



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

**Digitaalisen yleisötyön kehittäminen
kulttuuriorganisaatioissa**

Ina Aalto

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (240 op)

Toukokuu / 2018

www.humak.fi

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Koulutusohjelman nimi

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Ina Aalto	Sivumäärä 68 ja 1 liitesivua
Työn nimi Digitaalisen yleisötyön kehittäminen kulttuuriorganisaatioissa	
Ohjaava opettaja Pasi Toivanen	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Humanistinen ammattikorkeakoulu	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyö käsittelee kulttuuriorganisaatioissa tehtävää digitaalista yleisötyötä. Työn tilaajana toimii Humanistinen ammattikorkeakoulu.</p> <p>Kehittämistyön tavoitteena oli luoda kattava kuva siitä, mitä on digitaalinen yleisötyö: Millaista digitaalista yleisötyötä kulttuuriorganisaatioissa on tehty, tehdään ja mihin suuntaan se on menossa? Mitä digitaalisen yleisötyön suunnittelussa ja toteutuksessa tulee ottaa huomioon? Mitä kaikkea se voi olla?</p> <p>Kehittämistyön toisena tavoitteena oli tutkia, millaisia malleja digitaalisessa yleisötyössä ilmenee ja voidaanko tämän tutkimuksen pohjalta muodostaa yleispäteviä digitaalisen yleisötyön muotoja.</p> <p>Kehittämistyössä käytettyjä aineistonkeruumenetelmiä olivat teemahaastattelut, esikuva-arviointi ja aivoriihi. Lähemmän tarkastelun kohteena olivat Akseli Gallen-Kallelan Museo, Helsingin kaupunginorkesteri ja Riihimäen Teatterin #digiteatteri. Lisäksi työssä perehdyttiin aiempaan aihetta käsittelevään tietoperustaan.</p> <p>Tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että digitaalisessa yleisötyössä on havaittavissa selkeitä muotoja. Kehittämistyön tuotoksena syntyi kattava kokonaisuus digitaalisen yleisötyön malleja. Aiheen rajamista varten opinnäytetyössä ei käsitelty digitaalista yleisötyötä, joka on paikkasidonnaista eli vaatii fyysisen läsnäolon organisaatiossa.</p> <p>Opinnäytetyön pyrkimyksenä on ollut auttaa kulttuurialan organisaatioita ymmärtämään digitaalista yleisötyötä kokonaisvaltaisemmin ja pohtimaan oman organisaation yleisötyötä syvemmin sekä antaa organisaatioille ideoita digitaalisten välineiden ja alustojen soveltamismahdollisuuksista digitaalisen yleisötyön suunnittelussa. Opinnäytetyö voi olla hyödyksi myös muille toimialoille ja yrityksille, jotka joutuvat uudistumaan digitaalisuuden myötä.</p>	
Asiasanat yleisötyö, digitaalinen yleisötyö, digitalisaatio, digitaalisuus, osallisuus, saavutettavuus, kulttuuriala	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Name of the Degree Programme

ABSTRACT

Author Ina Aalto	Number of Pages 68 and 1
Title Developing digital audience development in cultural organizations	
Supervisor Pasi Toivanen	
Subscriber and/or Mentor HUMAK University of Applied Sciences	
Abstract <p>This thesis covers digital audience development in cultural organizations. The subscriber of this thesis is HUMAK University of Applied Sciences.</p> <p>The objective of this development work was to build an extensive image about what is digital audience development: what kind of digital audience development in cultural organizations has been done, are being done and where is it going? What needs to be taken into consideration in the planning and implementation of digital audience development? What all it can be?</p> <p>Another objective of the development work was to research what kind of models in the digital audience development occurs and can there be formed universal forms of digital audience development.</p> <p>The data collecting methods of this development work were theme interview, benchmarking and brainstorming. Subjects of the closer observation were specifically The Gallen-Kallela Museum, The Finnish Radio Symphony Orchestra and #digitaltheatre of Riihimäki Theatre. In addition, familiarization with previous knowledge about the subject was also part of this work.</p> <p>Based on this research it can be stated that in the digital audience development there can be detected some clear forms. As a result of this development work there were formed an extensive ensemble of models of digital audience development. For defining the subject in this thesis, the place bounded digital audience development, which requires physical presence in the organization wasn't covered.</p> <p>The aim of the thesis was help the cultural organizations to understand the digital audience development more comprehensively, to consider deeper of one's own organizations audience development and to give organizations some ideas about how to apply digital devices and platforms better in the planning of digital audience development. The thesis can also be useful for other industries and companies that need to reform with digitalization.</p>	
Keywords audience development, digital audience development, digitalization, digitality, participation, accessibility, culture sector	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1	JOHDANTO	5
2	TIETOPERUSTA	6
2.1	Yleisötyö	6
2.2	Mitä on digitaalinen yleisötyö ja miksi sitä tehdään?	8
2.3	Tutkimuksia: Digitaalinen yleisötyö Suomessa	11
3	DIGITAALISUUS YLEISÖTYÖSSÄ	16
3.1	Haastattelut	16
3.2	Haastatteluaineiston analyysi	18
3.3	Yhteenveto	24
4	HYVIÄ KÄYTÄNTÖJÄ	26
4.1	Esikuva-arviointi	27
4.2	Riihimäen Teatterin #digiteatteri	29
4.3	Streamausta Helsingin kaupunginorkesterissa	34
4.4	Digitointi Akseli Gallen-Kallelan Museossa	36
5	YHTEISÖLLINEN IDEOINTI	38
5.1	Aivoriihi	38
5.2	Kehitetyt ideat	41
6	DIGITAALISEN YLEISÖTYÖN MUODOT JA MALLIT	50
6.1	Jaettu tekijyys	50
6.2	Striimaaminen	52
6.3	Aineistojen digitointi	54
6.4	Syventävät sisällöt	55
6.5	Tarinan kerronnalliset sisällöt	56
6.6	Sovellukset	58
6.7	Virtuaalitodellisuus ja pelillisuus	59
7	POHDINTAA	60
	LÄHTEET	63
	LIITTEET	69

1 JOHDANTO

Kulttuuriorganisaatioiden yleisötyö on uusien haasteiden edessä, kun digitaalisten välineiden sekä kanavien käyttö on yleistynyt ja kulttuuriorganisaatioiden on huomioitava digitaalisuus entistä paremmin toiminnassaan. Digitaalisuus ja uudet teknologiat tarjoavat uusia keinoja tavoittaa aiempaa suurempia ja kokonaan uusia yleisöjä, edistää taiteen ja kulttuurin tasa-arvoista saavutettavuutta sekä syventää organisaatioiden ja yleisön välistä suhdetta. Digitaalisuuden ja uusien teknologioiden vaikutuksista taiteen ja kulttuurin kentällä on käyty viime vuosina keskustelua myös kulttuuripolitiikassa ja kulttuuristrategioissa sekä alan opinnäytetöissä ja hankkeissa (ks. esim. Ahlavuo, Hyyppä & Ylikoski 2016; Halonen 2011, 29–47; Toivanen 2016, 77-87).

Opinnäytetyöni tutkii kulttuuriorganisaatioiden digitaalista yleisötyötä. Keskeisenä selvitettävänä kysymyksenä mitä digitaalinen yleisötyö on ja kuinka se eroaa perinteisestä yleisötyöstä. Perinteisellä yleisötyöllä tarkoitan kulttuuriorganisaation järjestämää ydintehtävää täydentävää toimintaa, johon osallistuminen vaatii fyysisen läsnäolon. Digitaalisella yleisötyöllä tarkoitan kulttuuriorganisaatioiden tuottamia sisältöjä ja palveluja, joiden avulla kulttuuri voidaan kokea paikasta ja mahdollisesti myös ajasta riippumatta verkon välityksellä.

Opinnäytetyöni tilaajana toimii Humanistinen ammattikorkeakoulu ja opinnäytetyöni idea on lähtöisin Humanistisen ammattikorkeakoulun, Aalto-yliopiston ja Jyväskylän kaupunginteatterin Virtuaaliseikkailu teatterin maailmaan -yhteistyöhankkeesta. Kyseessä on vuonna 2017 käynnistynyt sähköisten kulttuuripalveluiden kehittämis- ja mallintamishanke, jonka tarkoituksena on tutkia, miten uusia teknologioita on mahdollista hyödyntää taide- ja kulttuurilaitosten toiminnassa ja uusien digitaalisten kulttuuripalveluiden tuotannossa. Hankkeen ensisijaiset tavoitteet ovat nuorten kulttuuriin osallisuuden ja osallistumisen parantaminen sekä luovan työn ja tuotannon edistäminen. (Aalto-yliopisto 2017; Johansson 2017) Toinen opinnäytetyön syntyyn vaikuttanut tekijä on ollut opetus- ja kulttuuriministeriön käynnistämä ”Digitaalisuus kulttuurialan toimijoiden yleisötyössä” -selvityshanke. Hankkeessa on kartoitettu taide- ja kulttuurilaitosten digitaalisen yleisötyön käytäntöjä ja tarpeita. Tavoitteena lisätä osal-

lisuutta ja osallistumista auttaen toimijoita parantamaan digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tarjontaa verkossa. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017a.)

Näiden kahden ajankohtaisen hankkeen pohjalta opinnäytetyön tavoitteeksi muodotui: 1. luoda kuva siitä, mitä kaikkea kulttuuriorganisaatioiden digitaalinen yleisötyö on ja millaista sen tulisi olla; 2. muodostaa kuva kulttuuriorganisaatioiden digitaalisen yleisötyön muodoista ja avata näitä muotoja mallien kautta; 3. auttaa kulttuuriorganisaatioita ymmärtämään kokonaisvaltaisemmin digitaalista yleisötyötä ja antaa organisaatioille ideoita digitaaliseen yleisötyöhön.

Opinnäytetyön kehittämismenetelminä käytin teemahaastatteluja, esikuva-arviointia ja aivoriihettä. Haastattelin kolmen kulttuuriorganisaation yleisötyötä tekeviä henkilöitä ja perehdyin näiden samojen organisaatioiden digitaaliseen yleisötyöhön. Aivoriihen toteutin osana Humanistisen ammattikorkeakoulun Kehittämistyön menetelmät 2 - opintokokonaisuuden päätösseminaaria. Lisäksi perehdyin aihetta käsittelevään tietoperustaan.

Koen, että aihe on hyvin ajankohtainen. Kehittämistyöni pohjalta ilmeni, että Suomessa digitaalista yleisötyötä on tehty jo jonkin verran. Kiinnitin huomiota kuitenkin siihen, että tietoa on hyvin hajanaisesti saatavilla. Osalle kulttuuriorganisaatioista digitaalinen yleisötyö on myös suhteellisen tuntematon alue, joten toivon, että työni auttaa organisaatioita pohtimaan omaa yleisötyötään syvällisemmin.

2 TIETOPERUSTA

2.1 Yleisötyö

Kulttuuriorganisaatioissa on tehty perinteistä yleisötyötä jo kauan, mutta viimeisen kymmenen vuoden aikana yleisötyön tekeminen on lisääntynyt ja muuttanut muotoaan. Kaksisuuntainen vuorovaikutus yleisön kanssa on korvannut yhdensuuntaisena

viestintänä nähdyn sivistyksellinen yleisökasvatuksen ja on alettu käyttämään termiä yleisötyö (engl. audience development). (Sorjonen & Sivonen 2015, 11.) Perinteisen yleisötyön muotoja ovat muun muassa työpajatoiminta, taiteilijatapaamiset, kulissikierrokset ja erilaiset keskustelutilaisuudet. Yleisötyötä on alettu tekemään myös yhä enemmän määrin laitoksen omien tilojen ulkopuolella, kuten päiväkodeissa, kouluissa ja palvelukodeissa. (mt., 95.)

Cuporen julkaisussa Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tulokellisuus Outi Sivonen ja Hilppa Sorjonen määrittelevät yleisötyön seuraavasti:

Yleisötyö määritellään toimenpiteiksi, joiden tavoitteena on yksilön tiedollisia ja tunnepitoisia valmiuksia kehittämällä perehdyttää eri kohderyhmiä taide- ja kulttuurilaitoksiin ja edistää siten osallistumista näiden laitosten perustehtävän toteuttamiseksi tuotettuihin esityksiin ja tilaisuuksiin (Sorjonen & Sivonen 2015, 22).

Puhuttaessa yleisötyöstä kulttuuripoliittisesta näkökulmasta ovat Sorjonen ja Sivonen (2015, 15-18) nostaneet esiin yleisötyötä käsittelevässä tutkimuksessaan Nobuko Kawashiman yleisötyötyyppien luokittelun. Kawashiman mukaan (2000) on olemassa neljä yleisötyötyyppiä, joita ovat kulttuuriin osallistaminen (cultural inclusion), laajennettu markkinointi (extended marketing), maun kehittäminen (taste cultivation) ja yleisökasvatus (audience education). Iso-Britannia on ehdottomasti yksi yleisötyön edelläkävijämaista. Siellä yleisötyötä, jolla tarkoitetaan yleisömäärän kasvattamiseen liittyvää yleisökasvatusta, on tehty esitystaideorganisaatioiden ja museoiden kesken jo 1980-luvulta lähtien.

Nykyään myös Suomessa järjestetään monimuotoista yleisötyötoimintaa. Tutkiesaan suomalaisten julkisesti rahoitettujen taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muotoja Sorjonen ja Sivonen (2015, 70) tunnistivat viisi yleisötyömuotoa, joita ovat: 1. laitosten järjestämät tilaisuudet, kuten yleisökeskustelut, luennot, seminaarit, taiteilijataapaamiset, esittelyt ja kulissikierrokset; 2. laitoksen omissa tiloissa järjestettävät työpajat, toiminnalliset tehtäväkierrokset sekä kerhot ja leirit; 3. maksuttomat yleisötaapahtumat, yleisölle avoimet harjoitukset sekä avoimien ovien -taapahtumat; 4. erilaiset yhteistyötuotannot laitosten ammattilaisten ja ulkopuolisten osallistujien kesken; 5.

laitoksen ulkopuolella toteutetut yleisötyötilaisuudet. Tutkijat ottivat muotojen luokittelussa huomioon vain maksuttomat tilaisuudet.

Vertaillaessaan suomalaisten taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön tavoitteita Sorjonen ja Sivonen (2015, 61–65; mt., 94–95) tunnistivat yleisiä tavoitteita, joiden pohjalta laitokset tekevät yleisötyötä. Tutkijat näkivät, että yleisötyötä tehdään, koska halutaan kasvattaa uutta yleisösukupolvea, saada yleisöä tutustumaan ja sitoutumaan laitoksen toimintaan, tavoittaa potentiaalisia yleisöjä, lisätä laitoksen tunnettuutta markkinoinnin avulla, palvella laitosta toimien kaksisuuntaisena kommunikaatioväylänä sekä auttaa laitoksen työntekijöiden työmotivaation suhteen. Syinä voitiin nähdä myös sosiaaliset ja yhteiskunnalliset tavoitteet, verkostoituminen alan toimijoiden kanssa, pedagogiset lähtökohdat ja jossain määrin myös taiteelliset päämäärät.

2.2 Mitä on digitaalinen yleisötyö ja miksi sitä tehdään?

Digitaalista yleisötyötä on tutkittu Suomessa vielä vähän verrattuna perinteiseen yleisötyöhön. Tämä selittyy osittain sillä, että digitaalista yleisötyötä ei ole tehty vielä yhtä kattavasti. Suomessa digitaaliseen yleisötyöhön on alettu kiinnittää enemmän huomiota vasta viimeisen parin vuoden aikana. Tämä johtuu osittain siitä, että digitaalinen toimintaympäristö on huomioitu Euroopan unionin kulttuuripolitiikan linjauksia myöten. Aihetta käsitellään syvemmin avoimen koordinaatiomenetelmän työryhmän raportissa sekä neuvoston päätelmissä kulttuurin saatavuuden edistämisestä digitaalisin keinoin painopisteenä yleisösuhteen kehittäminen. (Harju & Sainio 2018, 2.) Päätelmissä jäsenvaltioita on kehoitettu ryhtymään toimiin digitaalisen yleisösuhteen kehittämiseksi jäsenvaltioissa sekä korostetaan 1. teknologian vaikutusta kulttuurisisältöjen luomisen, saavutettavuuden ja käytön suhteen; 2. digitaalisten keinojen huomioimista heikommassa asemassa olevien yleisöjen suhteen; 3. yleisösuhdetta kehittämällä uusien ja jo olemassa olevien yleisöjen suhteen syventämistä; 4. uuden tiedon ja osaamisen kartuttamista; 5. organisaatioiden uuden toimintamallin muodostamista ja rakenteiden uudistamista; 6. käyttäjätietojen keräämistä ja hyödyntämistä. Neuvosto myös toteaa, että kulttuuriorganisaatioiden on ratkaistava digitaali-

sen yleisösuhteen kehittämiseen liitetyt haasteet ja hyödynnettävä digitaalisen yleisösuhteen kehittämisen keinot toiminnassaan. (Eurooppa-neuvosto 2017.)

Iso-Britannia toimii jälleen myös digitaalisen yleisötyön edellä kävijänä ja suunnan näyttäjänä. Isossa-Britanniassa Arts Council England on tutkinut digitaalisuutta kulttuuriorganisaatioissa ja toiminut osaltaan digitaalisen yleisötyön mahdollistajana (ks. myös Ars Electronica, European Theatre Lab, Waag Technology and Society). Vuosina 2012–2015 Arts Council England toteutti yhteistyössä Nestan (the innovation foundation) ja AHRC:n (Arts and Humanities Research Council) kanssa digitaalisen taiteen rahoitusohjelman, Digital R&D Fund for the Arts, jossa rahoitettiin 52 taide- ja kulttuuriorganisaation yhteistyötä tekniikan alan yritysten ja tutkijoiden kanssa. Lisäksi neuvosto on muun muassa kartoittanut yhteistyössä Nestan kanssa vuodesta 2013 lähtien taide- ja kulttuuriorganisaatioiden digitaalisten keinojen käyttöä. (Arts Council England 2018.)

Edellä kuvatun digitaalisten keinojen käytön kartoituksen pohjalta syntyneitä Digital Culture -raportteja hyödynnettiin myös Suomessa opetus- ja kulttuuriministeriön vuosien 2017–2018 vaihteessa toteutetussa ”Digitaalisuus kulttuurialan toimijoiden yleisötyössä” -selvityshankkeessa (Harju & Sainio 2018, 4). Hankkeen tuloksista koostetussa Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisötyö -julkaisussa digitaalinen yleisötyö määritellään seuraavasti:

Digitaalisella yleisötyöllä tarkoitetaan toimintaa, jossa kulttuuritoimija on vuorovaikutuksessa yleisöjensä, asiakkaidensa tai kävijöidensä kanssa digitaalisia välineitä, alustoja, sisältöjä tai palveluita hyödyntäen sekä muuta toimintaa, joka mahdollistaa yleisöjen osallistumisen kulttuurilaitoksen toimintaan digitaalisten keinojen avulla (Harju & Sainio 2018, 3).

Kyseisessä koosteessa merkille pantavaa on se, että selvityshankkeen alussa opetus- ja kulttuuriministeriö käytti termiä digitaalinen yleisötyö, mutta tulosten koostamisen jälkeen alettiin puhumaan EU:n tapaan *digitaalisen yleisösuhteen kehittämisestä*. Selvityshankkeesta vastaavan ylitarkastaja Tapani Sainion mukaan muutos johtuu siitä, että haluttiin löytää termi, joka kuvaa asiaa mahdollisimman hyvin, koska käytössä ei ole vakiintunutta termiä. Sainio myös mainitsee, että Suomessa vastaavanlainen selvityshanke on jatkossa määrä toteuttaa säännöllisesti muutaman vuoden

välein. Näin tulosten pohjalta voidaan paremmin vertailla alalla tapahtuvaa kehitystä. (Sainio 2018.)

