahdollistaa opiskelijalle syventymisen ja keskittymisen jonkin käytännön ongelman ratkaisuun. Opinnäytetyön aihe nousee työelämän tarpeista ja kehittää käytännön toimintaa, esimerkiksi ohjeistamalla, järjeistämällä tai tehostamalla sitä. Työ voi olla kohderyhmän mukaan esimerkiksi kirja, opas, sähköinen aineisto, näyttely, tapahtuma, kehittämissuunnitelma tai jokin muu konkreettinen tuote/tuotos tai projektin toteutusprosessi. Opinnäytetyö on kaksiosainen sisältäen toiminnallisen osuuden ja dokumentoinnin. Sen tulokset perustuvat aina ammattialan tietopohjalle ja opinnäytetyö painottaa tutkivaa ja kehittävää työtä, joka on opinnäytetyöprosessissa tehtyjen valintojen ja ratkaisujen perusta. (HAMK opinnäyteopas 2016 2016.)

Opinnäytetyössä laadittiin ratkaisu käytännön ongelmaan uuden palvelun muodossa. Aihe nousi taidemuseon tarpeesta. Työ kehitti käytännön toimintaa tehostamalla taidemuseon palveluita uudella tuotteella. Opinnäytetyön toiminnallinen osuus oli pelin suunnittelu, toteutus ja kehittäminen yhdessä testiryhmien kanssa. Dokumentointia tehtiin usealla menetelmällä. Tulokset perustuivat tietopohjalle museopalveluista ja -toiminnasta, pakopeleistä sekä tutkimukselle nuorten aikuisten kävijäkokemuksista ja toiveista museopalveluille. Opinnäytetyö painotti tutkivaa ja kehittävää työtä.

Kaiken tutkimuksellisen kehittämistyön viimeinen vaihe on arviointi. Arviointia tehdään myös kehittämistyön aiemmissa vaiheissa, jolloin sen tehtävä on pääasiassa suunnata kehittämistyötä ja toimia palautteena kehittämistyöhön osallistuneille. Loppuarvioinnin tarkoitus on osoittaa, miten kehittämistyössä onnistuttiin. Arviointi on suunnitelmallista tiedon keruuta ja sen analysointia. Saatujen tulosten pohjalta voidaan määritettyihin kriteereihin vertailemalla arvioida kehittämistoimien vaikutuksia ja kehittämisen etenemistä. Arvioinnin pätevyys edellyttää kehittämistyön tavoitteiden, panosten sekä prosessin ja aikaansaannosten tunnistamista ja tarkkaa kuvausta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 47.)

Arviointi kohdistuu kehittämistyön panoksiin, muutosprosessiin ja lopputuotoksiin ja niiden välisiin suhteisiin. Arvioida voi eri tasoja, kuten yksilön tai organisaation näkökulmasta, sekä tarkastella kehittämistyön suunnittelua, tavoitteiden selkeyttä ja niiden saavuttamista, kehittämisessä käytettyjä menetelmiä, toiminnan johdonmukaisuutta sekä vuorovaikutusta ja sitoutumista. Kehittämistyön aikaansaannoksia arvioidessa kriteereinä voidaan käyttää esimerkiksi lopputuloksen merkittävyyttä, helppokäyttöisyyttä, yksinkertaisuutta, soveltuvuutta muihin yhteyksiin, toistettavuutta ja neutraalisuutta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 47.)

Oleellista on kysyä, kuinka hyvin kehittämistyön tavoitteet ja asetettu kehittämistehtävä saavutettiin ja johtuvatko muutokset tehdystä kehittämistyöstä? Mitkä kehittämistyöhön liittyvistä toiminnoista vaikuttivat eniten tavoitteiden saavuttamiseen? Saavutettiinke kehittämistyössä tavoitteet järkevin kustannuksin ja ovatko kehittämistyön tulokset valmiita levitettäviksi? Arvioinnissa voi käyttää lisäksi havainnointia, kyselyjä, haastatteluja ja dokumenttianalyysejä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 50.)

Opinnäytetyö lähti Riihimäen taidemuseon tavoitteesta kehittää toimintaa. Tavoitteet asetettiin yhdessä taidemuseon henkilökunnan kanssa ja ne olivat Riihimäen taidemuseon toiminnan kehittäminen, yleisöpohjan laajentaminen ja sisällön tuotteistaminen. Toimintaa kehitettiin luomalla uusi palvelu, jollaista museossa ei ole aikaisemmin kokeiltu. Toiminnan kehittämisessä huomioitiin asiakasryhmä, jolle ei ollut omaa palvelua taidemuseossa. Näin taidemuseon toimintaa kehitettiin edelleen kattavaksi kokonaisuudeksi.

Palvelu pystyi vastaamaan tavoitteisiin. Se suunniteltiin laajentamaan yleisöpohjaa ja kohdennettiin sellaisille asiakasryhmille, joita taidemuseossa ei juuri käy. Pakopelillä pystyttiin tuomaan taide palvelun sisältöön ja tuomaan asiakkaat osallisiksi taiteeseen uudella, mielenkiintoisella tavalla. Pelillistämisen kautta taidemuseon sisältöä voitiin tuotteistaa. Kehittämistyössä jokainen vaihe syvensi edellistä ja ohjasi työtä eteenpäin.

Lopputulokseen päästiin kehittämällä kokeillen. Testiryhmiltä saadun palautteen perusteella palvelu pystyttiin saattamaan lopulliseen muotoonsa. Palautteen luotettavuuteen vaikuttaa, että tunsin monet pelaajat ja on mahdollista, etteivät he uskaltaneet olla täysin rehellisiä. Pelin toteuttamiseen meni noin 50 euroa, joten kustannukset olivat lopputulokseen nähden erittäin kohtuulliset.

Tuloksia arvioidessa voidaan pohtia myös projektin generoivaa vaikutusta. Generoivalla vaikutuksella tarkoitetaan sitä, missä määrin projekti tuottaa uusia ideoita ja uusien kehittämishankkeiden ja projektien aiheita. Sillä tarkoitetaan myös projektista ympäristöön säteilevää vaikutusta. (Anttila 2001, 150-151.) Vaikka peli itsessään on nyt valmis, vaatii se henkilökunnalta sitoutumista ja sopimista käytännön järjestelyistä. Vaikka peli vastaa opinnäytetyölle asetettuihin tavoitteisiin ja on palautteen mukaan onnistunut ja tehty tarpeeseen, vain aika näyttää onko pelillä oikeasti kysyntää ja miten palvelun toteuttaminen käytännössä onnistuu.

Palvelusuunnittelijana toiveeni on, että pakopeli innostaa taidemuseon henkilökuntaa palvelusuunnitteluun ja -kehitykseen yhdessä kävijöiden kanssa. Kuusisto & Kuusisto (2015, 174) toteavat artikkelissaan Käyttäjälähtöinen palvelukehitys kuntasektorilla -mahdollisuuksia ja pullonkauloja, ettei käyttäjälähtöinen innovointi tarkoita palvelun arvon optimointia vain tietyille käyttäjäryhmälle, esimerkiksi niille loppukäyttäjille jotka maksavat palvelusta. Käyttäjälähtöisen innovoinnin ydin on oppiminen palveluiden

käyttäjiltä ja yhdessä heidän kanssaan. Näin voidaan tarjota oikeasti arvokkaita palveluja.

Hyvissä laadullisissa raporteissa yhdistyy aineiston kuvaus tieteelliseen kerrontaan. Tutkija sovittaa kirjallisuudesta tekemiään synteesejä omaan tekstiinsä. (Hirsjärvi, Remes & Salovaara 2015, 268.) Seuraavaksi vertaan omia tuloksiani aiemmin esitelyihin tutkimuksiin siitä, mitä nuoret toivovat museopalveluilta.

Museot nähtiin pölyisinä paikkoina, joihin sisältyi hiljaisuutta ja vaeltelua. Tämä kävi ilmi myös omassa testiryhmässäni, yksi pelaajista kertoi pohtineensa monesti pelin aikana, saako museossa juosta, jutella ja nauraa ja miten oudolta tuntui tehdä näin. Pakopeli taistelee negatiivisia ennakkoluuloja ja mielikuvia vastaan mitä nuorilla aikuisilla on taidemuseoista. Taidemuseolla on mahdollisuus näyttää vierailleen, että museossa saa pitää hauskaa ja että sinne tullaan viihtymään ja kokemaan elämyksiä.