Digitalisaation ja uusien teknologioiden vaikutuksista taiteen ja kulttuurin kentällä on käyty keskustelua myös Suomen kulttuuripolitiikassa ja -strategioissa. Uusimmassa Kulttuuripolitiikan strategia 2025 -julkaisussa kerrotaan, kuinka kulttuurisisältöjen saatavuus on parantunut digitalisaation myötä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017b, 19–22) ja digitalisaation kehitys nähdään edelleen voimakkaana. Se synnyttää uusia innovaatioita ja muuttaa rakenteiden lisäksi myös kuluttajien käyttäytymistä. Luovien alojen nähdään hyötyvän ja hyödyntävän eniten digitalisaation kehityksen moniulotteisuutta. Syntyy uusia tuotteita ja palveluja, kun kulttuuriperinnön aineeton ja digitaalinen osuus kasvavat, jolloin niitä hyödynnetään yhä enemmän eri sektoreilla. Eri vähemmistöryhmät otetaan paremmin huomioon myös digitaalisten palvelujen suunnittelussa ja kulttuurin alueellinen saavutettavuus paranee. (mt., 27–28.)

Kyseisen strategian tavoitteiden (mt., 34) toteuttamiseksi muun muassa rahoitusjärjestelmää on lähdetty uudistamaan. Opetus- ja kulttuuriministeriön asettama työryhmä luovutti ehdotuksen taide- ja kulttuurilaitosten valtionosuusjärjestelmän uudistamisesta ministeri Terholle 17.1.2018 (Suomen teatterit 2018). Uuden rahoitusjärjestelmän on tarkoitus olla joustavampi ja kannustavampi, sillä tällä hetkellä rahoitusjärjestelmä ei tarpeiltaan vastaa alalla tapahtuneeseen muutokseen ja kehitykseen. Rahoitusjärjestelmän kannustavuutta kehittäessä on tavoitteena ottaa myös yleisötyö huomioon entistä paremmin. (mt., 41–44.) Museoiden ja vapaan kentän osalta lainsäädäntö ja rahoitusjärjestelmän muutokset astuvat voimaan vuoden 2020 alusta. Esittävien taiteiden osalta uudistus siirtyy jatkovalmisteluun lausuntokierroksella syntyneen kritiikin vuoksi. (Hallamaa 2018.)

Digitalisuudessa keskeisiä käsitteitä ovat *digitalisaatio*, *saavutettavuus* ja *osallisuus*. Pasi Toivanen (2016, 77) käsittelee Humanistisen ammattikorkeakoulun julkaisussa Tuottajan duunit 2 digitalisaatiota kulttuurituottajan työssä ja kuvaa käsitettä ”ilmiönä, jossa digitaaliset välineet ja kanavat ovat yleistyneet ihmisten työssä ja arjessa”. Saavutettavuuteen liitetään yleensä kulttuuripalvelujen tarkastelu viestinnän, hinnoittelun ja rakennetun ympäristön näkökulmasta (Virolainen 2015, 93–96). Saavutettavuudella voidaan tarkoittaa myös sitä, että organisaatioiden sisällöt ovat saatavilla

yleisöille niin, että edellytyksenä ei ole fyysinen läsnäolo organisaatiossa (Sorjonen & Sivonen 2015, 12). Osallisuus sisältää yleensä ajatuksen yhteisöön tai yhteiskuntaan kuulumisesta, toimintaan osallistumisesta ja yhteisöön kuulumisen kokemuksesta. Näiden lisäksi osallisuutta voidaan tarkastella sosiaalisen ja poliittisen ulottuvuuden näkökulmasta. (Virolainen 2015, 93-96.) Kehittyneet teknologiat ja digitaalisuus ovat osaltaan parantaneet tiedon ja sisältöjen välitystä sekä lisänneet saavutettavuutta ja osallistumismahdollisuuksia muun muassa verkossa (Linkola & Timonen 2015 99–100).

2.3 Tutkimuksia: Digitaalinen yleisötyö Suomessa

Opetus- ja kulttuuriministeriö on aloittanut toimet digitaalisen yleisötyön edellytysten parantamiseksi suomalaisissa taide- ja kulttuurilaitoksissa toteuttamalla ”Digitaalisuus kulttuurialan toimijoiden yleisötyössä” -selvityshankkeen, jossa kartoitettiin laitosten digitaalista yleisötyötä yleisösuhteen kehittämisen näkökulmasta. Yleisösuhteen kehittämällä tarkoitettiin selvityksessä niitä digitaalisia keinoja, joilla voidaan monipuolistaa ja kasvattaa yleisöpohjaa sekä syventää yleisösuhdetta. (Harju & Sainio 2018, 2-3.)

Selvityshankkeen pohjalta syntyneet tulokset on muodostettu yhteistyössä kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus Cuporen kanssa tehdyn taide- ja kulttuuritoimijoille suunnatun verkkokyselyn pohjalta. Kyselyyn vastattiin anonymisti ja vastauksia kertyi 160, joista 159 oli kyselyn kohderyhmää eli sellaisia taide- ja kulttuuritoimijoita, joilla on esitys-, näyttely- tai palvelutoimintaa yleisöille. Vastaukset jaettiin toimialoittain viiteen ryhmään: 1. Esittävät taiteet; 2. Festivaalit, tapahtumat ja kulttuurikeskukset; 3. Lastenkulttuuri; 4. Visuaaliset taiteet; 5. Kirjastot ja museot. Viimeinen ryhmä oli eniten edustettuna kyselyn vastaajien joukossa. (mt., 4.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksessä kartoitettiin ensimmäisenä yleisötyön tavoitteita yleisesti. Kyselyyn vastanneet saivat valita annetuista vastausvaihtoehdoista kolme tärkeintä, joista tärkeimmäksi tavoitteeksi nousi yleisöpohjan monipuolistaminen ja laajentaminen. Palvelun saavutettavuuden lisääminen, yleisömäärän

kasvattaminen ja yhteiskunnallisten tavoitteiden toteuttaminen koettiin myös tärkeinä. Toimialakohtainen vaihtelu oli vähäistä, mutta esittävien ja visuaalisten taiteiden kohdalla tärkeänä pidettiin myös luovien ja taiteellisten tavoitteiden saavuttamista. (mt., 7-10.)

Markkinointi ja viestintä painottuivat kyselyyn vastanneiden toimijoiden digitaalisten keinojen käytön suhteen. Muita käytettyjä keinoja olivat digitaalisia keinoja hyödyntävä asiakaspalvelu, sisältöjen digitointi ja avaaminen verkkoon sekä esitys- tai näyttelytoimintaa täydentävän sisällön tuotanto ja jakaminen verkossa. Käytön suhteen kyselyn vastauksista voitiin huomata alakohtaisten erityispiirteiden korostuminen ja esittävien taiteiden alalla digitaalisia keinoja käytettiin laajiten. Vähiten käytettyjä keinoja olivat yleisön osallistamiseen liittyvät keinot, kuten yhteisöllinen kuratointi sekä avointen digitaalisten aineistojen muokkaaminen tai rikastaminen. (mt., 11-12.)

Hieman yli puolet kyselyyn vastanneista oli tehnyt yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa. Vastauksissa ylitse muiden painottui viestintä- ja markkinointiyhteistyö, mutta myös olemassa olevien tai uusien palveluiden kehittäminen, koulutus ja konsultointi erottuivat. Kuntien ja kaupunkien sekä eri alojen yritysten kanssa tehtiin eniten yhteistyötä, mutta osa vastaajista oli tehnyt yhteistyötä myös muiden kulttuuritoimijoiden, asiakkaiden ja sidosryhmien sekä oppilaitosten kanssa. (mt., 12-14.)

Digitaalisten palveluiden käyttö mahdollistaa entistä monipuolisemman käyttäjiä koskevan tiedon keruun, jonka voidaan opetus- ja kulttuuriministeriön mukaan nähdä olevan yksi ehto tuloksellisessa yleisösuhteen kehittämisessä yhä yleisölähtöisempiin palveluihin (mt., 3). Yleisöjä koskevan tiedon keräämisen ja käytön suhteen kyselyn vastauksista voitiin kuitenkin päätellä, että tieto käyttäjätietojen keräämisestä ja käytön mahdollisuuksista on vielä alkutekijöissä, sillä kyselyyn vastanneista 41% ilmoitti, ettei palveluiden käyttäjistä synny tietoa organisaatiolle. Kyselyyn vastanneista käyttäjätietoja keräävistä organisaatioista suurin osa käytti some-analytiikkaa palveluidensa käyttäjätietojen keräämiseen ja näiden tietojen hyödyntäminen liitettiin lähinnä markkinointiin ja viestintään (mt., 15-17.)

Digitaalisiin keinojen käytön haasteina yleisötyössä ylitse muiden nähtiin henkilöstöresurssien vähäisyys, ajan ja osaamisen puute digitaalisen teknologian käytössä se-

kä taloudellisten resurssien puute. Osaamisen osalta ongelmana nähtiin myös osaan ulkopuolisen avun hankkiminen, osaamisen jakautuminen organisaation sisällä vain muutamalle henkilölle sekä puute digitaalisten toimintatapojen mahdollisuuksista. Myös tekijänoikeudelliset asiat sekä teknologiset puutteet mainittiin useamman osalta. Haasteet koettiin suhteellisen samoina toimialasta riippumatta. Mielenkiintoisia avointen vastausten kautta esiin nousseita haasteita olivat lisäksi lisääntyvä kilpailu yleisön huomiosta, digitaalisten alustojen sopivuus ei-kaupallisille toimijoille sekä digitaalisten kanavien tarjonnan suuri määrä. (mt., 18-21.)

Digitalisaation uhkina koettiin erityisesti fyysisen vuorovaikutuksen ja osallistumisen väheneminen, asiakaskunnan eriarvoistuminen, etenkin ikäihmisten osalta, mutta myös taloudelliset esteet esimerkiksi älylaitteiden suhteen sekä digitaalisuuden vaatimat resurssit ja tehoton kehittämistyö. Merkille pantavaa oli se, että mainitut uhat saivat niin sanotusti vastaparin digitalisaation mahdollisuuksista. Suurimpana mahdollisuutena koettiin saatavuuden ja saavutettavuuden lisääntyminen sekä palveluiden tasa-arvoistuminen. Mahdollisuuksina nähtiin myös vuorovaikutteisuuden lisääntyminen, yleisöjen taustojen ymmärtäminen ja näin yleisölähtöisempien palveluiden kehittäminen sekä uusien, etenkin nuorten yleisöjen tavoittaminen ja yleisöpohjan laajentaminen. (mt., 23-24.)

Digitaalisuuden mahdollisuudet yleisösuhteen kehittämisen näkökulmasta koettiin kyselyyn vastanneiden kesken suhteellisen samoina kuin yleisötyön yleiset tavoitteet. Tärkeimpinä koettiin yleisöpohjan monipuolistaminen, organisaation näkyvyyden lisääminen, palvelun saatavuuden ja saavutettavuuden parantaminen sekä yleisömäärän kasvattaminen. Taloudellisten toimintaedellytysten parantaminen, luovien ja taiteellisten tavoitteiden saavuttaminen, yhteiskunnallisten tavoitteiden toteuttaminen tai palveluiden yleisölähtöisyyden varmistaminen koettiin vähäisenä mahdollisuutena. (mt., 25.) Tämän voi osittain selittyä sillä, että digitaalinen yleisötyö nähdään vielä hyvin markkinointi- ja viestintäpainotteisena.

Selvityshankkeen yhtenä tavoitteena oli jatkossa tukea kulttuuritoimijoiden työtä entistä paremmin. Kyselyn avovastauksissa kerättiin kyselyyn vastanneilta tietoa toimenpiteistä, joilla voitaisiin tukea ja edistää laitosten digitaalista yleisötyötä sekä alan yleisien digitaalisten toimintatapojen kehittämistarpeita. Tärkeimpinä toimenpiteinä

nähtiin rahoituksen kehittäminen, koulutuksen lisääminen ja osaamisen kehittäminen sekä verkostoituminen ja yhteistyön tukeminen sekä tiedon lisääminen ja jakaminen. Kehittämistarpeiden osalta tiedon lisääminen, osaamisen kehittäminen ja yhteistyön tukeminen olivat jopa tärkeämmässä asemassa kuin resurssit, mutta nekin mainittiin. (mt., 22; 26.)

Selvityshankkeen keskeisinä jatkotoimenpiteinä nähtiin, että digitaalisen yleisötyön toteuttamiseen tarvitaan suunnitelmallisuutta, osaamista kerätä ja hyödyntää käyttäjätietoja sekä kehittää uudenlaista osaamista (mt., 27-28). Selvityshankkeen tulosten valmistuttua opetus- ja kulttuuriministeriö järjesti Uudet toimijuudet: kulttuurilaitosten digitaalinen yleisösuhte -seminaarin 13.4.2018. Tulosten pohjalta keskeisiksi nousseita jatkotoimenpiteitä käsiteltiin kulttuuritoimijoiden kesken työpajoissa seminaarin lopuksi pyrkimyksenä näiden toimenpiteiden konkretisointi. Osallistujat jaettiin viiteen ryhmään, joiden aiheina olivat: osaaminen, käyttäjätieto, yhteistyö sekä osallistavat teknologiat. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018.) Työpajojen keskeisiksi teemoiksi muodostuivat:

Moniammatillinen ja sektoreidenvälinen yhteistyö, jakaminen ja verkostoituminen, johtaminen ja strategiaosaaminen sekä kohderyhmälähtöisyyden ja vuorovaikutteisuuden korostaminen kehitystyössä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018, 3).

Osaamista käsitelleet ryhmät pitivät tärkeänä tiedon kartuttamista muun muassa jakamalla tietoa ja osaamista digitaalisten välineiden käytöstä, käyttötavoista ja niiden kehityksestä. Tärkeänä nähtiin myös osaamisen ja erityisosaaminen jatkuva kehittäminen alan kehityksen mukaisesti ja toimialat ylittävä yhteistyö. Lisäksi nähtiin, että kohderyhmälähtöisten palvelujen suunnittelussa tarvitaan osaamista muun muassa yleisöjen tarpeiden tunnistamisessa. Edellytyksenä nähtiin koko organisaatiolaajuisen kehittäminen, johon liitettiin muun muassa resurssien oikeanlainen suuntaaminen, rakenteellinen uudistaminen sekä yhteinen halu, rohkeus ja myönteisyys oppia uutta. Tämän nähtiin tarvitsevan johtamisosaamista organisaatiossa. Esiin nousi myös tekijänoikeudelliset asiat ja tietosuojasaaminen. (mt., 1-2.)

Käyttäjätietoa käsitellyt ryhmä piti tärkeänä eettisyyttä käyttäjätietojen keräämisen ja käytön suhteen. Kerätyn tiedon suhteen korostui tiedon hyödyntäminen kohderyhmä-

lähtöisten palveluiden suunnittelussa. Tiedon keräämisen suhteen korostui menetelmien monipuolinen saatavuus ja käyttäjän kannalta tiedon keruun asiakaslähtöisyys. Myös yhteistyö muun muassa oppilaitosten kanssa tiedon keräämisen suhteen nähtiin mahdollisuutena. Lisäksi nähtiin, että kerättyjen käyttäjätietojen tulisi olla kaikkien käytettävissä ja hyödynnettävissä myös tulevaisuudessa. Yhteistyötä käsitellyt ryhmä piti tärkeänä kehittää eri sektorien välistä yhteistyötä. Nähtiin, että kokeilukulttuurin tulisi olla jaettava ja avointa. Edellytyksenä yhteistyölle nähtiin organisaatioiden sisäisten resurssien suuntaaminen ja prosessien uudistaminen, jossa johtamisosaaminen korostui. (mt., 2.) Osallistavia teknologioita käsitellyt ryhmä piti tärkeänä kohderyhmälähtöisiä teknologioita, joiden käyttöön yleisöllä on mahdollisimman matala kynnyks. Nähtiin, että niiden tulisi olla sisällöltään yleisöä aktivoivaa, osallistavaa ja vuorovaikutteista. Edellytyksenä tälle nähtiin koko organisaation mukana olo, yhteinen kokeilunhalu ja kouluttautumisen mahdollisuus. (mt., 2-3.)

Humanistisen ammattikorkeakoulun opiskelijat tekivät osana Kehittämistyön menetelmät 2 -opintokokonaisuutta vastaavanlaisen kartoituksen pääkaupunkiseudun kulttuuriorganisaatioille liittyen Virtuaaliseikkailu teatterin maailmaan -hankkeeseen. Opiskelijat olivat haastatelleet kahtakymmentä kulttuurialan toimijaa ja selvittäneet mitä digitaalisia välineitä organisaatiot ovat ottaneet käyttöön ja miten kulttuuriala varautuu alan digitalisaatioon. Opiskelijoiden kartoituksessa ilmeni, että digitalisaatiota ei koettu niinkään uhkana. Sen koettiin tuovan uusia mahdollisuuksia ja parantavan saavutettavuutta, mutta lisäävän perinteisen taiteen arvoa. Digitaalisuuden nähtiin muodostuvan luonnolliseksi osaksi organisaatioiden toimintaa ja madaltavan perinteisten ja digitaalisten muotojen välisiä raja-aitoja, kunhan digitaalisten välineiden ja alustojen käyttö on perusteltua. (Humanistinen ammattikorkeakoulu 2018.)

Erilaisten teknisten laitteiden ja välineiden hankinta nähtiin tärkeänä, mutta resurssit koettiin rajallisina. Kehityksen ei myöskään tulisi näkyä yleisölle esimerkiksi kalliimpiina lipun hintoina, vaan rahoituksen tulisi löytyä muualta. Nähtiin, että tässä kohtaa digitaalinen kehitys on sidoksissa myös politiikkaan eli rahoitukseen ja lainsäädäntöön. Digitaalisuuden koettiin synnyttäneen erikoisosaamisen ja lisäkoulutuksen tarvetta. Muutaman päivän koulutuksia oli järjestetty joissain organisaatioissa ja niiden koettiin lisänneen positiivista suhtautumista digitaaliseen kehitykseen. Lisäksi nähtiin,

että digitaalisuus aiheuttaa perinteisten roolien limittäytymisen ja työntekijöistä tulee moniosaajia. (mt.)

Digitaalisuus liitettiin viestintään ja markkinointiin. Sen nähtiin helpottuneen ja nopeutuneen sekä osittain korvanneen perinteisen printtimainonnan, vaikka sekin nähtiin edelleen tärkeänä. Ajateltiin, että markkinoinnin kohdentaminen tavoitellulle kohderyhmälle ja viestinnän reaaliaikaisuus ovat parantuneet sekä keinot monipuolistuneet. Nuorten osallistaminen ja tavoittaminen nähtiin helpottuneen sekä työskentelyn muotojen muuttuneen. Perinteisiä keinoja ei haluttu kuitenkaan kokonaan unohtaa, sillä esimerkiksi vanhemmalle väestölle digitaalisuus ja uudet teknologiat olivat haastavampia ja perinteisiä keinoja arvostettiin enemmän. Yleisön asennoituminen digitalisaation tuomiin muutoksiin koettiin kuitenkin olleen enimmäkseen positiivista. (mt.)

3 DIGITAALISUUS YLEISÖTYÖSSÄ

3.1 Haastattelut

Valitsin yhdeksi opinnäytetyöni kehittämismenetelmäksi haastattelut. Haastattelin kolmen eri kulttuuriorganisaation yleisötyötä tekeviä henkilöitä. Haastateltavat valitsin sen perusteella, että organisaatiossa on otettu hyvin huomioon digitaalisuus sekä toteutettu digitaaliseen yleisötyöhön verrattavia toimia. Haastatteluiden avulla halusin ymmärtää paremmin ja kokonaisvaltaisemmin opinnäytetyössä tutkimaani ilmiötä eli sitä miksi, minkälaista, miten ja kenelle digitaalista yleisötyötä tehdään sekä mitä digitaalisen yleisötyön suunnittelussa tulee ottaa huomioon.