Nuoret kokivat, että museovierailua varten olisi pitänyt tietää jotain etukäteen näyttelyistä. Taidemuseovierailun pelillistäminen kääntää asian positiiviseksi, pakopelissä ei tarvitse tietää mitään etukäteen ja tietenkin pelin jännittävyys kannalta on parempi, mitä vähemmän tietää! Tämän mielikuvan voisi hyödyntää myös pelin markkinoinnissa, taistelussa negatiivisia mielikuvia vastaan. ”Luulitko että taidemuseovierailua varten pitää tietää jotain taiteesta? Tule kokemaan ja oppimaan taidetta jännittävässä pelissä, ilman ennakkovaatimuksia! Mitä vähemmän tiedät, sen hausempi peli on!”

Pakopelien pelaaminen mahdollistaa nuorten aikuisten kaipaaman sosiaalisuuden ja spontaaniuden. Pakopeli sopii erilaisille ryhmille koulukavereista perheenjäseniin. Ei-kävijöille suurin syy museovierailulle oli puolison tai ystävän kanssa meneminen. Pakopeliin voi osallistua myös ilman seuraa, se on mahdollisuus tavata uusia ihmisiä. Jos pelin varauksessa määrittää etukäteen osallistujamäärän, mutta pelaajat otetaan mukaan ilmoittautumisjärjestyksessä, on pelissä mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin. Pelaaminen vaatii keskustelua ja tarjoaa samalla raamin sille, keskustelu on helppoa koska pelaajien täytyy puhua pelin sisällöstä läpäistäkseen pelin.

Pakopeli on vastaus nuorten aikuisten pelkäämään museoähkyyn. Peli antaa ”maistiaisen” näyttelyn sisällöstä ja jättää parhaillaan kiinnostuksen tutustua näyttelyyn lisää. Yksi pakopelin testaajista ei tiennyt Riihimäen taidemuseon Kiina-näyttelystä ja kertoi tulevansa katsomaan näyttelyn uudestaan paremmalla ajalla.

Näyttelyiden sisällöt eivät aina vastaa nuorten aikuisten mielenkiinnonkohteita. Jos näyttelyiden sisältö ei houkuta, näyttelyistä voi tehdä kiinnostavan valitsemalla mielenkiintoisen tavan tutustua siihen. Nuoret kaipaavat

vat toiminnallisuutta olemisen sijaan. Kun pääpaino ei ole näyttelysisälössä, vaan pelaamisessa, yhdistyvät nämä kaksi toimivaksi kokonaisuudeksi.

Pakopeli antaa taidemuseon henkilökunnalle mahdollisuuden poistaa miehlikuvan penseästä asiakaspalvelusta museoissa. Pelinvetäjän, henkilökunnan jäsenen, täytyy heti pelin alussa toivottaa pelaajat tervetulleeksi museoon, kertoa muutama sana museosta sekä ohjata heidät pelin alkuun. Positiivinen ensivaikutelma voidaan tehdä heti. Loppukeskustelussa pelinvetäjä kannustaa ja keskustelee ja luo positiivisen fiiliksen pelaajille pelin lopputuloksesta huolimatta. Henkilökunta pääsee tekemään vaikuttavaa yleisötyötä, jossa on aidosti mukana.

Pakopeli on hinnoiteltu halvaksi, tämä voi toimia positiivisena kannustuksena sekä museovierailuun, että pelaamiseen. Pakopeli on myös nuorien aikuisien kaipaama kulttuuritapahtuma, joka rikkoo arjen. Pakopelit ovat tuttu, helposti lähestyttävä kulttuurin muoto.

Chung korosti nuorten aikuisten haluavan valinnanvapautta sekä mahdollisuuden rakentaa kokemuksensa itse. Pakopelissä nuoret aikuiset pääsevät itse rakentamaan peli- ja näyttelykokemuksensa. Työpajamuotona pelaaminen ei ole kestoaltaan tai haasteeltaan liian pitkä tai vaativa. Se ei sisällä toimintamalleja jotka nuoret aikuiset mieltävät vanhoiksi.

Pelaaminen on nuorten aikuisten kokemusmaailmaa ja tuttua toimintaa. Pakopelissä mielenkiintoinen tapahtuma tuodaan taidemuseoon. Se voi tulevaisuudessa madaltaa kynnystä osallistua näyttelyyn ja muuhun toimintaan. Pelaaminen antaa nuorille mahdollisuuden vaikuttaa. Pelaajat antavat palautetta pelistä, ehkä jopa vaikuttavat siihen millainen peli seuraavaksi taidemuseoon järjestetään. Oleellisinta on muistaa, että nuoret aikuiset ovat kiinnostuneita korkeakulttuurista, mutta vaativat samalla viihtymistä.

Palvelun toteutuksessa on syytä muistaa, että vaikka se sopii nuorille aikuisille hyvin, se ei välttämättä ole kaikkien mielestä hyvä. Pelillistämisen ideaa on pidetty niin vetovoimaisena, että sen on usein uskottu ikään kuin automaattisesti tekevän tylsistä toiminnoista mukaansatempaavia. Kaikki pelit eivät kuitenkaan ole kaikkien mielestä hyviä ja mukaansatempaavia. (Harviainen, Merilainen & Tossavainen 2013, 117.) Negatiiviseenkin kritiikkiin on hyvä varautua ja ottaa se vastaan kehittävänä palautteena. Palvelu ei kaikista näistä perusteluista huolimatta ole välttämättä kaikkien mieleen.

Suurin haaste pelin tulevaisuudelle on markkinointi. Palvelu voi olla kuinka hyvä tahansa, mutta jos se ei tavoita kohdeyleisöään sen tavoite jää saavuttamatta. Markkinointiin pitää nähdä aikaa ja vaivaa ja löytää ne kanavat, joita nuoret aikuiset käyttävät. Yksi testipelaajista pohti ääneen, ettei osaa nimetä kanavaa josta olisi saanut tiedon pelistä. Nuoret aikuiset eivät

seuraa taidemuseoiden sivuja ja esimerkiksi Facebookin yleisillä kulttuuritapahtumasivuilla ilmoitukset hukkuvat helposti muiden kulttuuritapahtumien joukkoon. Mainontaa tulisi kohdistaa sinne, missä se tavoittaa aikuiset parhaiten, sekä sivustoille jota nuoret aikuiset käyttävät. Taidemuseo voisi esimerkiksi harkita esimerkiksi Instagram-palveluun liittymistä, mikä on suosittu aikuisten keskuudessa.

Palataan vielä palvelujen kokonaiskuvaan, museopalveluiden saavutettavuuteen. Salovaaran (2004, 71-72) mukaan saavutettavuuden edistämiseen on kolme vaihetta. Ensin täytyy tunnistaa ja poistaa niitä konkreettisia esteitä, jotka estävät ihmisiä tulemaan museoon. Opinnäytetyössä tehtiin tutkimustyötä asiasta ja valmiilla palvelulla pyritään vaikuttamaan näihin esteisiin. Tämän jälkeen on tarkoituksenmukaista edelleen kehittää vuorovaikutusta ja yhteistyötä eri yleisöryhmien kanssa. Taidemuseon käyttöön kehitetty palvelu antaa mahdollisuuden siihen.

Kolmanteen vaiheeseen on päästy, kun museon rooli yhteiskunnallista tasa-arvoa edistävänä toimijana on aktiivinen. Tällöin fyysiset ja henkiset kynnykset museossa käymiseen ovat matalat ja museolla on luonteva osa ympäröivän yhteisön toiminnoissa. (Salovaara 2004, 71-72.) Saavutettavuuden parantaminen on pitkä ja monitahoinen prosessi. Tähän tavoitteen ei yhdellä palvelulla päästä, mutta palvelujen monipuolistaminen kaikenikäisille vierailijoille on askel oikeaan suuntaan.

LÄHTEET

Anttila, P. 2001. *Se on projekti -vai onko? Kulttuurialan tuotanto- ja palveluprojektien hallinta*. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

Arkio, T. (2008). Museoiden ja taidekokoelmien yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta. Teoksessa P. Rajakari (toim.) *Mitä meillä oli ennen Kiasmaa? Kokoelmatoiminnan vaikuttavuus*. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy, 15-22.

Clare, A. (2015). *Escape the game. How to make puzzle and escape rooms*. USA: Wero Creative Press.

HAMK opinnäyteopas 2016, Moodle. Hämeen ammattikorkeakoulu. Haettu 26.3.2018 osoitteesta <https://moodle.hamk.fi>

Harviainen, J., Meriläinen, M. & Tossavainen, T. (2013). *Pelikasvattajan käsikirja*. Tampere: Tammerprint Oy.