Haastateltavat olivat:

- Maria Oiva, Riihimäen Teatterin digitaiteilija (#digiteatteri)
- Annika Kukkonen, Helsingin kaupunginorkesterin yleisötyön tuottaja
- Salla Tiainen, Akseli Gallen-Kallelan Museon museolehtori ja

Minna Turtiainen, Akseli Gallen-Kallelan Museon kokoelmapäällikkö

Valitsin Riihimäen Teatterin digitaiteilija Maria Oivan haastateltavaksi myös siitä syystä, että halusin tuoda opinnäytetyössä esiin taiteilijan näkökulman digitaaliseen yleisötyöhön, sillä Oiva on teatteriohjaajana ja esitystaiteilijana erikoistunut digitaalisten välineiden hyödyntämiseen taiteellisessa ilmaisussa. Helsingin kaupunginorkesterin yleisötyön tuottaja Annika Kukkonen on koulutukseltaan sosionomi sekä musiikinopettaja. Akseli Gallen-Kallelan Museon museolehtori Salla Tiainen ja kokoelmapäällikkö Minna Turtiainen ovat molemmat koulutukseltaan filosofian maistereita, pääaineena taidehistoria. (Kukkonen 2018; Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.) Haastattelut toteutin huhtikuun 2018 aikana ja tallensin haastattelut. Oivaa haastattelin Riihimäen Teatterin sijaan Musiikkitalolla Helsingissä, mutta muita haastattelin heidän omilla työpaikoillaan.

Haastattelut toteutin puolistrukturoituina teemahaastatteluina (liite 1 teemahaastattelurunko). Teemahaastatteluissa yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelu eteni tiettyjen keskeisten ennakkoon asetettujen teemojen varassa, jotka olivat kaikille samoja. Vain kysymysten muotoilu ja järjestys saattoivat vaihdella haastattelun kulun mukaisesti. Teemoja oli seitsemän ja ne olivat: yleisötyö, digitaalinen yleisötyö, digitaalisen yleisötyön kohderyhmät, digitaalisen yleisötyön vaikutukset, digitaalisen yleisötyön haasteet ja mahdollisuudet sekä kehitysnäkymät.

Haastatteluiden analysointia varten järjestin litteroidun aineiston haastatteluteemoittain. Tämän jälkeen koodasin aineiston eli merkitsin samoja tai samankaltaisia asioita käsittelevät kohdat ja loin jokaista teemaa kuvaavan koodiston. Näin minun oli helppompaa poimia ja löytää aineistosta tutkimuksen kannalta olennaisimmat ja keskeisimmät asiat tiivistämään teemojen keskeinen anti sekä kytkeä tulokset aiemmin käsitellyn tietoperustaan.

Lisäksi haastattelin opetus- ja kulttuuriministeriön ”Digitaalisuus kulttuurialan toimijoiden yleisötyössä” -selvityshankkeen ylitarkastaja Tapani Sainiota. Hänen kanssaan haastattelu noudatti hyvin avointa linjaa, sillä halusin saada laajan kuvan muun muassa hankkeen tarpeista, toteutuksesta ja tuloksista. Poimintoja Sainion haastattelusta on tuotu esiin tietoperustassa sekä tässä analyysissä.

3.2 Haastatteluaineiston analyysi

Perinteinen yleisötyö: Haastattelujen alussa sivuttiin lyhyesti perinteistä yleisötyötä eli miten haastateltavat määrittelevät yleisötyön omin sanoin ja miksi sitä tehdään. Esiin nousi seuraavia keskeisiä asioita: yleisötyön avulla välitetään sisältöjä, lisätään tarjonnan saavutettavuutta ja syvennetään kävijäkokemusta. Tarjonnan saavutettavuuteen liitettiin myös esteettömyys ja kävijäkokemuksen syventämisellä tarkoitettiin kävijän itselleen henkilökohtaisemman ja merkityksellisemmän kokemuksen muodostamista yleisötyön avulla. Lisäksi niin Helsingin kaupunginorkesterin kuin Akseli Gallen-Kallelan Museon kohdalla esiin nousi strategisten tavoitteiden pohjalta suunniteltu yleisötyö. Orkesterin kohdalla se on ennen kaikkea varmistaa musiikkiperinteen jatkuminen ja uusien yleisöryhmien tavoittaminen, kun taas museon kohdalla se on ennen kaikkea kulttuuriperinnön välittäminen eli Akseli Gallen-Kallelan taiteen ja elämäntyön tunnetuksi tekeminen, varjotavoitteena kävijämäärien kasvattaminen ja sen myötä museon imagon ja kiinnostavuuden parantaminen. Digitaiteilija Oiva mielsi yleisötyön enemmän markkinoinnin ja myynnin termistöön. (Kukkonen 2018; Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.)

Digitaalinen yleisötyö: Haastateltavien määritellesä digitaalista yleisötyötä omin sanoin esiin nousi mielenkiintoinen näkökulma. Nimittäin digitaalisen yleisötyön sijaan voitaisiin puhua ennemmin *digitaalisuudesta yleisötyössä*. Digitaalisuus nähtiin kaikkien haastateltavien kohdalla välineenä ja alustana sisältöjen esiin tuomisessa, mutta muuten eroa digitaalisen ja perinteisen yleisötyön välillä ei niinkään nähty. (mt.) Museon kohdalla aihe herätti myös pohdintaa siitä, missä menee laitoksen markkinoinnin ja viestinnän välinen raja suhteessa digitaaliseen yleisötyöhön (Tiainen & Turtiainen 2018).

No mä puhuisin digitaalisuudesta yleisötyössä. Kun katsotaan meidän yleisötyön määritelmää (viittaa oman laitoksen strategian pohjalta määritelyihin yleisötyön tavoitteisiin), niin digitaalisuus on silloin tavallaan se väline, millä me syvennetään sitä konserttikokemusta tai lisätään orkesterin tarjonnan saavutettavuutta. (Kukkonen 2018.)

No ehkä niin, että siinä on mukana se joku digitaalinen alusta, mutta tavoitteet varmaan on samoja. Mut sit mä mietin, et missä menee raja muuhun viestintään tai sitten kokoelmatyöhön, jos puhutaan esimerkiksi aineistoavauksista. Sitä mä en osaa sanoa tai se on aika veteen piirretty viiva. (Tiainen & Turtiainen 2018.)

Niin on ja joskus tarpeeton, mut joskus se olisi työnjaon kannalta tarpeellinen. Mä itse en erota toisistaan digitaalista yleisötyötä ja muuta yleisötyötä. Digitaalinen maailma on kuitenkin joka paikassa kaikkialla läsnä nykypäivänä, mut sen käyttöasteissa on tietenkin variansseja. (Tiainen & Turtiainen 2018.)

No tällä hetkellä mä määrittelin sitä ihan yksinkertaisesti vaan sillä tavalla, että se on ikään kuin yleisötyötä, joka tapahtuu digitaalisilla alustoilla. Se voi olla monenlaisia juttuja, mut varmasti aika paljon sosiaaliseen mediaan liittyvä tällä hetkellä, johtuen siitä, että siellä ihmiset ovat. Kysymys on ikään kuin sen yleisötyön näyttämisestä, joka on sitten digitaalinen tässä kohtaa. (Oiva 2018.)

Verkon välityksellä tehtävä yleisötyö koettiin yhtä lailla yleisötyöksi, sillä jo se, että sisältöjä tarjotaan saavutettavaksi yleisöille jollain keinoin, nähtiin olevan yleisötyötä. Eikä yleisötyön koettu vaativan fyysistä kohtaamista, sillä yleisö kohdataan loppupeleissä aina sisältöjen kautta. (Kukkonen 2018; Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.) Digitaalista yleisötyötä ei kuitenkaan koettu olevan pelkästään esimerkiksi digitoitujen aineistojen esitleminen. Koettiin, että digitaalisen yleisötyön täytyy olla jollain tapaa luovempaa ja osallistavampaa eli korostaa yleisön roolia taiteen tekijänä ja kokijana. (Kukkonen 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.)

Digitaalisen yleisötyön kohderyhmät: Akseli Gallen-Kallelan Museolla digitaalista yleisötyötä ei ole suunniteltu mitään tiettyä kohderyhmää ajatellen, vaan on ajateltu, että sen voidaan ikään katsomatta kiinnostaa henkilöitä, jotka ovat aihepiiristä kiinnostuneita (Tiainen & Turtiainen 2018). Oivan (2018) mielestä digitaalisella yleisötyöllä voidaan tavoittaa parhaiten nuoria, sillä nuoret toimivat verkossa ja nimenomaan sosiaalisessa mediassa suvereenisti. Myös orkesterin yleisötyön tuottaja Kukkonen (2018) mainitsi, että nuoret ovat ehdottomasti yksi kohderyhmä, jota he ovat yhdessä orkesterin intendentin kanssa miettineet ja ensi syksynä he aikovatkin pohtia yhdessä Nuorisoneuvosto Ruudin kanssa eli nimenomaan tarvelähtöisesti sitä millä tavoin orkesteri voisi tavoittaa paremmin nuoria ja saada heidät kiinnostumaan. Kukkonen oli kuitenkin ehdottomasti sitä mieltä, että digitaalisella yleisötyöllä voitaisiin tavoittaa parhaiten ikäihmisiä ja sellaisia ihmisiä, joiden ei ole mahdollista tulla

paikanpäälle. Kukkosen mukaan ikäihmiset viettävät aikaa yhä etenevässä määrin verkossa, sillä heillä on siihen aikaa. Hän ei myöskään nähnyt ongelmana teknisen osaamisen puutetta, sillä käyttöliittymät ovat suhteellisen saman tyyppisiä ja verkosta löytyy jo monipuolisesti apua tekniseen osaamiseen. Ikäihmisten kohdalla Oiva (2018) mainitsi pelon teknisten välineiden ja digitaalisten sisältöjen käyttöä kohtaan, jonka vuoksi niiden tulisi olla mahdollisimman helppokäyttöisiä.

Digitaalisen yleisötyön vaikutukset: Digitaalisen yleisötyön tavoitteista puhuttaessa mainittiin saavutettavuus, osallisuus, uusien yleisöjen tavoittaminen kuin myös laitoksen perustehtävän toteuttaminen (Kukkonen 2018; Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen 2018). Voidaan nähdä, että ne ovat suhteellisen samoja kuin perinteisen yleisötyön kohdalla. Saavutettavuus nähtiin toteutuvan digitaalisessa yleisötyössä paremmin, sillä esimerkiksi museolle digitaalisuus on mahdollisuus aineistojen laajempaan esillä oloon, koska fyysinen tila asettaa rajoitteita, aineistojen syvällisempään perehtymiseen, omakohtaisen suhteen syntymiseen ja luovaan käyttöön (Tiainen & Turtiainen 2018). Digitaalista yleisötyötä ei koettu tehtävän siitä syystä, että on pakko pysyä mukana ajan hermoilla (Kukkonen 2018; Tiainen & Turtiainen 2018). Oiva (2018) tosin mietti, että digitaaliseen yleisötyöhön saatetaan suhtautua välillä kuin tietynlaisten raporttien tekemiseen eli tehdään, kun on pakko tehdä. Sen sijaan, että ensin mietittäisiin, mitä tehdään ja miksi tehdään tai miksi valitaan digitaalisia kokonaisuuksia ja mitä sillä pyritään palvelemaan. Hän mainitsi, että tekemisen täytyy olla myös tietois- ta, eikä vain kokeilunhaluista.

Digitaalisen yleisötyön nähtiin voivan houkuttaa yleisöä kiinnostumaan ja osallistu- maan myös fyysisesti organisaation toimintaan. Oiva mainitsi lisäksi, että digitaalinen yleisötyö voi toimia samalla tapaa kuin esimerkiksi juliste seinällä saa osallistumaan, mutta tarjoaa keinon vielä syvällisempään houkutteluun. (Kukkonen 2018; Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.)

Digitaalisen yleisötyön haasteet: Digitaalisen yleisötyön osalta haasteet olivat kaikille suhteellisen samankaltaisia. Yhtenä suurimpana haasteena nähtiin se, kuinka digi- taalisesti tuotetut sisällöt löytävät yleisönsä. Se ei pelkästään riitä tavoittamaan ylei- söjä, että sisältöjä viedään verkkoon saavutettavaksi. Haasteita lisää se, että sisältö- jä on tuotettu monelle eri alustalle. Hyvin suunniteltu ja toteutettu markkinointi ja vies-

tintä, käytön aktivointi ja jatkuva kehittäminen nähtiin tärkeinä asioina tavoittavuuden ja kiinnostavuuden kannalta. (Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen.)

”– –”) Se ei ole niin yksinkertaista, että menen Instagramiin ja laitan sinne sisältöä, et ei se mitenkään riitä. Pitää olla hirveen dynaamista tiedottamista ja innovatiivista markkinointia. (Oiva 2018.)

Nii tavallaan muuttaa työskentelyä niin, että asiat ei tulekaan valmiiksi, vaan, että ne elää jatkuvasti. Se eroaa projektikohtaisesta työskentelystä. (Tiainen & Turtiainen 2018.)

Henkilö- ja taloudelliset resurssit mainittiin monesti haastatteluiden aikana. Koettiin, että digitaalinen yleisötyö lisää yleisön kommunikointitarvetta, johon on oltava resursseja reagoida. (Kukkonen 2018; Tiainen & Turtiainen 2018). Myös osaaminen mainittiin. Oiva (2018) koki digitaalisen yleisötyön vaativan laaja-alaista osaamista, aikaa ja ymmärrystä siitä mitä ei itse osaa, jotta osaa hankkia oikeanlaista osaamista. Kukkonen (2018) mainitsi osaamisen haasteen liittyvän koulutuksen sisältöihin ja opiskelijoiden osaamisen kartuttamiseen, jotta he osaisivat avata yleisöille taiteen sisältöjä paremmin.

Yksi ehdoton haaste ja kehittämiskohde oli digitaalisen yleisötyön osalta käyttäjätietojen saaminen ja hyödyntäminen, jonka osalta ongelmana nähtiin lähinnä osaamisen puute, resurssit ja käytössä olevat alustat (Kukkonen 2018; Tiainen & Turtiainen). Tekijänoikeudelliset asiat nähtiin kaikkien haastateltavien osalta tärkeinä ja jokseenkin haastavina asioina. Museolla tekijänoikeudelliset haasteet liittyivät lähinnä siihen, että asiakkaiden koettiin olevan arkoja avoimien aineistojen käytön suhteen (Tiainen & Turtiainen 2018). Oiva (2018) pohti muun muassa hackathonien tekijänoikeudellisia asioita ja Kukkonen (2018) mielestä tarve on isompi mitä tällä hetkellä pystytään sopimaan. Haasteina mainittiin (mt.) myös sisältöjen kestot digitaalisilla alustoilla eli sisältöjen mahdollistaminen tiettyyn rajattuun muottiin sekä huoli (Oiva 2018) sosiaalisen median koukuttavuudesta.

Instagramissa meillä on esimerkiksi videoitten kesto se 10-15 sekuntia, sit jos me puhutaan siitä meidän coresta, sisällöstä, niin sen mahdollistaminen. ”– –”) Kaikessa digitaalisudessa, yleisötyössä, viestinnässä ja markkinoinnissa suurin haaste on se sisältö eli mitä me nostetaan esiin. (Kukkonen 2018.)

Meidän pitää olla tosi skarppina tämän äärellä. Mä otan hyvin vakavasti tutkimukset esimerkiksi Facebookin koukuttavasta vaikutuksesta ja siitä, että Facebookin kehittäjät on itse kaukana koko konseptista. Se on väkevä väline, mutta sitä suuremmissa määrin meidän pitää ottaa siihen kunnioittava suhde ja edetä tiedostavasti asian kanssa eli miettiä, olla kriittinen ja ottaa haltuun. (Oiva 2018.)

Digitaalisen yleisötyön mahdollisuudet: Puhuttaessa haastateltavien kanssa digitaalisen yleisötyön mahdollisuuksista mainittiin samoja asioita kuin puhuttaessa siitä, miksi digitaalista yleisötyötä tehdään. Tämän lisäksi esiin nousi hyvin erilaisia mahdollisuuksia taidealasta riippuen. Museon kohdalla mahdollisuuksina mainittiin muun muassa, että digitaalinen yleisötyö tarjoaa mahdollisuuden tehdä kaikkea hauskaa ja oppia itse uusia asioita. Digitaalisen yleisötyön nähtiin myös hyödyttävän organisaatiota ja parhaimmassa tapauksessa tuovan lisäarvoa ja näkyvyyttä organisaatiolle. (Tiainen & Turtiainen 2018.) Orkesterin kohdalla mainittiin digitaalisen yleisötyön tarjoama mahdollisuus irtautua paikkasidonnaisuudesta. Erityisesti sellaisten ryhmien kohdalla, jotka eivät pääse paikanpäälle Kukkonen koki striimaamisen todella tärkeänä. Hän koki hyvänä asiana myös behind the scenes ajattelun lisääntymisen ja mainitsi, kuinka digitaalisuus mahdollistaa niin sanotusti resurssien paremman suuntaamisen. (Kukkonen 2018.) Myös Oiva oli sitä mieltä, että digitaalinen yleisötyö mahdollistaa isompien ryhmien ja globaalimman osallistumisen, kun ei tarvitse olla fyysisesti läsnä. Lisäksi Oiva painotti, kuinka hänen omasta näkökulmastaan tietenkäin korostuu digitaalisessa yleisötyössä se, millaisia teoksellisia kokonaisuuksia se mahdollistaa ja mitä niistä voi syntyä. (Oiva 2018.)

Kaikkien haastateltavien osalta yhteistyö eri toimijoiden sekä muiden taide- ja kulttuuriorganisaatioiden kesken nähtiin erittäin tärkeänä ja hienona mahdollisuutena toteuttaa digitaalista yleisötyötä laajemmin ja luovemmin. Sen nähtiin palvelevan niin kulttuuriorganisaatiota kuin palvelun tarjoajaa. (Kukkonen 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.) Lisäksi Kukkonen (2018) nosti esiin myös sen, kuinka heidän on mahdollista auttaa muita kulttuuriorganisaatioita, koska he ovat iso orkesteri, jolla on hyvät resurssit. Myös Oiva (2018) toi esiin tällaisen avoimen lähdekoodin ajattelun, jota pitäisi ehdottomasti lisätä organisaatioiden ja eri toimijoiden välillä.

(”– –”) Yleisötyössä kaikki toiminnot ovat jaettuina. Meillä on aivan eri yleisöt kaikilla taidelaitoksilla, joten se ei ole mistään pois, että me jaetaan

meidän ja usein ihan kädestä pitäen neuvotaan ja sitten toisaalta ollaan valmiita myös itse kehittymään. (Kukkonen 2018.)