Hassi, L., Paju, S. & Maila, R. (2015). *Kehitä kokeillen. Organisaation käsikirja*. Helsinki: Talentum Pro.

Hatakka, M. (2009). Museoleisön ajatuksia tulevaisuuden taidemuseosta. Teoksessa: S. Petterson (toim.) *Tulevaisuuden taidemuseo*. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy, 235-249.

Helene Schjerfbeck taidemuseon kokoelmissa. (2017). Riihimäen taidemuseo. Haettu 25.9.2017 osoitteesta <http://riihimaentaidemuseo.fi/schjerfbeck-huone-29-10-2016-21-5-2017/>

Hermunen, J. & Mutanen, M. (2009). Saavutettavuutta käyttäjäkeskeisillä suunnittelumenetelmillä. Teoksessa P. Tahkokallio (toim.) *Tulevaisuus on saavutettava*. Helsinki: Yliopistopaino, 82-87.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2015). *Tutki ja kirjoita*. Porvoo: Bookwell Oy.

Holm, M. (2013). Nuorten aikuisten käsityksiä museoista. Haettu 23.11.2017 osoitteesta http://www.craftmuseum.fi/esitteet/nuoret_museoon_mielipiteet.pdf

H.R. Giger museum. Biography. Haettu 25.4.2018 osoitteesta <http://www.hrgigermuseum.com/index2.php?option=bio&pg=1&act=s>

Huopainen, R. (2000). Tulevaisuuden museossa. Teoksessa J. Vilkkuna (toim.) *Näkökulmia museoihin ja museologiaan*. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy, 27-31.

Kaitavuori, K. (2007). Museo ja yleisö. Teoksessa P. Kinanen (toim.) *Museologia tänään*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 279-294.

Karttunen, M., Kontusalmi, H., Nurminen, K. & Pietilä, P. (2006). Mission impossible? Parikymppiset miehet ja taidemuseo. Haettu 23.11.2017 osoitteesta

<http://www.helsinki.fi/museologia/tutkimus.html>

Kehitä kokeillen. Kuvat. Haettu 24.4.2018 osoitteesta

<http://kehitakokeillen.fi/kuvat/>

Kiina pienoisenäyttely. Riihimäen taidemuseo. Haettu 25.9.2017 osoitteesta

<http://riihimaentaidemuseo.fi/kiina-pienoisnayttely-17-6-2017-alkaen/>

Koskinen, J. (2015). Miten suunnitella ja tehdä toisin? Haettu 26.2. 2018 osoitteesta

<http://www.designforum.fi/blog/miten-suunnitella-ja-tehda-toisin/>

Kumpulainen, K., Lipponen, L. & Krokfors, L. (2012). Museo oppimisen ympäristönä aikuisille. Teoksessa P. Kinanen, H. Nystedt & L. Tornberg (toim.) *Avarampi museo aikuisille*. Vammala: Vammalan kirjapaino, 12-15. Haettu 1.3.2018 osoitteesta

http://www.museoliitto.fi/doc/Avarampi_museo_aikuisille.pdf

Kuusisto, A. & Kuusisto, J. (2015). Käyttäjälähtöinen palvelukehitys kunta-sektorilla -mahdollisuuksia ja pullonkauloja. Teoksessa A. Jyrämä & T. Mattemäki (toim.) *Palvelumuotoilu saapuu verkostojen kaupunkiin. Verkostoja muotoilunäkökulmia kaupungin palvelujen kehittämiseen*. Helsinki: Unigrafia Oy, 173-190.

Lasten TaideApaja. Riihimäen Taidemuseo. Haettu 26.9.2017 osoitteesta

<http://riihimaentaidemuseo.fi/lasten-taideapaja/#>

Lehikoinen, K. & Vanhanen, E. (2017). *Taide ja hyvinvointi. Katsauksia kansainväliseen tutkimukseen*. Taideyliopisto, Kokos-julkaisusarja 1/2017. Nord Print.

Levanto, M & Petterson S. (2004). Toimittajien esipuhe. Teoksessa M. Levanto & S. Petterson (toim.) *Valistus/museopedagogiikka/oppiminen. Taidemuseo kohtaa yleisönsä*. Hämeenlinna: Karisto Oy kirjapaino, 7.

Liukkonen, E. (2004). Museoyleisö tutkimuksen kohteena. Teoksessa M. Levanto & S. Petterson (toim.) Valistus, museopedagogiikka, oppiminen. Taidemuseo kohtaa yleisönsä. Hämeenlinna: Karisto Oy, 145-154.

Malmisalo-Lensu, A. & Mäkinen, M. (2007). Museo oppimisen paikkana. Teoksessa P. Kinanen (toim.) Museologia tänään. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy, 295- 318.

Manninen, T. (2007). *Pelisuunnittelijan käsikirja. Ideasta eteenpäin*. Tal- linna: Printing Partners Oü.

Metsäpelto, H. (2010). *Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijät. Tarkastelussa nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyys*. Pro-gradu -tut- kielma. Taidehallinnon koulutusohjelma. Sibelius-Akatemia. Haettu 23.11.2017 osoitteesta

<http://ethesis.siba.fi/files/nbnfife201008312382.pdf>

Muotoiluluotaimet. (2012). Haettu 24.4.2018 osoitteesta

<https://www.innokyla.fi/web/malli110425>

Museoiden kehittäminen, museoiden arviointi- ja vertaiskehittäminen. Haettu 16.4.2018 osoitteesta

<https://www.museovirasto.fi/fi/museoalan-kehittaminen/tyokalut-ja-verkostot/museoiden-arviointi-ja-vertaiskehittaminen>

Museoalan teemapäivät. Haettu 24.4.2018 osoitteesta

http://www.nba.fi/fi/museoalan_kehittaminen/teemapaivat

Museoarviointi. (2016). Arviointimalli. Haettu 24.4.2018 osoitteesta

<https://museoarviointi.fi/files/arviointimalli.pdf>

Museo oppimisympäristönä. (2004). Suomen museoliiton julkaisuja 54. Jy- väskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Nicholson, S. (2015). Peeking behind the locked door: A survey of escape room facilities. Haettu 8.1.2017 osoitteesta

<http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf>

Niemi, L. (2011). *Tampereen museoiden yö 2010. Asiakastutkimus ja kehittä- misideoita*. Opinnäytetyö. Matkailun koulutusohjelma. Tampereen am- mattikorkeakoulu. Haettu 23.11.2017 osoitteesta

[http://www.theseus.fi/bitstream/han- dle/10024/26708/Niemi_Leena.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/26708/Niemi_Leena.pdf?sequence=1)

Nuoret museoon. Suomen käsityön museo. Haettu 3.1.2018 osoitteesta

http://www.craftmuseum.fi/esitteet/nuoret_museoon.htm

Ojasalo, K. Moilanen, T. & Ritalahti, J. (2014). *Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki Sanoma Pro Oy.

Pakopelit. Haettu 23.11.2017 osoitteesta

<http://www.pakopelit.fi>

Petterson, S. (2009). Taidemuseoiden tulevaisuuksien historia. Teoksessa S. Petterson (toim.) *Tulevaisuuden taidemuseo*. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy, 18-44.

Pietarinen, E. (2013). *Nuoret Joensuun taidemuseon kohderyhmänä*. Opinnäytetyö. Matkailun koulutusohjelma. Karelia-ammattikorkeakoulu. Haettu 4.1.2018 osoitteesta

<https://publications.theseus.fi/handle/10024/61412>

Pontin, K. (2001). Why Young People? Attracting a new audience to our museums. Teoksessa K. Bellamy & C. Oppenheim (toim.) *Learning to Live. Museums, young people and education*. Institute for Public Policy Research and National Museum Directors' Conference 2009. 103-112. Haettu 24.4.2018 osoitteesta

https://www.nationalmuseums.org.uk/media/documents/publications/learning_to_live.pdf

Rantamaa, P. (2016). YAMK: Opinnäytetyö 30 op. 3.9.2016, Moodle. Hämeen ammattikorkeakoulu. Haettu 29.3.2018 osoitteesta

<https://moodle.hamk.fi>

Riihimäen taidemuseo: Wähäjärven kokoelma. Riihimäen taidemuseon julkaisu, 1996. Osa 1. Tampere: Tammer-Paino Oy

Riihimäen taidemuseon henkilökunta. Riihimäen taidemuseo. Haettu 4.3.2017 osoitteesta

<http://riihimaentaidemuseo.fi/info/henkilokunta/>

Riihimäen taidemuseon ystävät. (2017). Riihimäen taidemuseo. Haettu 4.3.2017 osoitteesta

<http://riihimaentaidemuseo.fi/2016/04/25/1556/>

Schaffman, A. How to use Escape Room Games to Attract Millennials to your Museum. Museumnext. Haettu 23.11.2017 osoitteesta

<https://www.museumnext.com/insight/use-escape-room-games-to-attract-millennials-to-your-museum/>

Scollen, R. (2008). *Regional voices talk theatre: audience development for the performing arts*. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, vol 13 (1). 45-56.