Kehitysnäkymät: Tulevaisuudessa yleisön osallisuus- ja vaikuttamismahdollisuudet on otettava entistä paremmin huomioon sisältöjen suunnittelussa ja toteutuksessa. Tulevaisuuden ehdoton trendi digitaalisessa yleisötyössä tuleekin haastatteluiden perusteella olemaan joukkoistaminen ja erilaiset hackathonit laitoksen ja yleisön kesken. Eli erilaiset osallistavat sisällöntuotannot, joissa yleisöt ovat myös mukana suunnittelemassa ja tuottamassa sisältöä. Tätä on jo nyt hyödynnetty organisaatioissa, mutta sen nähdään tulevaisuudessa nousevan yhä tärkeämpään asemaan, koska monesti harrastajat saattavat tietää enemmän kuin varsinaiset asiantuntijat. Tällaisen suunnan tosin nähtiin lisäävän osaamisen tarvetta vapaaehtoistyön koordinoimisesta ja johtamisesta. (Kukkonen 2018; Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.) Kukkonen (2018) mielestä yksi tärkeä kehitysnäkymä on myös palvelutaloissa asuvien ikäihmisten taiteen ja kulttuurin saavutettavuuden entistä parempi huomioiminen erilaisin digitaalisin ratkaisuin. Kukkonen mainitsee, että tässä kohtaa puhutaan niin sanotusti erityisryhmien palveluista, jolloin on tärkeää ottaa huomioon myös aktivoiva sisältö, keskustelu ja osallistuminen sekä kesto ja mahdolliset tauot eli lähteä sisällön suunnittelussa liikkeelle tarpeista. Museon kohdalla mainittiin lisäksi ennakkoinnin tärkeys sen suhteen, että pyrkii valitsemaan sellaisia ratkaisuja, jotka kestävät muutoksia, kun ei voi tietää tulevaisuuden kehitystä (Tiainen & Turtiainen 2018).

Kysyin haastateltavien näkökulmaa myös siihen, tuleeko taiteilijoista tulevaisuudessa niin sanotusti moniosaajia eli heidän täytyisi ottaa haltuun myös tekniset välineet. Haastateltavat toivoivat, että taiteilijat saisivat jatkossakin toteuttaa perustehtävänsä, mutta osallistumiselle tulisi luoda mahdollisuus, jota taiteilijat voisivat halutessaan hyödyntää. (Kukkonen 2018; Oiva 2018.) Kukkonen (2018) muun muassa mainitsee, että heillä muusikkoedustajia on otettu mukaan erilaisiin ohjelmatyöryhmiin hyödyntäen heidän asiantuntemusta sisällöistä.

Miettiessä digitaalisen yleisötyön ansaintalogiikkaa, esiin nousi muun muassa huoli julkisen rahoituksen vähenemisestä. Jonka nähtiin olevan vastoin sitä, että digitaalisen yleisötyön kautta organisaatiot toteuttavat kuitenkin perustehtävänsä ja vastaavat ajan kulttuuripolitiikan vaatimuksiin. Ajateltiin, että asian tulisi toimia päinvastoin

eli kannustettaisiin organisaatioita kiinnittämällä huomiota siihen, missä määrin muun muassa digitaalista yleisötyötä on tehty. (Tiainen & Turtiainen 2018.) Digitaalisen yleisötyön lisääntymistä ei kuitenkaan koettu uhkana sen suhteen, että se voisi esimerkiksi vähentää kävijämääriä tulevaisuudessa. Kaikki haastateltavat olivat ehdottomasti sitä mieltä, että sitä ei pidä kokea uhkana tai toisiaan poissulkevana. Vaan niin, digitaalisuus voi toimia houkuttimena ja digitaalisuuden myötä fyysinen läsnäolo ilman teknisiä välineitä voi jopa korostua. (Kukkonen 2018; Oiva 2018; Tiainen & Turtiainen 2018.)

3.3 Yhteenveto

Opetus- ja kulttuuriministeriön (2018) tekemän selvityksen ja toteuttamieni haastatteluiden pohjalta voidaan todeta, että perinteinen yleisötyö ja digitaalinen yleisötyö eivät tavoitteiden pohjalta juuri eroa toisistaan, vaan niitä tehtiin suhteellisen samoista syistä. Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksestä poiketen yleisömäärän kasvattamiseen liittyvät tavoitteet eivät niinkään korostuneet tekemieni haastatteluiden kohdalla, vaan osallisuuden mahdollistaminen koettiin tärkeimpänä. Koettiin, että yleisön rooli taiteen tekijänä korostuu digitaalisen yleisötyön myötä. Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksessä yleisön osallistamiseen liittyvät keinot olivat vähiten käytettyjä. Joukkoistaminen eli erilaiset tavat osallistaa yleisöä sisällöntuotantoon nähtiin kuitenkin molemmissa tutkimuksissa mahdollisuutena tulevaisuudessa. Sisältöjen saavutettavuuden parantuminen digitaalisen yleisötyön myötä oli myös yhteisesti koettu. (Harju & Sainio 2018.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksessä näkökulmaksi oli valittu yleisösuhteen parantaminen digitaalisin keinoin. Selvityksen tuloksista voidaan huomata, että digitaalinen yleisötyö nähtiin hyvin markkinointi- ja viestintäpainotteisena. Haastatteluiden kohdalla digitaalisen yleisötyön sijaan puhuttiin digitaalisuudesta yleisötyössä. Digitalisuus nähtiin välineenä sisältöjen esiin tuomisessa. Esiin nousi myös markkinointi ja viestintä, mutta koettiin, että ne ja digitaalinen yleisötyö tulisi paremmin erottaa toisistaan, koska nyt niiden raja on selkeästi hyvin häilyvä. Molemmissa tutkimuksissa taidealakohtaiset erityispiirteet korostuivat digitaalisessa yleisötyössä.

Haastatteluiden osalta ilmeni, että digitaalista yleisötyötä ei ollut suunnattu millekään tietylle kohderyhmälle, mutta nähtiin, että sillä voidaan parhaiten tavoittaa nuoria ja ikäihmisiä. Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksessä ei kartoitettu kenelle digitaalista yleisötyötä on suunnattu. Selvityksessä esiin nousi kuitenkin monesti sama huomio kuin haastatteluiden kohdalla, että kohderyhmälähtöisten sisältöjen ja palvelujen suunnittelu koettiin tärkeäksi. Selvityksessä mahdollisuutena oli myös nostettu esiin nuorten yleisöjen tavoittaminen ja uhkina sen sijaan mainittu asiakaskunnan eriarvoistuminen, muun muassa ikäihmisten osalta. (Harju & Sainio 2018.) Sainio (2018) myös itse painottaa, että digitaalisessa yleisötyössä erityisesti nuorten huomiointi olisi tärkeää, koska he jäävät herkemmin perinteisestä toiminnasta ulkopuolelle.

Digitaalisen yleisötyön haasteina resurssit, osaaminen ja käyttäjätietojen keruu sekä hyödyntäminen olivat yhteisesti koettuja haasteita molemmissa tutkimuksissa. Haasteet olivat molemmissa myös suhteellisen samoja taiteenalasta riippumatta. Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksessä haaste, johon kiinnitin huomiota oli maininta digitaalisten alustojen sopivuudesta ei-kaupallisille toimijoille. Uskon tämän johtuvan siitä, että digitaalisten teknologioiden ja alustojen käyttötapoja ja soveltamismahdollisuuksia ei vielä tiedetä ja osata hyödyntää. Selvityksessä vähäisinä mahdollisuuksina nähtiin myös luovien ja taiteellisten tavoitteiden saavuttaminen sekä palveluiden yleisölähtöisyys. Yleisölähtöisyyden voidaan nähdä olevan riippuvainen käyttäjätietojen keräämisen ja hyödyntämisen osaamisen kanssa. Luovien ja taiteellisten tavoitteiden saavuttaminen voidaan nähdä parantuvan, kun kokeilukulttuuri ja tieto erilaisien digitaalisten alustojen hyödyntämismahdollisuuksista lisääntyy. Tätä työtä muun muassa Oiva toteuttaa #digiteatterin kautta. Näkyvyyden lisääminen koettiin yhteiseksi mahdollisuudeksi molemmissa tutkimuksissa. (Harju & Sainio 2018.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksessä vähäisinä mahdollisuuksina nähtiin myös taloudellisten toimintaedellytysten parantaminen (mt.). Rahoitukseen ja taloudellisiin resursseihin liitetyt asiat nostettiin myös haastatteluissa haasteiksi. Ansaintalogiikkaa on tulevaisuudessa pakko pohtia enemmän ja organisaatioiden miettiä keinoja, joilla digitaalinen yleisötyö voisi vahvistaa organisaation oman rahoituksen osuutta. Sainion (2018) mielestä digitaalinen yleisötyö tulisi olla maksutonta, mutta hän näkee ansaintalogiikan pohtimisen ja erilaisten mallien kehittämisen hyvänä asiana. Hän nos-

taa esiin kuitenkin sen, että se voi olla vaikeaa, koska ihmiset ovat tottuneet siihen, että digitaalisessa ympäristössä asiat ovat ilmaisia. Hän myös pohtii kuinka käy globaalin saavutettavuuden, jos palvelut ovat maksullisia.

Yhteistyö nousi tärkeään asemaan molempien tutkimusten kohdalla, mutta opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksestä ilmeni, että yhteistyötä on tehty lähinnä vain markkinoinnin ja viestinnän saralla. (Harju & Sainio 2018.) Sainio (2018) korostaa, että toivoisi organisaatioiden tekevän enemmän yhteistyötä keskenään, koska vaikka sisällöt ovat erilaisia, niin ratkaisut voivat olla sellaisia, joita on mahdollista tehdä yhdessä ja jotka palvelevat molempia. Hän toivoi myös tiiviimpää yhteistyötä kulttuurialan organisaatioiden ja teknologisten ratkaisujen tarjoajien kesken ja näki tärkeänä, että yhteistyö ei olisi aina projektiluontoista, vaan yhdessä voitaisiin kehittää pitkäjäteisiä ja kestäviä ratkaisuja. Hän korosti kuitenkin, että samaan aikaan on tehtävä myös matalan kynnyksen kokeiluja, koska toimintaympäristö on tuntematon ja on mahdollista ennustaa muutoksia kahden vuoden päähän. Yhteistyön avulla voitaisiin lisätä myös avoimen lähdekoodin ajattelua eli tiedon avointa jakamista ja käyttöä.

Digitaalisuutta ei niinkään koettu uhkana kummassakaan tutkimuksessa. Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksessä uhkana koettiin fyysisen vuorovaikutuksen häviäminen, mutta samalla mahdollisuutena nähtiin vuorovaikutteisuuden lisääntyminen (Harju & Sainio 2018). Haastatteluiden osalta koettiin, että digitaalisuuden myötä fyysinen läsnäolo voi jopa korostua. Sainio (2018) tosin nosti haastattelussa esiin, että on jopa hieman huolissaan tästä asiasta. Siitä syystä, että vaikka digitalisaation nähdään vaikuttaneen paljon organisaatioiden toimintaan ja työnkuvaan, niin instituutioiden roolin ei kuitenkaan nähdä olevan vaarassa. Sainio kokee tärkeäksi sen, että organisaatioiden tulisi olla mukana digitalisaation kehityksessä, koska muuten ne jotka ovat aktiivisia voivat viedä toisten roolin. Hänen mielestään asia pitäisi nähdä niin, että se tulee muuttamaan instituutioiden roolia ja asemaa tulevaisuudessa.

4 HYVIÄ KÄYTÄNTÖJÄ

4.1 Esikuva-arviointi

Toiseksi opinnäytetyöni aineistonkeruumenetelmäksi valitsin esikuva-arvioinnin, jotta voisin tutkia ja tuoda opinnäytetyössäni kokonaisvaltaisemmin esiin muutaman organisaation digitaalista yleisötyötä. Esikuva-arvioinnissa ollaan aina kiinnostuneita siitä, miten toiset organisaatiot toimivat ja menestyvät. Siinä tutkitaan näitä organisaatioita, pyritään oppimaan heiltä ja ottamaan käyttöön hyväksi havaittuja toimintatapoja. On kuitenkin hyvä muistaa, että kaikkea ei voi suoraan soveltaa omaan toimintaan. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 186.) Käytän esikuva-arviointia hieman soveltaen, sillä en vertaile arvioinnin kohteena olevia laitoksia mihinkään tiettyyn organisaatioon, vaan pyrin tuomaan esiin organisaation hyvin suunniteltuja, toteutettuja ja toimivia digitaalisen yleisötyön malleja sekä pohtimaan mitä heidän toiminnastaan voitaisiin oppia tai ottaa mallia. Esikuva-arvioinnin toteutin perehtymällä organisaatioiden kotisivuihin. Osa tiedoista on saatu myös teemahaastatteluiden kautta, sillä toteutin esikuva-arvioinnin samoihin organisaatioihin, joiden yleisötyöntekijöitä haastattelin.

Esikuva-arvioinnin kohteena olivat seuraavat taidelaitokset:

- Riihimäen Teatterin #digiteatteri
- Helsingin kaupunginorkesteri
- Akseli Gallen-Kallelan museo

Riihimäen Teatteri on perustettu vuonna 1946. Teatteri saa toimintaansa kunnallista sekä valtiollista tukea. Teatterin vuosittainen ohjelmisto rakentuu parin oman ousillan sekä useiden vierailu- ja yhteistyötuotantojen varaan. Teatterin toimitusjohtajana toimii Matti Numminen ja taiteellisena johtajana Janne Saarakkala. Teatterissa työskentelee Nummisen mukaan (2018) 11,5 vakituista työntekijää, jonka lisäksi teatteri työllistää vuosittain freelancetyöntekijöitä. Riihimäen Teatteri valittiin vuonna 2017 Vuoden teatteriksi ja on pienestä koostaan huolimatta valtakunnallisesti arvostettu toimija suomalaisen ammattitaiteen kentällä ja tuottaa korkealaatuista teatteria. Riihimäen Teatterin perinteisen yleisötyön tarjonta vaihtelee vuosittain. Jatkuvana toimintamuotona on tuotantoihin liittyvät niin sanotut teatteripiirit, joissa piiriläisille kerrotaan esityksen valmistumisesta sekä perinteiset teatterikierrokset. Lisäksi teatteri järjestää mahdollisuuksien mukaan kirjapiirejä, aistityöpajoja hoitolaitoksissa asuville

vanhuksille, hoitolaitos- ja päiväkotikiertueita, koulutuksia ja työyhteisötyöpajoja. Riihimäen Teatteri on myös ehdottomasti yksi digitaalisen yleisötyön edelläkävijöistä. (Numminen 2018; Riihimäen Teatteri 2018; Wallenius 2017.)

Helsingin kaupunginorkesteri on vuonna 1882 perustettu ammattisinfoniaorkesteri, jonka intendenttinä toimii Aleksis Malmberg. Orkesteri on vuosien saatossa kasvanut 102 vakinaisen soittajan orkesteriksi, jonka ylikapellimestarina toimii tällä hetkellä Susanna Mälkki kevääseen 2021 asti. Orkesteri esiintyy vuosittain 70-80 konsertin verran Helsingin Musiikkitalon kotisalissaan, mutta tekee myös säännöllisesti ulkomaankiertueita. Helsingin kaupunginorkesterin perinteiseen yleisötyöhön kuuluu muun muassa avoimet- ja kutsuvieraskenraaliharjoitukset, erilaiset aulatapahtumat ennen joka konserttia, kummilapsitoiminta, pedagogiset materiaalit, kamarimusiikkikonsertit, yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa toteutettavat Kuule, minä sävellän! ja Tokaluokkalaisten taideretki. Orkesterin yleisötyö on lähtökohtaisesti maksutonta, mutta orkesterin avoimista kenraaliharjoituksista peritään hyvin edullinen kolmen euron pääsymaksu. Orkesterin yleisötyöhön luetaan myös koulutustoiminta ja verkostotyö, jonka kautta orkesteri on dialogissa ympäröivään maailmaan ja muihin kulttuuri-toimijoihin. Yhdyssteenä kaupunginorkesterin ja konserttiyleisön välillä, edistäen klassisen musiikin harrastusta ja tuntemusta toimii Helsingin kaupunginorkesterin ystäväyhdistys Pro Filharmonia ry. Ehdoton etu Helsingin kaupunginorkesterin yleisötyössä on se, että orkesterilla on päätoimisesti työskentelevä yleisötyön tuottaja. (Helsingin kaupunginorkesteri 2016, 8-9; Helsingin kaupunginorkesteri 2018; Kukkonen 2018.)

Akseli Gallen-Kallelan Museo on taiteilija Akseli Gallen-Kallelan suunnittelema ja rakentama ateljeelina Espoon Tarvaspäässä. Museo avattiin yleisölle vuonna 1961 ja sen tehtävänä on taiteilija Akseli Gallen-Kallelan elämäntyön vaaliminen ja tunnetuksi tekeminen. Akseli Gallen-Kallelan Museossa työskentelee kuusi vakituista työntekijää ja museon johtajana toimii Tuija Wahlroos. Museon päärahoittajia ovat Espoon kaupunki sekä opetus- ja kulttuuriministeriö, jonka lisäksi museon omarahoitusosuus on isossa osassa sekä muut avustukset. Museon vaihtuvat näyttelyt esittelevät Gallen-Kallelan ja hänen aikalaistensa taidetta ja elämää sekä nykytaidetta. Museon kokoelmat kattavat Akseli Gallen-Kallelan taidekokoelman, kulttuurihistoriallisen kokoelman ja käyttökokoelman lainaus tarkoitukseen. Museolla on myös hallussaan erilai-

sia taiteilijaan liittyviä arkistoaineistoja, kuten valokuvia, kirjoita, lehtileikkeitä ja käsi-kirjoituksia. Lisäksi Gallen-Kallelan Museo pitää yllä kahta kirjastoa; Akseli ja Mary Gallen-Kallelan kirjasto sekä Museosäätiön käsikirjasto. Kirjastot sijaitsevat museolla ja ovat tutkijoiden käytettävissä sovittuna ajankohtana. Museo tarjoaa myös kuva- ja tietopalveluja, teos- ja aineistolainoja sekä teostunnistepalvelun. (Akseli Gallen-Kallelan Museo 2018.)

Akseli Gallen-Kallelan Museon perinteiseen yleisötyöhön kuuluu muun muassa kou-lulaisille järjestettävät toiminnalliset museokierrokset ja työpajat, ryhmille suunnatut museo-opastukset, kokous- ja työhyvinvointipaketit, luennot sekä työpajat. Museolla on myös käytössään mobiililaitteella toimiva ääniopas, jonka kautta voi tutustua tar-kemmin museorakennukseen, museon pihapiiriin, Gallen-Kallelan perheeseen sekä muutamaaan taideteokseen. Lisäksi mobiilioppaasta löytyy pieni pelillinen tehtäväreitti lapsille ja reittiopas Gallen-Kallelan Museolle. Museon järjestämä perusyleisötyö si-sältyy lähtökohtaisesti museon pääsylipun hintaan. Museolla on myös ystävähdistys Liekki, jonka jäseneksi pääsevät kaikki Akseli Gallen-Kallelan taiteen ystävät sekä museon toiminnasta kiinnostuneet. (mt.)

4.2 Riihimäen Teatterin #digiteatteri

Riihimäen Teatterin vuonna 2015 laaditun strategian yksi tavoitteista on olla digitaalisen yleisötyön edelläkävijä vuonna 2020 ja tätä tavoitetta on kuvattu strategiassa seuraavasti:

Digitaalinen yleisötyö tarkoittaa Riihimäen Teatterissa esitysten rinnalla kulkevaa sisällöllisesti itsenäisesti toteutettavia sosiaalisen median teok-sia. Teoksen teemoja, taustoja ja materiaalia pyritään avaamaan ja ke-räämään sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median kanavissa hyö-dynnetään digitaalisia muotoja esitysten jakamisessa teatterin tilojen ja muiden esityspaikkojen ulkopuolelle. Esimerkiksi esitysten suoratoistoa voidaan toteuttaa muun muassa hoitokoteihin ihmisille, joilla ei ole mah-dollisuutta seurata esitystä perinteisissä esityspaikoissa. Riihimäen Teat-teri pyrkii olemaan digitaalisen yleisötyön edelläkävijä ja aktiivinen kehittäjä suomalaisella teatterikentällä. Digitaalisen yleisötyön kehittämiseksi voidaan toteuttaa erillinen hanke perustoimintaa tukevilla sisällöillä. Digi-taalisen yleisötyön tavoitteena on madaltaa kynnystä lähestyä teatteria ja

parantaa ihmisten mahdollisuuksia nauttia teatterista myös esitysten ulkopuolella. (Riihimäen Teatteri 2015, 2; 4–5.)

Tätä tavoitetta Riihimäen Teatteri on lähtenyt hyvin onnistuneesti toteuttamaan #digiteatterin kautta. #digiteatteri on osa vuonna 2017 käynnistynyttä opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamaa Riihimäen Teatterin Digitaalinen yleisötyö -hanketta. Hankkeen tarkoituksena oli tutkia taidelähtöisesti digitaalisuuden mahdollisuuksia teatterissa. Hanke laajentaa teatteriesityksen ja yleisötyön tekemisen käsitettä, lisää esitystoiminnan saavutettavuutta tavoittaen uusia yleisöjä. Hankkeen vastaavana digitaiteilijana työskenteli teatteriohjaaja ja esitystaiteilija Maria Oiva sekä osan ajasta Oivan työparina toimi lavastaja ja mediataiteilija Jyrki Pylväs. (Digiteatteri 2018.)

#digiteatteri on uusi digitaalinen näyttämö, jonka ensimmäisenä toimintavuotena keskityttiin teatterin jo olemassa oleviin sisältöihin linkittyviin sisältöihin sekä itsenäisiin teoskokonaisuuksiin, joiden esitysalustana toimivat sosiaalisen median kanavat: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ja SoundCloud. Lisäksi sisältöjä on toteutettu lisätyn todellisuuden Arilyn -sovellukseen. Hankkeen alussa Riihimäen Teatterilla ei ollut digitaalisten kanavien erityisosaamista tai hankkeen toteuttamiseen tarvittavia teknisiä välineitä. Tästä syystä käytetyt tekniset välineet valittiin niin, että ne ovat helposti haltuun otettavia sekä käytössä ihmisten perusarjessa, kuten älypuhelimet ja tietokoneet. Lisäksi toiminnan lähtökohdiksi määriteltiin puhtaasti taiteelliseen sisältöön keskittyminen. (mt.)

#digiteatterin jo olemassa oleviin sisältöihin linkittyvät sisällöt ovat *TEATTERI-sarja*, *Vajaa tunti puhetta -esityspodcastit* ja *Janne Katajan Riihimäki -näytelmän käsiohjelman lisämateriaali*. Nämä olivat jo olemassa oleviin muotoihin nojautuvia kokeiluja, jotka oli mahdollista toteuttaa kevyin tuotantorakentein. #digiteatterin itsenäisiä teoskokeiluja ovat *Virtanen Korhosen mysteerit -kaupunkiseikkailu* ja *Valeminä -kesäteatteriesitys*. Näissä kokeiluissa tutkittiin sitä, millainen samaan aikaan sekä konkreettisella että digitaalisella näyttämöllä toimiva esitys voisi olla. (mt.)

Taulukko 1. #digiteatterin jo olemassa oleviin sisältöihin linkittyvät sisällöt

	Julkaistava sisältö	Julkaisualusta
--	---------------------	----------------

TEATTERI-sarja	10-osainen sketsisarja, joka kuvaa Riihimäen Teatterin kuvitteellisen johtajan Maria Virtanen Korhosen elämää teatterin arjessa. Jaksojen kestot ja estetiikka oli suhteutettu verkkoympäristöön sopiviksi.	Facebook, jonka jälkeen katsottavissa YouTubesta Riihimäen Teatterin tililtä
Vajaa tunti kulttuuripuhetta	7-osainen esityspodcast -sarja, jossa Maria Oiva kutsuu yhden vieraan kerrallaan katsomaan Riihimäen Teatterin vuoden 2017 esitykset. Esityksen jälkeen Oiva keskustelee vieraan kanssa esityksen teemoista. Keskustelussa esityksen teemoja suhteutettiin ympäröivään maailmaan niin, että keskustelu ei rajautuisi ainoastaan esityksen nähneiden ihmisten piiriin.	SoundCloud - Riihimäen Teatteri
Janne Katajan Riihimäki -näytelmän käsiohjelman lisämateriaali	Käsiohjelman kansien kautta avautuva lisämateriaali, jonka kautta pääsi kuulemaan Katajan itsensä kertomana osia näytelmään liittyvistä tarinoista, jotka eivät päätyneet näytelmään.	Lisätyn todellisuuden Arilyn -sovellus
Yleinen sosiaalisen median presenssi	Maria Oiva julkaisi mm. digitaalilijan päiväkirjaa, jossa hän kertoi hankkeen aikana esiin nousseita työskentelyyn ja taiteeseen liittyviä ajatuksia.	Instagram @digiteatteri (Instagram Stories), Twitter @digiteatteri, Facebook

Taulukko 2. #digiteatterin itsenäiset teoskokeilut

	Julkaistava sisältö	Julkaisualusta
Virtanen Korhosen mysteerit - kaupunkiseikkailu	Interaktiivinen tarinankerronnan kokeilu, jossa katsojan/kokijan oli löydettävä kaikki Riihimäen keskustaan sijoitetut lisätyn todellisuuden sisällöt seikkailun läpi päästäkseen.	Facebookissa julkaistu seikkailun aloitusvideo + Lisätyn todellisuuden Arilyn -sovellus
Valeminä	Kesäteatteriesitys kolmessa näytöksessä, jossa kokeiltiin Twitteriä ja Facebook Liveä esitysalustana.	1. näytös Twitterissä 2. näytös FB Livessä 3. näytös YouTubessa

Riihimäen Teatteri havaitsi vuoden aikana, että yleisötyön tavoitteiden palveluksessa voivat toimia myös itsenäiset taidesisällöt, kuten *Valeminä*. Kuvaan seuraavassa tarkemmin tätä itsenäistä teoskokeilua, koska se kuvaa mielestäni parhaiten sitä, millaista digitaalinen yleisötyö voi parhaimmillaan olla. *Valeminä* sai inspiraationsa Ylen vuonna 2016 toteuttamasta *#Titanicilla -konseptista*. *Valeminän* ensimmäinen näytös esitettiin Twitterissä 26.6.–7.7.2017 välisenä aikana. Tässä näytöksessä näyttelijöitä oli seitsemän ja juoni rakentui identiteettivarkauden ympärille. Näytöksessä päähenkilö Maria Oiva oli kaapannut Maria Oivan identiteetin, jonka jälkeen jokainen näytelmän henkilö loi itse määritellyn hahmon suhteessa päähenkilöön. Kokonaistarina alkoi hahmottumaan verkostomaisena, jokaisen hahmon yksilötarinan kautta, kun päähenkilö viesti näille tai näistä hahmoista sosiaalisessa mediassa. Jokaiseen viestiin eli twiittiin lisättiin *#valeminä -tunniste*, jonka avulla katsoja pystyi seuraamaan esityksen rakentumista. (mt.)

Valeminän toinen näytös oli nähtävissä ainoastaan Facebook Livessä 8.7.2017. Kyseessä oli road movie -tyyppinen liikkuva esitys, joka sijoittui todellisuuden ja fiktion rajalle, eikä katsoja voinut tietää mikä oli ennakkoon sovittua ja mikä ei. Tällainen esitys mahdollistaa teattereille tyypillisen livekokemuksen, sillä ennakkomarkkinoinnin avulla katsojilla on myös mahdollisuus hakeutua esityksen läheisyyteen. *Valeminän* kolmas näytös esitettiin YouTubessa 19.12.2017. Näytösten suunnittelusta ja toteutuksesta voi lukea tarkemmin *#digiteatterin* verkkosivuilta. (mt.)

#digiteatteri jatkaa toimintaansa myös vuosina 2018–2019 kahden rinnakkain toimivan kokonaisuuden pohjalta. Suomen kulttuurirahasto on myöntänyt apurahan Digi-teatterin uudet mahdollisuudet -hankkeelle ja Taiteen edistämiskeskus digiteatterin lähiötaiteilija työskentelyyn. Tarkoituksena on toteuttaa Kaaosperhonen-niminen koko vuoden kestävä esityksellinen teoskokonaisuus tietovuotaja Chelsea Manningin elämäntarinaa pohjautuen. Teoskokonaisuus tulee olemaan toisiinsa kytkeytyvien ja keskenään vuorovaikutuksessa olevien tapahtumien, tilojen ja esitysten verkosto sekä sosiaalisen median kanavissa että perinteisen teatterin keinoin. (Numminen & Oiva 2018; Riihimäen Teatteri 2018.)

Valeminän yhtenä tarkoituksena oli testata joukkoistamista sekä jaettua tekijyyttä. #digiteatterin sisällöissä on näytellyt lähinnä Maria Oiva itse, mutta *Valeminässä* oli mukana joukko vapaaehtoisia, joilla oli eri tavoin sitoutumista vaativaa osallistumista. Sitä, miten digitaalisia välineitä ja sosiaalisen median kanavia voidaan hyödyntää esitystuotannon joukkoistamisessa jatkossa entistä paremmin, selvitetään Digiteatterin uudet mahdollisuudet -hankkeen aikana. Uuden hankkeen aikana etsitään vastauksia myös siihen, millainen tulisi olla #digiteatterin tuotannollinen malli, jotta se voisi olla osa teatterin perustoimintaa ja mahdollista myös teatterin perusrahoituksen piirissä, sillä tällä hetkellä #digiteatteri on tuotannollisesti täysin irrallinen toimija Riihimäen Teatterin perustoiminnasta. Tämä tarkoittaa #digiteatterin ansaintalogiikan kehittämistä, jota myös *Valeminän* vapaaehtoisten työryhmän jäsenten kanssa käytyissä palautekeskusteluissa oli pohdittu. Esiin oli noussut ideoita muun muassa mainosmyynnistä, mainostajien ja sponsorien mukaan ottamisesta, tukijäsenistä sekä striimin rajoittamisesta ansaintalogiikkana. (Digiteatteri 2018; Riihimäen Teatteri 2018.)

Riihimäen Teatterin #digiteatterin teoskokeilut sosiaalisessa mediassa

Valeminän kautta huomattiin, että kun teatteria tehdään sosiaalisen median alustalle, on tärkeää ymmärtää ja hallita käytettävä alusta. Alustojen käyttäjistä on jo olemassa tietoa, jota voitaisiin hyödyntää logististen kysymysten kohdalla. Yhteistyö esimerkiksi sosiaalisen median erityisosaajien kanssa voisi olla hyödyllistä. Jonkinlainen pelinjohtaja olisi myös tarpeellinen, mutta liian tiukka käsikirjoitus ei ole. Pelinjohtaja voisi myös tehdä esityksen seurattavuutta helpottamaan jonkinlaisen viikoittaisen yhteenvedon yleisölle. Loppupäätelminä *Valeminän* tekijät totesivat, että sosiaalinen media, tässä kohtaa Twitter voi suunnitellusti toteutettuna toimia teatterin esitysalustana. Suurin haaste lienee se, miten yleisö saadaan Twitteriin. (Digiteatteri 2018.)

Digitaalinen yleisötyö voi auttaa tavoittamaan uusia yleisöjä ja uutta yleisösukupolvea muun muassa joukkoistamisen ja jaetun tekijyyden avulla. *Valeminä*-esitykseen osallistuneet nuoret kokivat, että oli hienoa vaikuttaa ja olla osa teosta. Se sai myös osallistujat katsomaan esityksen toista osaa ja seuraamaan muun muassa sitä, vaikuttaako oman hahmon sisältö tarinaan jatkossa. Tämän pohjalta voitiin nähdä, että #digiteatterin sisällöntuotannossa voisi toimia erilaiset joukkoistamisen muodot. Li-

säksi tällaisen digitaalisen yleisötyön kautta voitiin lisätä vuorovaikutusta eli keskustelua esityksen ja katsojan välillä. Digitaalisen yleisötyön sisältöjä voidaan hyödyntää myös laitosten yleisessä markkinoinnissa ja esityskohtaisessa markkinoinnissa, kun sisältöjä tuotetaan jo olemassa olevaan ohjelmistoon, kuten #digiteatterin esityspodcastit. Aiemmin sosiaalinen media ja muut sähköiset kanavat on nähty nimenomaan juuri markkinoinnin ja viestinnän välineinä, mutta #digiteatterissa sosiaalisen median mahdollisuuksia on kuitenkin lähestytty pääasiassa taiteellisen prosessin näkökulmasta. (mt.)

Esiin nousi myös positiivinen huomio liittyen resursseihin. Digitaalisen yleisötyön toteuttaminen ei aina vaadi suuria ja kalliita teknisiä laitteistoja, sillä #digiteatterin sisältöjä on toteutettu halpoja ja/tai ilmaisia laitteita ja palveluja hyödyntäen. Esimerkiksi Valeminän kuvaamiseen käytettiin #digiteatterille hankittua iPhone 6 -puhelinta, joka oli kiinnitettynä selfiekeppiin ja virran riittävyden varmistamiseksi mukana oli varavirtalähde. (mt.)

4.3 Streamausta Helsingin kaupunginorkesterissa

Digitaalisuus on tuonut mukanaan streamauksen yleistymisen, mikä on osaltaan johtanut orkesterien konserttien streamauksen kasvuun. Helsingin kaupunginorkesterin *HKO Screen -palvelun* kautta konsertteja voi seurata suorina verkkolähetyksinä mistä tahansa käsin. Palvelun kautta konsertin katsominen on maksutonta, vain muutaman klikkauksen päässä ja käsiohjelman PDF-version lataaminen on myös mahdollista. HKO Screenin kautta katsoja pääsee virittäytymään tunnelmaan Ennakkoluulijoiden seurassa ennen konserttia. *Ennakkoluulijat* on keskusteluohjelma, jossa toimittaja, vakiluulijat sekä illan vieras keskustelevat musiikista. Ennakkoluulijat on mahdollista nähdä myös paikan päällä ennen konsertin alkua. *HKO Screenin* kautta katsoja pääsee myös tapaamaan kiinnostavia vieraita väliajalla sekä kuulemaan tarinoita konsertin kulisista. Helsingin kaupunginorkesterin suorana striimattuja konsertteja on mahdollista katsoa myös Malmitalossa maksutta. (Helsingin kaupunginorkesteri 2018; Kukkonen 2018.)

Helsingin kaupunginorkesterin kaikkia konsertteja ei kuitenkaan striimata, koska striimatun konsertin toteuttaminen vaatii aivan erilaisen lähtökohdan konsertin suunnitteluun ja toteutukseen, erilaiset resurssit sekä musiikillista asiantuntemusta, kuten partituurinlukija, joka antaa ohjaajalle iskuja. Tallenteet konserteista ovat katsottavissa jälkikäteen 30 päivän ajan Yle Areenasta tai Helsinki-kanavalta. Helsinki-kanava on kaupungin suorien verkkolähetysten ja tallenteiden julkaisuun tehty alusta, jonka kautta voi seurata muun muassa Helsingin kaupunginvaltuuston kokouksia ja katsoa kaupunkilaisten lähettämiä omia videoita. (Helsinki-kanava 2016.) Helsingin kaupunginorkesteri järjestää myös taiteilijatapaamisia noin kerran kuussa, joissa kuullaan ajatuksia tulevasta konsertista illan kapellimestarin tai solistin kertomana. Myös nämä taiteilijatapaamiset on mahdollista nähdä paikan päällä Musiikkitalolla, kuunnella suorina verkkolähetyksinä tai katsoa tallenteena myöhemmin. Lisäksi Orkesterin HelsinkiPhilharmonic YouTube -kanavalta löytyy mielenkiintoisia videoita muun muassa kulissien takaa. (mt.)

Striimaamisen lisäksi Helsingin kaupunginorkesterin verkkosivuilta löytyy *Opi kuuntelemaan klassista! -osio*, joka tarjoaa avaimia kuuntelukokemuksen avaamiseen. Tämä laaja osio on syntynyt Helsingin kaupungin suomenkielisen työväenopiston kanssa tehdystä yhteistyöstä ja toteutettu yhdessä kapellimestari Satu Simolan kanssa. Opi kuuntelemaan klassista! -osion voidaan katsoa kuuluvan orkesterin digitalisen yleisötyön tarjontaan, koska orkesterin yleisötyön tuottaja Kukkosen (2018) mukaan se on nimenomaan tehty kaikille klassisesta musiikista kiinnostuneille henkilöille, jotka kaipaavat avaimia musiikin kuunteluun. Materiaali ei ole suunniteltu pedagogiseen käyttöön, eikä materiaalia ole peilattu opetussuunnitelmaan. (mt.)

Opi kuuntelemaan klassista! -osio sisältää seuraavat kohdat: Musiikkia pähkinänkuoressa, Korvan kunto-ohjelma, Orkesteri – pieni kylä, Sävellysten hedelmäkori sekä Luova minä. Ensimmäinen osio *Musiikkia pähkinänkuoressa* avaa eri aikakausien tyypillisiä musiikillisia piirteitä musiikkiesimerkein sekä säveltäjien ja soitinten kautta. *Korvan kunto-ohjelma* on osio musiikin kuuntelemisen henkilökohtaiseen harjoitteluun ja kuuntelutaidon treenaamiseen. Osioista löytyy eri mittaisia *Lenkkipoluiksi* nimettyjä osioita, josta kuulija pääsee mieleisensä polun valittuaan käsiksi *Lenkkipolun harjoitukset -osioon*. Harjoitukset osiosta löytyy vinkkejä kuunteluun sekä kuuntelupäiväkirja ja kuuntelulista tarjoaa laajan kattauksen vinkkejä siihen, ketä säveltäjiä ja

mitä sävellyksiä voi tai kannattaa kuunnella. Kuuntelulistan kautta pääsee suoraan käsiksi myös Spotifyhin luotuihin valmiisiin soittolistoihin. Spotifysta löytyy myös orkesterin muita soittolistoja konserttien teoksista ja orkesterin suosikeista käyttäjänimellä Helsinki Philharmonic Orchestra. Kolmannen osion, *Orkesteri – pieni kylä* kautta voi tutustua orkesterin muusikkojen työtehtäviin ja orkesterin istumajärjestykseen sekä toimiston työntekijöiden työnkuvaan. *Sävellysten hedelmäkori* avaa konsertin ja sävellysten rakennetta. Viides ja viimeinen osio, *Luova minä* tarkastelee yksilöä ja luovuuden merkitystä osana elämää kannustamalla yksilöä luovuuteen. (mt.)

Helsingin kaupunginorkesterin digitaalinen yleisötyö

HKO screen on hyvä esimerkki siitä, kuinka digitaalinen yleisötyö voi tarjota verkon kautta katsojalle yhtä elämyksellisen kokemuksen kuin paikan päällä, sillä HKO Screen tarjoaa erilaisia tapoja katsojakokemuksen laajentamiseen. Tämä on hyvä esimerkki myös siitä, kuinka niin sanottuja perinteisen yleisötyön muotoja, kuten taiteilijatapaamiset ja kulissikierrokset, on mahdollista tuoda digitaaliseen muotoon. Lisäksi Opi kuuntelemaan klassista! -osio on erittäin mielenkiintoisesti toteutettu ja näen, että tällainen osio toimii ehdottomasti kuuntelukokemusta avaavana sekä vahvistavana tekijänä ja mahdollistaa konsertin syvällisemmän tulkinnan sekä jatkossa elämyksellisemmän kokemuksen konsertissa.

4.4 Digitointi Akseli Gallen-Kallelan Museossa

Museoissa aineistojen digitointi on hyvin yleistä ja jopa välttämätöntä. Valitsin Akseli Gallen-Kallelan Museon lähempään tutkimukseen syystä, että heillä erilaisten aineistojen digitointi ja niiden esille tuonti on tehty ja toteutettu hyvin mielikuvituksellisin keinoin ja on tästä syystä luettavissa digitaaliseen yleisötyöhön. Huomioitavaa on myös se, että monessa näissä museon toteutuksissa on mahdollistettu yleisön osallisuus aineistojen digitointiin sekä vuorovaikutus yleisön kanssa. Akseli Gallen-Kallelan Museon verkkosivuilta pääsee myös kurkistamaan 360-kameran avulla toteutetun 3D-kuvan kautta taiteilijan Tarvaspään ateljeelinnaan, jossa museo toimii.