Salovaara, S. (2004). Hyvä museo on saavutettava museo. Teoksessa M Levanto & S. Petterson (toim.) *Valistus/Museopedagogiikka/oppiminen. Taidemuseo kohtaa yleisönsä*. Hämeenlinna: Karisto Oy, 65-75.

Shrapnel, E. (2012). *Engaging Young Adults in museums. An audience Research Study*. Haettu 23.11.2017. osoitteesta <http://australianmuseum.net.au/Uploads/Documents/26111/Final%20Project.pdf>

Taivassalo, E. & Levä, K. (2012). *Museokävijä 2011*. Suomen museoliiton julkaisu 62. Helsinki: Tuokinprint Oy.

Teräs, U. & Teräsvirta, E. (2013). *Altistutaan asiakkaille! Museoiden johtamis- ja toimintamallit muutoksessa. Keskustelunavaus*. Helsinki: Erweko Oy.

Vuorinen, K. (2004). Helene Schjerfbeckin teoksia Riihimäen taidemuseossa. Teoksessa T. Simanainen & K. Vuorinen (toim.) *Helene Schjerfbeck Riihimäen taidemuseossa*. Riihimäen taidemuseon julkaisu, 2004. Osa 10. Tampere: Tammer-paino Oy.

Vuorinen-Parm, K. (2018). Riihimäen taidemuseo 2018. Sähköpostiviesti tekijälle 14.4.2018.

HAASTATTELURUNKO TESTIRYHMILLE

ALKUKESKUSTELU:

Ikä?

Kuinka monta kertaa (suunninpiirtein) käyt taidemuseoissa vuodessa?

Oletko käynyt aikaisemmin pakopelissä?

Valitse pelaajista muutama fiilissykkeen kirjaamiseen

FIILIS 1=tylsistynyt

5=huippu hyvä

FIILISSYKE

Pelaaja 1	Pelaaja 2	Pelaaja 3	Pelaaja 4

LOPPUKESKUSTELU:

Onnittele pelaajia, puhu huomioistasi pelin aikana, houkuttele pelaajia avaamaan kokemustaan, kirjaa ylös huomioita.

PELI

Mitkä tehtävät olivat helppoja/vaikeita?

Mistä pidit/et pitänyt?

Oliko tehtäviä riittävästi?

Kuinka monta pelaajaa olisi hyvä määrä pelille?

Kuinka paljon olisit valmis maksamaan pelistä?

MUSEOPALVELU

Mitä olet mieltä pelistä sijoitettuna museoympäristöön?

Mitä mieltä olit pelistä museopalveluna?

Voisiko peli houkutella enemmän nuoria aikuisia museoon?

MUU PALAUTE

Onko vielä jotain muuta, josta haluat antaa palautetta?

TAIDERYÖSTÖ
Pakopelin säännöt

MUISTA KÄYDÄ HUOLELLA LÄPI PELIN KAIKKI KOHDAT ENNEN PELAAJIEN SAAPUMISTA! ON ÄÄRIMMÄISEN TÄRKEÄÄ PELIN ONNISTUMISEN KANNALTA, ETTÄ MITÄÄN EI OLE UNOHTUNUT.

Tapaa pelaajat alakerrassa ja toivota heidät tervetulleeksi peliin. Anna mahdollisuus käydä vessassa, laittaa takit paikoilleen ja arvoesineet lukolliseen kaappiin. Samalla saat oivan tilaisuuden kertoa muutaman sanan Riihimäen taidemuseosta. Tämän jälkeen täytätte vastuuvapauslomakkeen ja selitä miksi taidemuseo pyytää sellaisen. Sitten ohjaa pelaajat pelipaikalle ja anna seuraava ohje.