Taideavain on Akseli Gallen-Kallelan Museon, Aalto-yliopiston ja Via Media Oy:n yhdessä kehittämä sovellus, jossa digitoituihin teoskuviin on lisätty mustiinpanopisteitä. Näitä pisteitä klikkaamalla saa hyvin yksityiskohtaista tietoa muun muassa teoksen historiasta ja syntytarinoista sekä teoksessa näkyvistä esineistä ja asioista. Tällä hetkellä sovelluksesta löytyy kolme teosta, mutta sovellusta kehitetään edelleen. (Akseli Gallen-Kallelan Museo, 2018.)

Akseli Gallen-Kallelan ja Aalto-yliopiston Media Labin yhteistyössä toteuttamalla *HalooAkseli! -sivusto* on hyödyntänyt yleisön osallistumisen aineistojen digitointiin. Haloo Akseli on avoin sosiaalinen verkkoarkisto, jonka kautta voi tutustua taiteilijan lähipiiriin ja heidän arkeensa museon arkistoaineiston kautta. Sosiaalisen arkistosta tekee nimenomaan se, että museon kävijät ja lähialueen ihmiset ovat voineet osallistua museon järjestämiin teemapäiviin, joissa he ovat päässeet osaksi digitointia ja arkiston rakentamista tuoden omia Gallen-Kallelaan liittyviä valokuvia, muistoja ja tarinoita digitoitavaksi sekä tutustuneet digitointityöhön skannausrobotin avulla. Projekti on osa laajempaa digGLAM-aloitetta, jossa Systems of Representation -tutkimusosaston tarkoituksena on avoimen lähdekoodin digitointirobottia käyttäen auttaa pieniä GLAM-organisaatioita digitoimaan sisältöjään ja avaamaan niitä laajemmille yleisöille. Sivustolla arkiston mallina toimii taiteilijan puhelinluettelo 1920-luvulta. (mt.; Haloo Akseli 2018.)

Flickr -kuvapalvelusta löytyy digitoidussa muodossa Akseli Gallen-Kallelan Museon hallussa oleva taiteilijan valokuvakokoelma. Nämä kuvat ovat käytettävissä vapaasti ilman tekijänoikeusrajoituksia. Muita digitoituja arkistoaineistoja ovat *Akseli Gallen-Kallelan ja Carl Dørnbergerin kirjeenvaihto* vuosilta 1885-1929. Kirjeet on digitoitu Valtion taidemuseon Kuvataiteen keskusarkiston ja Gallen-Kallelan Museon yhteisen tutkimushankkeen tuloksena, jossa tarkasteltiin näiden kahden taiteilijan välistä kirjeenvaihtoa. Hankkeen aikana luodulla sivustolta löytyy muun muassa kuvat kirjeistä, lyhyet tutkijoiden tekemät tiivistelmät kirjeiden sisällöistä sekä kirjeiden kautta esiin nousseet henkilö- ja taideteoshakemistot kuvineen. (Akseli Gallen-Kallelan Museo, 2018; Valtion Taidemuseon Kuvataiteen keskusarkisto & Akseli Gallen-Kallelan Museo, 2018.)

Akseli Gallen-Kallelan Museon *Taiteilijat Facebookissa 1915 -hanke* on museon sa-
noin historiallinen sosiaalisen median aluevaltaus, joka toteutettiin Koneen Säätiön
tukemana. Hanke oli osa Akseli Gallen-Kallelan 150-vuotisjuhlavuotta, jonka koordi-
noinnista vastasi museo itse. *Taiteilijat Facebookissa 1915 -hankkeessa* Gallen-
Kallelan Museo ja Tuusulan taidemuseo loivat Akseli Gallen-Kallelalle ja Pekka Halo-
selle omat Facebook-profiilit, jossa nämä taiteilijat elävät Facebookissa elämäänsä
sata vuotta sitten. (Akseli Gallen-Kallelan Museo 2018.)

Akseli Gallen-Kallelan Museon digitoidut sisällöt

Akseli Gallen-Kallelan Museon arkistomateriaalien tuominen yleisön nähtäväksi digi-
toidussa muodossa on toteutettu hyvin luovasti, eri menetelmiä ja alustoja hyödyntä-
en. *Taiteilijat Facebookissa 1915 -hanke* osoittaa jälleen sen, että sosiaalisen median
alustat taipuvat mielenkiintoisiin kokeiluihin. Haasteina voidaan nähdä se, kuinka
pystytään panostamaan sisältöjen kehittämiseen, kun käytössä on monia eri alustoja.
Akseli Gallen-Kallelan Museo on myös tehnyt paljon yhteistyötä eri toimijoiden kans-
sa aineistojen digitoinnissa ja voidaan nähdä, että yhteistyö eri toimijoiden kanssa
mahdollistaa laajemman ja paremman lopputuloksen. Kaikkea ei aina kannata ja tar-
vitse tehdä itse, koska parhaimmillaan yhteistyöstä hyötyvät molemmat osapuolet.

5 YHTEISÖLLINEN IDEOINTI

5.1 Aivoriihi

Käytin opinnäytetyöni yhtenä kehittämismenetelmänä aivoriiheä. Aivoriihi on yksi yh-
teisöllisen ideoinnin menetelmistä, jossa pyritään ideoimaan erilaisia lähestymistapo-
ja ja ratkaisuja johonkin ongelmaan tai kysymykseen. Käytettäessä yhteisöllisen ide-
oinnin menetelmiä, tulee huomioida seuraavat asiat: tehtävän toimeksianto, ryhmien
muodostaminen, ryhmien työskentelyn seuranta, ohjaaminen ja tukeminen sekä
työskentelyn tulokset ja niiden käsittely. Tehtävän toimeksiannon osalta tulee huomi-
oida, että toimeksianto on mahdollisimman selkeä ja sen on hyvä olla esillä koko
työskentelyn ajan. Toimeksiannon on hyvä sisältää muun muassa tavoite, johon

työskentelyllä tähdätään, ohjeet työskentelyyn sekä työskentelyyn käytettävä aika. Ryhmien muodostamisen osalta kannattaa miettiä kuinka osallistujat jaetaan ryhmiin, koska tapoja on monia, johon muun muassa työskentelyn kesto, osallistujamäärä sekä toiminnan luonne vaikuttavat. Perinteisesti aivoriihessä ideoita tuotetaan ryhmässä, mutta se voi sisältää myös itsenäistä työskentelyä. Ryhmätyöskentelyn tulosten käsitteleminen voidaan tehdä eri tavoin riippuen työskentelyn tulosten käytön tarkoituksesta. Aivoriihi on siinä mielessä hyvä ideointimenetelmä, että sen muokattavuuden ansiosta se taipuu moneen. Keskeisenä on kuitenkin aina ideointi. Aivoriihi sisältää yleensä seuraavat vaiheet: esivaihe, ideointivaihe ja valintavaihe. (Mykrä & Hätönen 2008, 36–40, 49; Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 161.)

Toteutin aivoriihen Humanistisen ammattikorkeakoulun Kehittämistyön menetelmät 2-opintokokonaisuuden päätösseminaarissa 21.maaliskuuta 2018. Seminaarin aiheena oli Digitalisaatio kulttuurialalla ja seminaariin osallistujat olivat kulttuurituotannon ja yhteisöpedagogilinan opiskelijoita sekä eri taide- ja kulttuurialan organisaatioiden toimijoita, jotka olivat tulleet kuulemaan opiskelijoiden opintojen aikana toteuttaman kartoituksen tuloksia. Opiskelijat olivat kartoittaneet osana Virtuaaliseikkailu teatterin maailmaan -hanketta mitä digitaalisia välineitä PK-seudun kulttuurilaitokset ovat ottaneet käyttöön ja miten kulttuuriala varautuu alan digitalisaatioon. Järjestin aivoriihen seminaarin loppuksi ja aikaa aivoriihelle oli varattuna noin tunti, jonka vuoksi työskentelyn ennakkoon suunnittelu oli ensiarvoisen tärkeää.

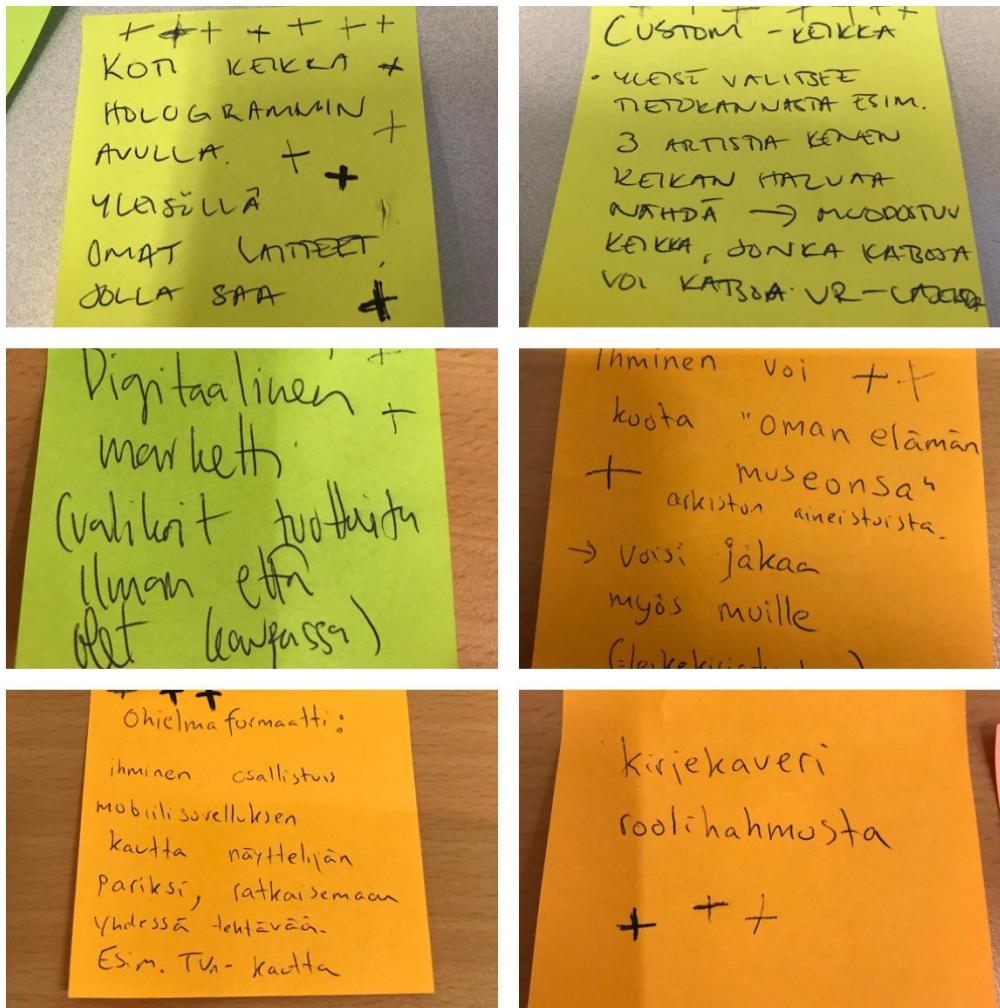
Aivoriihen alussa esittelin itseni ja kerroin hyvin lyhyesti opinnäytetyöni taustoista. Osallistujia oli 20 henkilöä ja heidät jaettiin kolmeen ryhmään. Ryhmät työskentelivät samassa tilassa, mikä oli ajallisesti järkevintä. Ryhmäytymisen jälkeen kerroin lyhyesti aivoriihen toimintaperiaatteista, kuten sen, että toisten ideoita ei saa arvioida, sillä ideointivaiheessa ideat saavat olla täysin hulluja ja toteuttamiskelvottomia, koska määrä on laatua tärkeämpää. Lisäksi kerroin ideoinnille asetetut ja rajatut tavoitteet. Työskentelyn tueksi olin tehnyt PowerPoint esityksen. Aivoriihen pohjalta syntyneet ideat eivät ole millään tapaa valmiita digitaalisen yleisötyön malleja, vaan tarkoituksena on antaa kulttuuriorganisaatioille ideoita, mahdollistaa ideoiden jatkokehittely ja luoda itselle välineitä opinnäytetyön lopulliseen tuotokseen.

Ideointivaiheen aikana työskenneltiin ryhmissä ja ideoitiin paikasta riippumattomia uusia digitaalisen yleisötyön malleja taide- ja kulttuurilaitoksille. Ideointia tukemaan asetin muutamia kysymyksiä, kuten millaisia jo olemassa oleva malleja on ja voisiko näitä jatkokehittää digitaaliseen muotoon tai millainen yleisötyö saisi osallistujat osallistumaan verkon välityksellä. Jokainen idea kirjattiin omalle Post-it lapulleen ja aikaa tähän oli noin 15 minuuttia. Ideointivaiheen aikana syntyi yhteensä 34 ideaa.



Kuva 1 Ideointivaiheen aikana syntyneet ideat (kuvaaja Ina Aalto)

Ideointivaiheen jälkeen vuorossa oli valintavaihe, jossa ryhmissä luodut ideat laitettiin kaikkien nähtäville ja jokainen osallistuja kiersi itsenäisesti tarkastelemassa muiden ideoita. Jokainen osallistuja sai valita ideoista kolme mieleisintä, myös omia ideoita sai valita. Valitseminen tapahtui niin, että jokainen merkitsi plussan kolmen omasta mielestään parhaan idean kohdalle. Aikaa tähän vaiheeseen oli noin 15 minuuttia. Näistä ideoista kuusi eniten plussia saanutta ideaa valittiin jatkokehittelyyn. Nämä valitut ideat jätettiin esille ympäri luokkaa, muut ideat kerättiin tässä vaiheessa pois. Viimeisessä vaiheessa näitä kuutta ideaa lähdettiin edelleen kehittämään niin, että uudet syntyneet ideat kirjattiin alkuperäisen viereen erilliselle Post-it lapulle. Kirjattavat asiat saattoivat olla myös jatkokehittelyn kannalta olennaisia huomioita, kysymyksiä, ajatuksia ja/tai kritiikkiä ideoihin liittyen.



Kuva 2 Valintavaiheessa jatkokehittelyyn valitut ideat (kuvaaja Ina Aalto)

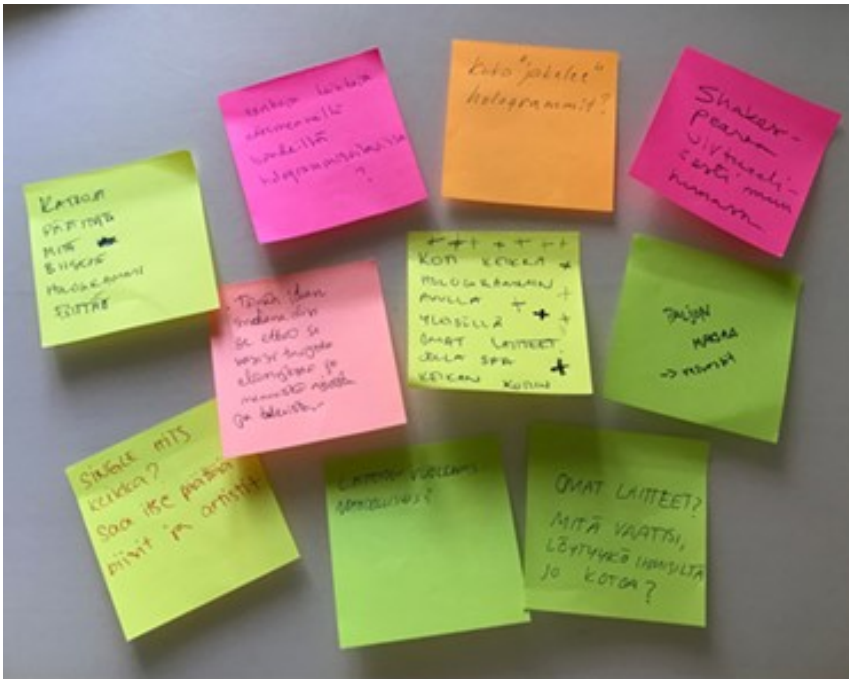
Osallistuminen oli mielestäni hyvin aktiivista ja aivoriihi koettiin mielekkääksi. Jos aikaa olisi ollut enemmän, niin olisin nähnyt hyvin tärkeänä jatkokehittelyyn valittujen ideoiden avaamisen yhdessä ryhmän kanssa ja näin olisi voitu pureutua paremmin pintaa syvemmälle.

5.2 Kehitetyt ideat

Tässä luvussa avaan jokaista aivoriihessä jatkokehittelyyn valittua kuutta ideaa yksitellen. Esittelen näiden ideoiden ympärille syntyneitä huomioita ja ajatuksia sekä teen omia tulkintoja ideoiden käyttökelpoisuudesta ja sovellettavuudesta.

1. idea - Hologrammikeikka kotona (13 ääntä)

Alkuperäinen idea oli muotoiltu seuraavasti: Kotikeikka hologrammin avulla, yleisöllä omat laitteet joilla saa keikan kotiin. Jatkokehittelyideoissa esiin oli nostettu muun muassa, että katsoja voisi itse päättää kenen artistin keikkaa haluaisi hologrammina seurata ja mitä biisejä kuulla. Lisäksi esiin nousi se, kuinka holografiatekniikka mahdollistaa katsojalle elämysten tarjoamisen jo menneistä ja tulevista asioista. Tähän tarkoitukseen holografiatekniikkaa onkin käytetty jo jossain määrin esimerkiksi mahdollistaen edesmenneiden artistien paluun keikkalavoille.



Kuva 3 Ensimmäinen jatkokehittelyyn valittu idea (kuvaaja Ina Aalto)

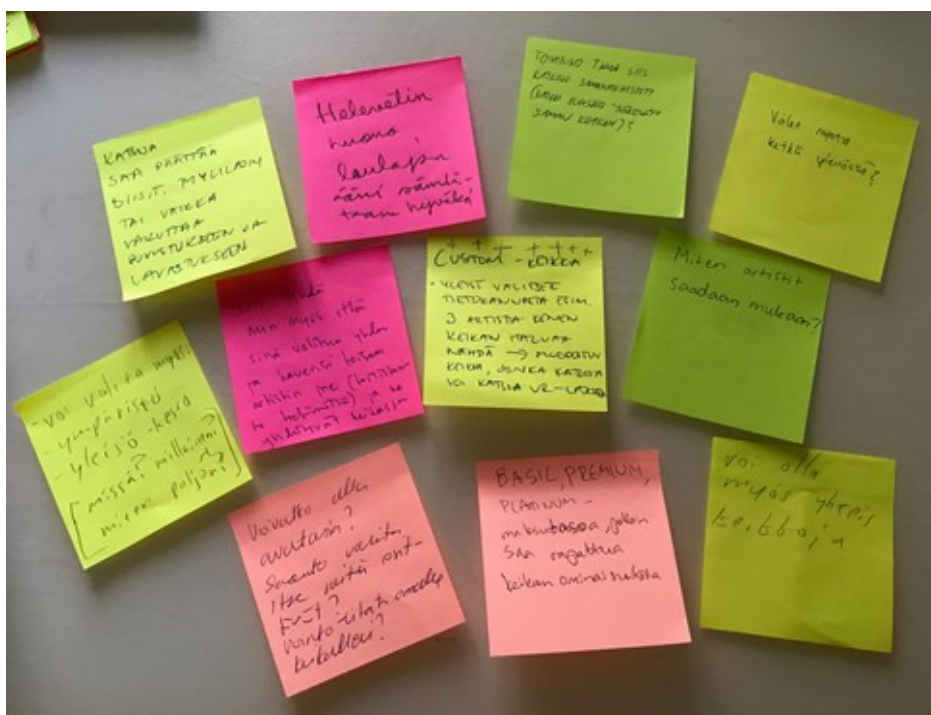
Jatkokehittelyssä nousi esiin jollain tapaa myös taloudelliset- ja tekniset resurssit, sillä se lienee sanomattakin selvää, että holografiatekniikka on kallista, eikä sen toteuttaminen kuluttajakäyttöön ole vielä yleistynyt. Jos tällainen palvelu joskus syntyy tai kun syntyy, niin sen hintataso ei tule olemaan kovin edullinen. Käytännössä tämä edellyttäisi hyvin laajan arkiston luontia, jolloin palvelun tuottaminen olisi kalliimpaa kuin siitä saatu rahallinen hyöty asiakkailta. Tästä päästään kysymykseen siitä, kuka tällaisen palvelun jakelijana toimisi. Kaikki tämä on kenties tulevaisuudessa mahdol-

lista ja näin muun muassa orkesterin muusikon tai teatterin näyttelijän voi saada kotiinsa hologrammina seurattessaan esitystä verkon välityksellä.

Jos mietitään holografiatekniikkaa hieman pienemmässä mittakaavassa, niin tällä hetkellä esimerkiksi YouTubeista (Turn your Smartphone into a 3D Hologram) voi katsoa ohjeen, jonka avulla jokaisen meistä on mahdollista rakentaa niin sanottu hologrammilaite omasta puhelimesta, joka heijastaa 3D-hologrammin puhelimen näytöltä (Mrwhosetheboss 2015). Kenties kulttuuriorganisaatiot voisivat hyödyntää tätä ja toteuttaa holografiatekniikkaa hieman pienemmässä mittakaavassa.

2. idea - Kustomoitu kotikeikka (7 ääntä)

Alkuperäinen idea oli muotoiltu seuraavasti: Custom-keikka, yleisö valitsee tietokannasta esim. kolme artistia, kenen keikan haluaa nähdä ja muodostuu keikka, jonka katsoja voi katsoa VR-laseilla. Jatkokehittelyideoissa esiin nousi samansuuntaisia ajatuksia kuin edellisen idean kohdalla. Katsoja saisi itse päättää keikan keston, esitettävät biisit, tyyllilajin tai vaikka vaikuttaa puvustukseen ja lavastukseen. Katsoja voisi valita palvelusta eri hintakategorioita, kuten basic-, premium- tai platinum-version, jolloin keikan ominaisuudet olisivat erilaiset.



Kuva 4 Toinen jatkokehittelyyn valittu idea (kuvaaja Ina Aalto)

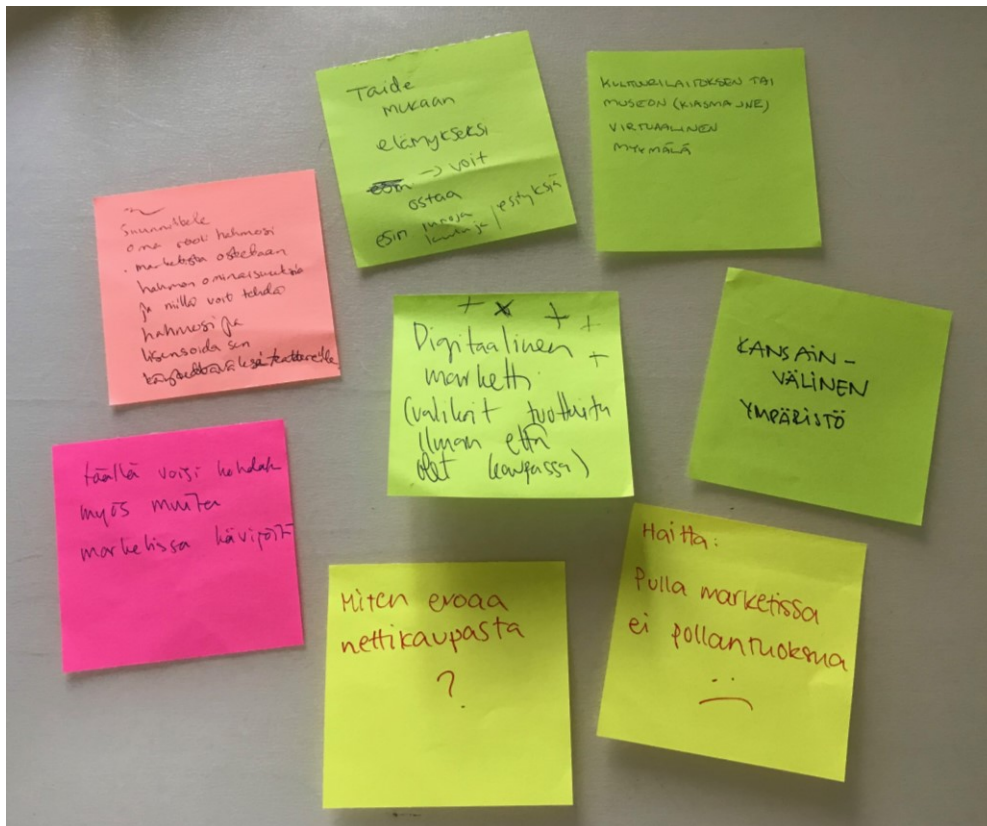
Idea herätti osallistujissa kysymyksiä muun muassa siitä, kuinka palvelu käytännössä toimisi ja miten artistit saataisiin mukaan. Itse näkisin suurimpana haasteena tässä tällaisenaan resurssit. Ei niinkään asiakkaan eli yleisön tarvitsemat tekniset resurssit, vaan se mitä tällaisen palvelun tuottaminen ja ylläpito vaatisi. Virtuaalitodellisuus on kehittynyt parhaiten pelien sekä elokuvien alueella ja saatavilla on jo hyvin esimerkiksi niin sanottuja kotikäyttöisiä VR-laseja ja tekniikkaa. Tässä kohtaa voisi miettiä ensimmäisen idean kohdalla esiin noussutta kysymystä myös siitä, voisiko laitteita vuokrata. Tulevaisuudessa samalla tapaa kuin holografiatekniikassa teatteria tai konserttia on varmasti mahdollista katsoa todentuntuisesti myös VR-laseilla verkon välityksellä. Lisätty todellisuus ja virtuaalitodellisuus ovat tulevaisuudessa ehdottomasti yhä suosituimpia, jolloin kulttuuriorganisaatioiden sekä teknologiayritysten yhteistyö tällä saralla lisääntyy.

3. idea - Digitaalinen marketti (5 ääntä)

Alkuperäinen idea oli muotoiltu seuraavasti: Digitaalinen marketti, valikoit tuotteita ilman, että olet kaupassa. Idea herätti kysymyksen muun muassa siitä, miten digitaalinen marketti eroaa nettikaupasta. Tässä kohtaa onkin huomioitava se, että kaikki pitämäni aivoriihen osallistajat eivät olleet niin sanotusti digitaalisen yleisötyön asiantuntijoita eli tieto jo olemassa olevista toteutuksista ei ollut osallistujien tiedossa. On jo olemassa tämääntapaisia taidegallerioita verkossa, jotka myyvät taidetta. Muun muassa Taidesivut.net on mielenkiintoinen taiteen verkkokauppa, joka on suunniteltu ammattitaiteilijoille, taiteenopiskelijoille ja harrastajille. Sivuston tavoitteena on taiteen ostamisen ja myymisen helpottaminen sekä taiteentekijöiden työllistymisen parantaminen mahdollistamalla taiteilijoiden teosten myynnin sekä oman osaamisen ja palveluiden markkinoinnin. Sivuston kautta voi selailta teoksia, taiteilijoita sekä tiloja. (Fennosol Oy, 2018.)

Jatkokehittelyideoiden kautta alkuperäistä ideaa lähdettiin kuitenkin kehittämään hieman uuteen suuntaan, kuin yllä esitetysti. Idea oli kehitetty muun muassa niin, että kyseessä voisi olla jonkin kulttuuriorganisaation virtuaalinen myymälä, josta voisi ostaa taidetta, kuten runoja, lauluja ja/tai esityksiä. Tässä kohtaa idea on hieman vielä kaukana kehittämistyössä määritellystä digitaalisen yleisötyön käsitteestä. Yhdes-

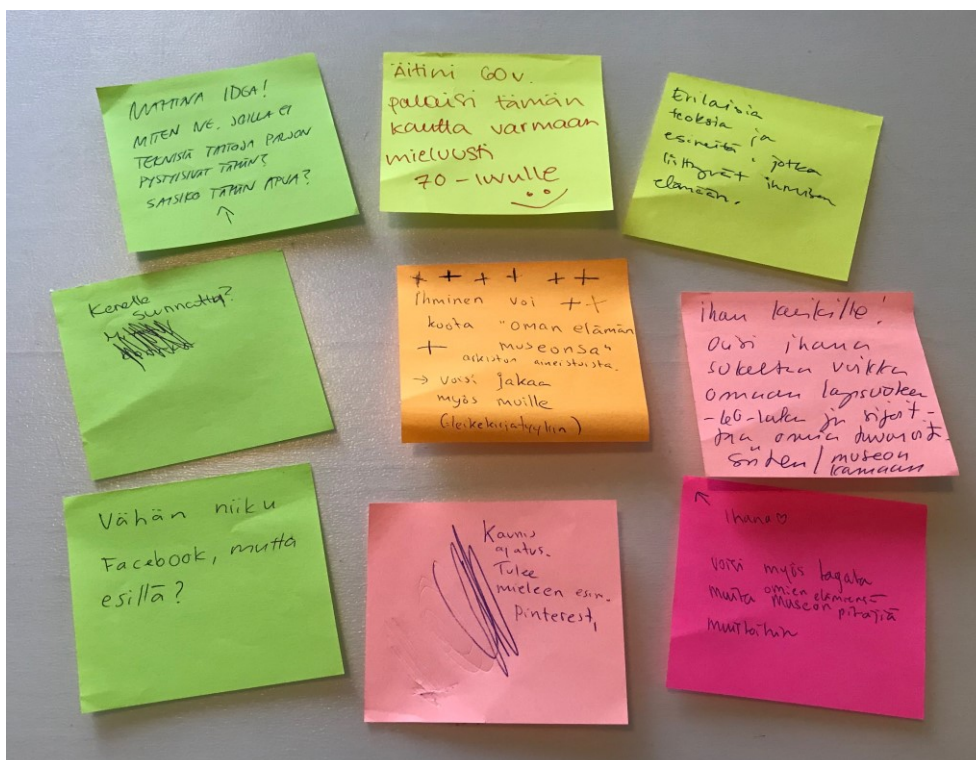
sä jatkokehittelyideassa, oli mietitty, että markettia voisi hyödyntää oman roolihaahmon toteutukseen niin, että marketista voisi ostaa hahmon ominaisuuksia ja näin tehdä valmiin hahmon, jonka voisi lisensoida käytettäväksi, vaikka teattereille. Voisiko tällainen marketti, jossa asiakas pääsee itse luomaan roolihaahmon toimia esimerkiksi teatterin verkkosivujen yhteydessä niin, että mukaan otettaisiin vielä esimerkiksi myös pedagoginen lähtökohta. Asiakas voisi luodessaan roolihaahmoa, tutustua siihen, kuinka näyttelijä luo suhteen ja syventää suhdettaan näyttelemäänsä roolihaahmoon: ulkonäkö, puhetyyli, luonne, tausta, jne. Tai voisiko teatteri esimerkiksi joukoistaa roolihaahmon luonnin niin, että katsojat saisivat yhdessä jollakin jaetulla verkkoalustalla luoda johonkin tiettyyn näytelmään roolihaahmot. Katsojat voisivat esimerkiksi käsikirjotuksen pohjalta avata oman näkökulmansa siihen, millainen kuva heille roolihaahmosta syntyy. Näin syntyisi osallistavaa, vuorovaikutteista ja luovaa toimintaa katsojien ja organisaation välille. Tässä kohtaa idea on jo kaukana marketista, mutta antaa hyvän kuvan siitä, kuinka aivoriihen avulla tuotetut ideat voivat toimia apuna kulttuuriorganisaatioiden digitaalisen yleisötyön suunnittelussa.



Kuva 5 Kolmas jatkokehittelyyn valittu idea (kuvaaja Ina Aalto)

4. idea - Oman elämän museo (9 ääntä)

Alkuperäinen idea oli muotoiltu seuraavasti: Ihminen voi koota ”oman elämän museonsa” arkiston aineistoista, jonka voisi jakaa myös muille leikekirjatyylisiin. Idea herätti hyvin positiivisia ajatuksia. Jatkokehittelyideoissa ideaa tarkennettiin muun muassa niin, että oman elämän museoon voisi koota erilaisia teoksia ja esineitä, jotka liittyvät omaan elämään. Tämän idean pohjalta jatkokehittelyä voisi viedä esimerkiksi siihen suuntaan, että museo, jolla on käytössään paljon erilaisia arkistoaineistoja, voisi luoda alustan, joka mahdollistaisi tällaisen niin sanotun leikekirjan tekemisen yhdistellen museon arkistoaineistoja ja henkilön omia ”arkistoja” kuvateksteineen. Lopputulosta voisi kuvata esimerkiksi Ifolorin Kuvakirjan tapaiseksi, mutta verkossa olevaksi.



Kuva 6 Neljäs jatkokehittelyyn valittu idea (kuvaaja Ina Aalto)

Tämänkin idean osalta nousee vahvasti esiin yleisön näkökulmasta se, että digitaalisen yleisötyön halutaan olevan osallistavaa ja mahdollisesti myös vuorovaikutteista. Yksi osallistujista ehdotti, että muistoihin voisi tэгätä (merkitä) muita oman elämän museon pitäjää. Entä voisivatko muut oman elämän museon pitäjät lisätä toisen, tuntemansa henkilön leikekirjaan aineistoa yhteisistä muistoista elämän varrelta. Tässä kohtaa herää kysymys myös siitä, rakennetaanko leikekirjaa vuosien varrella vai oli-

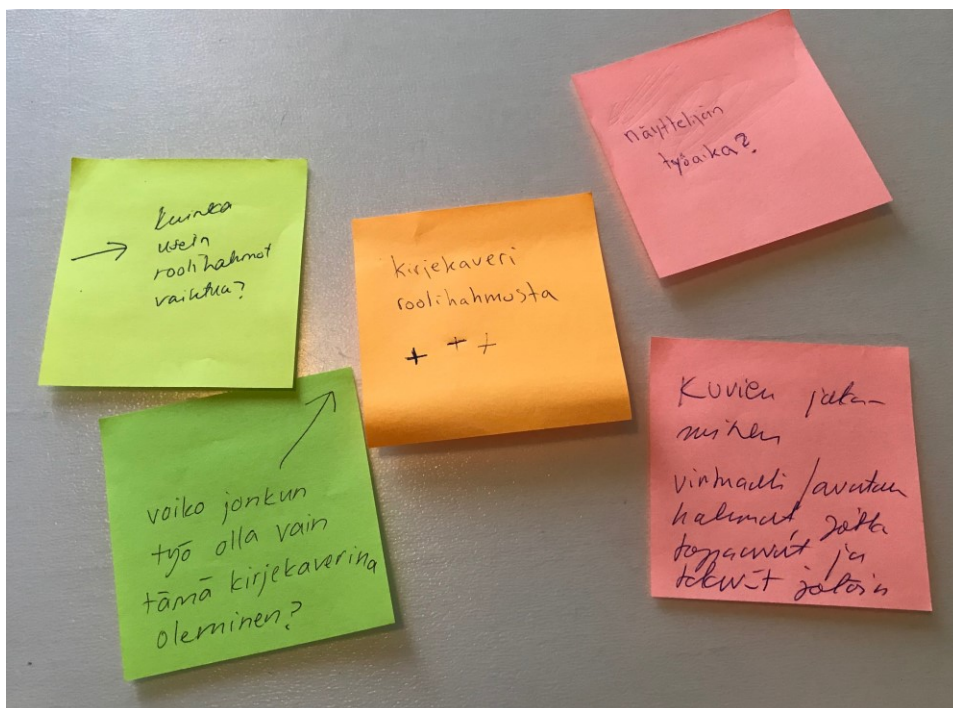
siko tämä enemmän vanhemmille ihmisille suunnattu palvelu, jolloin tulisi miettiä avun saannin keinoja teknisen osaamisen suhteen.

Tällaista leikekirjaa voisi halutessaan jopa tilata kotiin konkreettisen albumin muodossa. Tosin, jos mukana olisi esimerkiksi orkesteri ja leikekirjan luoja haluaisi käyttää leikekirjassa orkesterin musiikkia, niin sen esittäminen konkreettisesti albumissa olisi vaikeaa, tosin ei mahdotonta. Tällaisen mallin kohdalla nousee varmasti esiin myös tekijänoikeudelliset kysymykset sekä niiden perusteellinen selvittäminen ja alustan tekniseen toteutukseen tarvittaisiin ulkopuolista tahoa. Näkisin tässä myös mahdollisuuden laajempaan yhteistyöhön esimerkiksi museoiden välillä tai miksei jopa eri taidealojen välillä.

5. idea - Roolihahmo kirjekaverina (3 ääntä)

Tämän idean osalta esiin nousi kysymys henkilöresursseista eli näyttelijän työajasta ja siitä, voisiko jonkun työ olla vain kirjekaverina oleminen. Ideahan ei itsessään ole digitaalista yleisötyötä, koska alkuperäinen idea oli nimenomaan kirjeen välityksellä tapahtuvaa vuorovaikutusta. Ensimmäisenä mieleen tulee sähköposti, kun miettii mihin suuntaan ideaa voisi lähteä kehittämään. Sähköposti ei kuitenkaan tue digitaalisen yleisötyön luovaa näkökulmaa, ainakaan perinteisesti käytettynä. Joten seuraavana mieleen tulee voisiko roolihahmolle esimerkiksi luoda oman Facebook-profiilin, jonka kautta kaikki halukkaat voivat seurata roolihahmon elämää näytelmän elinkaaren ajan. Tämä vastaa jo osin jatkokehittelyn aikana nousseeseen kysymykseen siitä, kuinka usein roolihahmo vaihtuisi. Lisäksi tällainen mahdollistaisi toimivan keskustelualustan roolihahmon ja katsojan välille.

Tällainen on hyvä esimerkki siitä, kuinka digitaalinen yleisötyö voisi edesauttaa yleisöä kiinnostumaan organisaation perinteisestä toiminnasta. Katsoja seuraa roolihahmoa, keskusteleo roolihahmon kanssa ja haluaa näin nähdä näytelmän, jossa roolihahmo esiintyy. Idea voisi tarkastella myös muiden taidealojen tiimoilta. Samanlainen lähtökohta toimisi myös esimerkiksi orkesterin muusikon tai vaikka kuvataiteilijan kohdalla. Lisäksi tähän liittyen voisi pohtia myös muiden sosiaalisen median alustojen hyödyntämistä. Tavoittavuuden kannalta tällainen vaatii kuitenkin aktiivista sekä luovaa markkinointia ja viestintää.