Olette joukko ystäviä taidemuseokierroksella Riihimäen taidemuseossa. Kesken kierroksen huomaatte, että yksi tauluista puuttuu. Koska olette sillä hetkellä ainoat vierailijat museossa, syyttävä sormi osoittaa teihin. Edes videokameroista ei ole apua, sillä joku on kytkenyt valvonnan pois päältä. Teillä on tunti aikaa löytää kadonnut teos, ennen kun henkilökunta hakee virkavallan paikalle, joka sattumoisin on seinän takana.

Peliä pelatessa on tärkeää huomioida, että missään vaiheessa peliä taideteoksiin ei saa koskea! Niitä ei saa siirtää eikä liikutella. Voimankäyttöä ei tarvita eikä mitään pidä rikkoa. Sen sijaan kehotan teitä kiinnittämään erityistä huomiota yksityiskohtiin ja etsimään asioita, mitkä eivät museoon kuulu. Tutkikaa ja katsokaa tarkkaan kaikkia sellaisia esineitä, jotka eivät ole taideteoksia.

Pelin ratkaiseminen vaatii teiltä ryhmätyöskentelyä, joten muistakaa kertoa toisille ÄÄNEEN mitä löydätte ja mitä ajattelette. Keskustelkaa yhdessä, miten ratkaisette arvoituksen!

Pelialue on taidemuseon yläkerta lukuun ottamatta askarteluhuonetta. Sinne ei tarvitse mennä ollenkaan. Pysykää yläkerrassa, *ellei toisin mainita.*

Vihjeitä saatte kaksi, mutta vihje pitää tulla hakemaan alakerran infotiskiltä. Tämä toimii samalla aikasakkona. Kun kuulette musiikkia, teillä on 15 minuuttia aikaa pelin ratkaisuun. Musiikki kovenee loppua kohden.

Onko teillä jotain kysyttävää?

Jännittävää peliä!

Kun pelaajat pääsevät naulakolle ja löytävät taulun, mene onnittelemaan heitä. Tarkista aika. Tässä kohtaa pelaajilla on mahdollisuus ottaa ryhmäkuva (esimerkiksi kehyksien kanssa niin, että peliaika näkyy kirjoitettuna kehykseen). KYSY PELAAJILTA PELISTÄ ja anna mahdollisuus keskustelulle ja palautteelle. Pelaajat rakastavat kertoa pelaamisestaan. Kerro sitten pelaajille, että he saavat jäädä kiertämään näyttelyä ja tutustumaan museokauppa Helenen tuotteisiin.

VASTUUVAPAAUSSITOUMUS JA KÄYTTÖEHDOT

Osallistun Riihimäen taidemuseon pakopeliin omasta vapaasta tahdostani ja omalla vastuullani. Alle 18-vuotiaat voivat osallistua ainoastaan aikuisen seurassa. Kaikilla (myös aikuiset) tulee olla vastuuvapautuslomake asianmukaisesti täytettynä ja palautettuna ennen peliä. Alle 18-vuotiailla tulee olla huoltajan allekirjoitus ja yhteystiedot.

Sitoudun noudattamaan kaikkia Riihimäen taidemuseon turvallisuusohjeita, sääntöjä sekä henkilökunnan antamia neuvoja, kehotuksia ja käskyjä.

Ymmärrän, pelin sijoituessa yleiseen tilaan, minua saatetaan kuvata. Sallin että taidemuseon henkilökunnan ottamia kuvia tai videota voi käytetään pelin/taidemuseon markkinoimiseen ja tiedotukseen.

Ymmärrän että ostettuani palvelun sillä ei ole peruutusoikeutta eikä rahoja palauteta.

Allekirjoituksellani vapautan taidemuseon työntekijät kaikesta vastuusta minkä tahansa vahingon sattuessa. Olen velvoitettu korjaamaan itse aiheuttamani vahingon, mikäli taidemuseon irtaimistoa tai omaisuutta rikkoutuu tai katoaa.

Olen huolellisesti lukenut tämä asiakirjan. Ymmärrän asiakirjan sisällön ja merkityksen ja hyväksyn käyttösäännöt.

Nimi

Puhelin

Sähköposti

Huollettavat, joiden puolesta allekirjoittaa käyttösäännöt

Paikka ja aika

Allekirjoitus ja nimenselvennys