Kuva 7 Viides jatkokehittelyyn valittu idea (kuvaaja Ina Aalto)

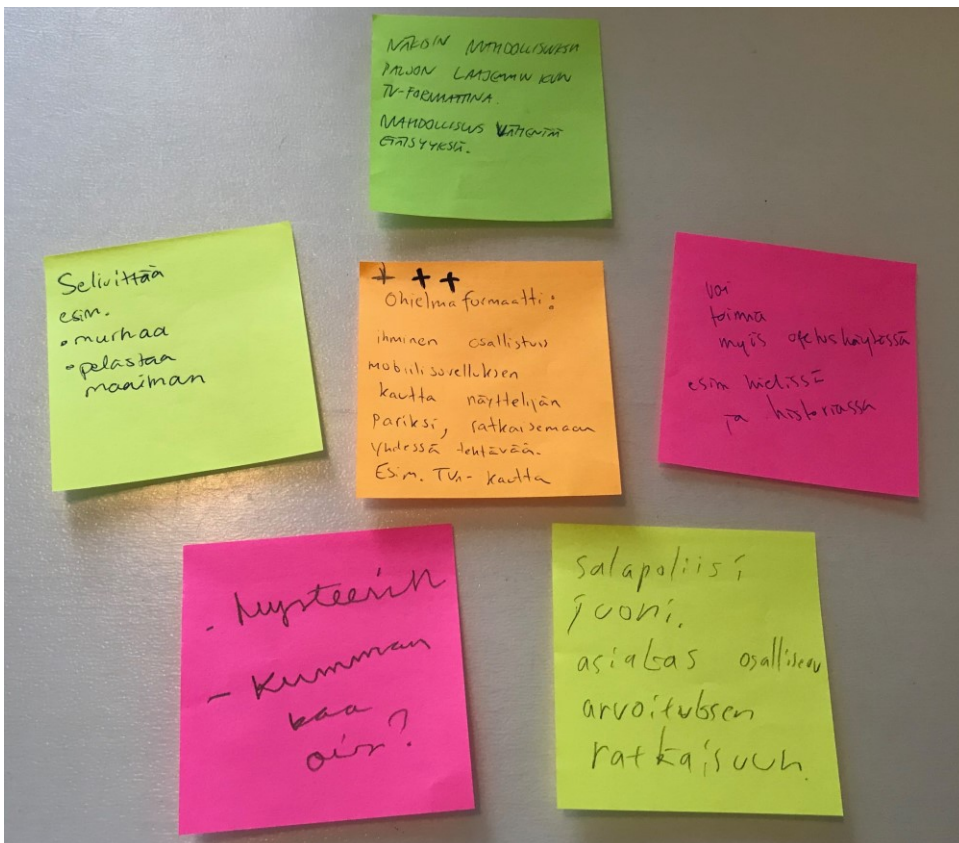
Käydessäni läpi valintavaiheessa pois jätettyjä ideoita, löysin kaksi ideaa, jotka olivat verrattain samanlaisia alkuperäisen idean kanssa. Molemmat näistä sisältävät ajatuksen katsojan ja näyttelijän rooli hahmon välisestä vuorovaikutuksesta sekä hyödyntävät kirjeen sijaan vuorovaikutusalustana puhelinta, toisessa oli mainittu muun muassa WhatsApp -pikaviestinpalvelu.

6. idea – Interaktiivista tarinankerrontaa (3 ääntä)

Alkuperäinen idea oli muotoiltu seuraavasti: Ohjelmaformaatti, ihminen osallistuu mobiilisovelluksen kautta näyttelijän pariin ratkaisemaan yhdessä tehtävää esim. TV:n kautta. Jatkokehittelyideoissa esiin oli nostettu, että he voisivat ratkaista yhdessä esimerkiksi murhaa tai pelastaa maailmaa. Yksi osallistujista näki mahdollisuuden laajempaan kuin TV-formaattiin muun muassa keinona vähentää etäisyyksiä.

Ideana tämä on tavallaan sama kuin paljon yleistyneet pakopelit. Itselleni jää kuitenkin hieman arvoitukseksi miten tällainen toteutettaisiin digitaalisesti, esimerkiksi minä alustan kautta. Käydessäni läpi valintavaiheessa pois jätettyjä ideoita, löysin yhden idean, jota voisi soveltaa tähän ideaan jollain tapaa. Idea interaktiivisesta eloku-

vasta, jossa katsojalle annetaan vaihtoehtoja, kuinka juoni jatkuu. Periaatteessa tällainen vuorovaikutteinen elokuvamuoto on vanha viihdemuoto, joka on ollut käytössä jo 1990-luvulla ja nyt elvytetty uudelleen käyttöön. Tällaista on tehty suhteellisen paljon ulkomailla, muun muassa Sony julkaisi vuonna 2015 PS4-pelikonsolille suunnitellun pelin *Until Dawn*, joka on käytännössä kauhuelokuva, jonka juoneen katsoja pystyi itse vaikuttamaan tekemällä valintoja pelin päähenkilön kautta. Periaatteessa kaikki ei kuitenkaan etene katsojan valintojen mukaan, koska katsojalle on ennakoon annettu valmiit vaihtoehdot, joista valita. (Heikkilä 2015.) Myös Netflix on tuonut viime vuoden aikana vuorovaikutteiset elokuvat palvelun tilaajien käyttöön. Tällaista sisältöä ei voi kuitenkaan vielä katsoa kuin uusimmilla laitteilla, kuten älytelevisioilla, suoratoistolaitteilla, pelikonsoleilla ja iOS-laitteilla. (Linnake 2017.) Suomesta en löytänyt vastaavanlaisia kokeiluja, vaikka sellaisia varmasti on jo jossain määrin tehty. Live-näyttämöllä tällaista on tehty paljon, mutta se kuinka tällaista voitaisiin soveltaa verkon välityksellä esimerkiksi teatterissa, on vielä niin ratkaisematta.



Kuva 8 Kuudes jatkokehittelyyn valittu idea (kuvaaja Ina Aalto)

Valitsematta jääneistä ideoista löytyi myös pari samanlaista ideaa kuin elokuvien interaktiivisuus, mutta nimenomaan teatterissa toteutettuna. Ideoissa oli ehdotettu, että katsoja voisi ohjata käynnissä olevaa esitystä etänä esimerkiksi repliikeillä tai kuvilla. Tässä voitaisiin hyödyntää esimerkiksi TV-ohjelmien suorien lähetysten yhteydessä paljon käytettyä Twitteriä eli striimauksen yhteyteen voisi mahdollistaa livetwiittauksen.

6 DIGITAALISEN YLEISÖTYÖN MUODOT JA MALLIT

Tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että digitaalisessa yleisötyössä on perinteisen yleisötyön tapaan havaittavissa selkeitä muotoja. Tässä luvussa kuvaan näitä muotoja, jokaista omana lukunaan ja avaan muotoja konkreettisten kotimaisten ja kansainvälisten mallien avulla. Havaitsin seitsemän selkeää muotoa, joita ovat jaettu tekijyys, striimaaminen, aineistojen digitointi, syventävät sisällöt, tarinan kerronnalliset sisällöt, sovellukset ja virtuaalitodellisuus ja pelillisuus. Osassa muodoista on myös havaittavissa samoja piirteitä muiden muotojen kanssa.

6.1 Jaettu tekijyys

Käytän ensimmäisestä muodosta nimitystä *jaettu tekijyys*. Se on yksi hyvin selkeästi erottuvissa oleva digitaalisen yleisötyön muoto. Jaetun tekijyyden malleissa korostuu yleisön aktiivinen osallistuminen kulttuuriorganisaatioiden sisällöntuotantoon. Muodosta voidaan käyttää myös nimitystä *joukkoistaminen* (engl. crowdsourcing), jossa yhteisölle annetaan jokin tietty tehtävä suoritettavaksi verkon välityksellä (Lindholm 2015, 20). Tällaisissa malleissa tärkeää on verkkofasilitointi eli toimivan alustan luominen ja yhteisön osallisuuden mahdollistaminen. Lisäksi tällainen mahdollistaa usein myös globaalien osallistumisen. Hyviä malleja tämän muodon osalta ovat muun muassa Savonlinnan oopperajuhlien Opera by you ja Helsingin kaupunginteatterin käsikirjoitustyökalu Noodi.

Savonlinnan oopperajuhlien Opera by You -projektissa yleisö sai osallistua oopperan luomiseen audiovisuaalisten tuotantojen tekemiseen kehitetyn Wreckamovie-tuotantoympäristön välityksellä. Oopperan käsikirjoittaminen, säveltäminen, ohjaaminen, puvustaminen ja lavastaminen oli annettu yhteisön tehtäväksi. Yhteisön käytössä oli Savonlinnan oopperajuhlien solistit, kuoro sekä koko muu tuotantokoneisto. Oopperan valmistumista verkossa avusti ja tuomaroivat oopperan ammattilaiset, niin sanottu Heimoneuvosto. Oopperan luomiseen osallistui ihmisiä ympäri maailmaa ja oopperan ensi-ilta nähtiin kesän 2012 Oopperajuhlilla. (Finland Festivals 2011; Halonen 2011, 59–60.)

Noodi on kaikille avoin yhteisöllinen verkkopohjainen käsikirjoitustyökalu, joka toteutettiin osana Medios -hanketta yhdessä Metropolia Ammattikorkeakoulun ja Helsingin kaupunginteatterin kanssa. Noodi suunniteltiin nimenomaan nuoria ajatellen, sillä Noodin avulla haluttiin tavoittaa nuoria, jotka eivät välttämättä muuten osallistuisi aktiivisesti teatterin toimintaan. Lisäksi Noodin avulla haluttiin kannustaa nuoria omaan sisällöntuotantoon hyödyntäen nuorten verkossa omaksumia toimintatapoja. Nykyisellään Noodi koostuu kolmesta osiosta: Käsikirjoitustyökalusta, Oppimateriaalista ja Noodiyhteisöstä. Noodissa kirjoitustyötä voi tehdä omalla käyttäjätilillä. Kirjoitusprosessi muuttuu yhteisölliseksi vasta, kun käsikirjoitusta varten perustetaan oma ryhmä. Tämän ryhmän jäsenet voivat osallistua kirjoitustyöhön, muokata tekstejä sekä keskustella ajasta ja paikasta riippumatta. Noodin avulla on toteutettu myös Helsingin ja Berliinin välinen käsikirjoitusprojekti, jonka tuotoksena syntyi yhteinen käsikirjoitus ja kaksi hyvin erilaista näytelmää, jotka toteutettiin teatteriammattilaisten voimin ja nuoret saivat seurata tuotannon etenemistä. (Heinonen, Tarkka, Meltio, Pankkonen & Rentola 2011, 8; 27–31; Sorjonen & Sivonen 2015, 50–52.)

Ulkomailta mainittakoon Lontoon yliopiston (University College London) toteuttama *Transcribe Bentham -projekti*, jossa filosofi Jeremy Benthamin (1748–1832) alkupe räisiä julkaisemattomia käsikirjoituksia on joukkoistamisen avulla kirjoitettu puhtaaksi verkossa (online transcripton). Näitä vapaaehtoisten voimin tehtyjä kirjoituksia löytyy jo yli 20 000 sivua. (University College London, 2017.)

6.2 Striimaaminen

Striimaaminen eli suoratoisto on toinen yleistynyt digitaalisen yleisötyön muoto kulttuurilaitoksissa. Teknologian kehityksen myötä tiedonsiirto reaaliaikaisesti on parantunut ja sisältöä voidaan striimaamisen avulla tuoda omasta tilasta muualle (Halonen 2011, 32). Humanistisen ammattikorkeakoulun Sähköä kulttuuripalveluihin julkaisussa viitataan Merriam-Webster.com -sivuston (2014) määritelmään suoratoistosta seuraavasti:

Suoratoistolla tarkoitetaan tiedonvälityksen tapaa, jossa vastaanottaja voi seurata internetin kautta tapahtuvaa lähetystä samaan aikaan, kun tiedosto latautuu hänen vastaanottimelleen. Tiedostoa ei siis tarvitse ladata vastaanottimelle kokonaisuudessaan ennen sen avaamista. ”– –” Lähetys voi olla reaaliaikainen tai tallennettu. (Hautio 2014, 10.)

Kaikkien tuntemia suoratoistokanavia ovat muun muassa YouTube, Yle Areena ja Netflix. Tällaisen suoratoiston tunnuspiirre on, että katsojalle ei jää lähetyksestä kopiota. Yle Areenasta voi nähdä muun muassa Helsingin kaupunginorkesterin konserttien striimauksia ja esitystallenteita (Helsingin kaupunginorkesteri 2018). Suomesta löytyy monia hyviä malleja, sillä erityisesti esittävien taiteiden, kuten orkestereiden osalta striimaaminen on yleistynyt. Aiemmin toin kehittämistyössäni esiin jo Helsingin kaupunginorkesterin *HKO Screen -palvelun* (ks.myös ClassicLive 2018), jonka lisäksi Suomen kansallisoopperan ja -baletin vastaavanlainen palvelu *Virtuaalinäyttämö Stage24 on mainittavan arvoinen*. Oopperatalolla on tähän tarkoitukseen jopa oma laitteisto ja suoratoistotarkkaamo. Stage24 suoratoiston katsojaluvut ovat olleet huiimia ja palvelu tavoittaa yleisöä myös maailmanlaajuisesti. (Lehko, 2018.) Tekijänoikeudelliset asiat ovat varmasti yksi suuri syy miksi esimerkiksi teatterit eivät vielä lähetä esityksiään yhtä lailla reaaliaikaisina suoratoistoina.

Ulkomailla vastaavanlaisia malleja on esimerkiksi Berliinin filharmonikkojen *Digital Concert Hall -palvelu*, jonka kautta voi katsoa orkesterin konsertteja reaaliajassa. Palvelu on maksullinen, mutta tarjoaa paljon myös muuta sisältöä käyttäjälleen, kuten muusikoiden haastatteluja, joita voi tosin katsoa maksutta. (Berliner philharmoniker 2018.) Myös *HKO Screen* ja *Stage24* sekä moni muu vastaavanlainen palvelu

tarjoaa käyttäjälleen myös muuta sisältöä reaaliaikaisen suoratoiston lisäksi, kuten tarinoita kulissien takaa sekä taiteilijatapaamisia. Näistä sisällöistä osa saattaa olla myös reaaliaikaisia suoratoistoja, mutta useimmiten ne ovat nähtävissä myöhemmin myös tallenteina palvelun kautta. Helsingin kaupunginorkesteri tarjoaa tällaisia sisältöjä muun muassa YouTube:n välityksellä. (Suomen ooppera 2018; Helsingin kaupunginorkesteri 2018.) Tietääkseni Suomessa ei ole vielä kukaan lähettänyt esimerkiksi kenraaliharjoituksista tai treeneistä suoratoistoa, mutta tässä voisi olla myös mielenkiintoinen näkökulma tarjottavaksi yleisöille. Striimaamista voitaisiin kulttuuriorganisaatioissa hyödyntää myös esimerkiksi erilaisten luentojen ja seminaarien yhteydessä.

Striimatuilla palveluilla voidaan nähdä olevan suuri merkitys yleisöille, joiden ei ole mahdollista saapua fyysisesti paikan päälle. Muun muassa Tampere-talon *MUKANA-konsertteja* (ent. Etäevent) tarjotaan ainoastaan sosiaali- ja terveysalan palveluja tarjoaville toimijoille. MUKANA-konsertteja järjestetään noin kerran kuussa. Lisäksi Tampere-talo on laajentanut toiminnan koskemaan myös kokouksia, jolloin talossa kokouksia järjestävät voivat ottaa MUKANA-kokouksen osaksi tapahtumaansa (ks. myös Keski-Uudenmaan Teatteri 2018). (Tampere-talo 2014; Tampere-talo 2018.)

Humanistisen ammattikorkeakoulun selvityksessä kuntien kulttuuripalveluiden sähköisen tuottamisen mahdollisuuksista ilmeni, että sähköisissä kulttuuripalveluissa palvelun tarjoamisen ja passiivisen vastaanottamisen lisäksi on tärkeää yleisön aktivoiminen, jotta yleisön mielenkiinto voidaan ylläpitää. Lisäksi ilmeni, että suoratoiston ajatellaan tarjoavan myös katsojille sellaisia etuja, esimerkiksi kameratekniikan avulla, joita live-esitystä paikan päällä seuraava katsoja ei voi kokea. (Hautio 2014, 14–15.)

Yksi malli on myös Suomessa vuosina 2010–2015 toiminut livemusiikin verkkopalvelu Jenkatehdas Oy, joka lähetti eri artistien konsertteja reaaliaikaisena suoratoistona verkon välityksellä. Jenkatehtaan toiminnassa korostui interaktiivisuus, sillä striimaamisen yhteyteen oli luotu mahdollisuus katsojan ja esiintyjän väliselle vuorovaikutukselle sekä muun muassa esitettävien kappaleiden äänestämiseksi. (Jenkatehdas 2018.) Tällaisten erilaisten artistien konserttien katsominen kotoa käsin verkon välityksellä on lisääntynyt viime vuosina teknologian kehityttyä siihen suuntaan, että

myös yksityishenkilöiden on mahdollista käyttää ilmaisia tai hyvin edullisia alustoja tähän käyttötarkoitukseen, kuten YouTube ja Facebook-live. Muun muassa Anssi Kela järjesti vuonna 2015 *Facebook-livessä* ilmaisen keikan, jota seurasi tuhannet ihmiset. Tällainen myös mahdollistaa saman aikaisen vuorovaikutuksen yleisön kanssa, kun yleisö voi aktiivisesti tuottaa live-uutisvirtaa (livefeed) keikan aikana. (mtv 2015.) Livetwiittausta käytetään paljon esimerkiksi suorien tv-ohjelmien yhteydessä, mutta myös esimerkiksi Turun filharmonisen orkesterin *TFO Livessä* yleisö voi osallistua keskusteluun Twitterissä käyttämällä #leiflive -tunnistetta suoratoistokonsertin yhteydessä (Turun filharmoninen orkesteri 2018).

6.3 Aineistojen digitointi

Tämän muodon kohdalla voidaan puhua myös niin sanotusta perinteisestä digitaalisesta yleisötyöstä, jota muun muassa museot harjoittavat. Tässä muodossa yleisölle ei digitoinnilla sinällään mahdollisteta muuta kuin aineistojen katsominen digitaalisessa muodossa ja näin osaltaan kulttuuriperinnön vaaliminen. Museot käyttävät aineistojen digitoinnin alustana muun muassa valokuvien jakamiseen painottuvaa Flickr-yhteisöpalvelua. Tähän tarkoitukseen on luotu myös erilaisia yhteisiä palvelualustoja, kuten *Finna-palvelu*, joka on osa opetus- ja kulttuuriministeriön käynnistämää Kansallinen digitaalinen kirjasto -hanketta. Finna tarjoaa yleisölle pääsyn useiden kirjastojen, arkistojen ja museoiden digitoituihin aineistoihin. (Kansallinen digitaalinen kirjasto 2018.) Vastaavanlaisia palveluja ovat eurooppalaisen kulttuuriperinnön *Europeana-portaali*, josta löytyy myös aineistoa Suomesta sekä *Googlen taideprojekti* (Google Art Project), jonka kokoelmista löytyy korkearesoluutioisia taideteoksia kuvina ympäri maailmaa. Kyseessä on tietynlainen virtuaaligalleria, jossa taideteosten lisäksi museoita on kuvattu käyttäen Googlen Street View -kuvaustekniikkaa. Suomesta mukana projektissa ovat Ateneum, EMMA ja Alvar Aallon museo. (Google Cultural Institute 2018; Leino 2012.)

Esittävien taiteiden osalta vastaavanlainen palvelu voisi olla esitystallenteista koostuva verkkokirjasto, kuten Isossa-Britanniassa kehitetty *Digital Theatre*. Palvelu tarjoaa käyttäjilleen teatteri-, musiikkiteatteri-, ooppera-, ja balettiesityksiä sekä orkesterien

konsertteja tiettyä kuukausimaksua vastaan tai halutessaan katsoja voi vuokrata myös vain yhden tallenteen kerrallaan. Palvelun käyttö on mahdollista missä tahansa ja millä laitteella tahansa. Käytännössä hyvin samantapainen kuin esimerkiksi Netflix, mutta kyseessä on esitystallenteita. Malli eroaa striimaamisesta siinä mielessä, että sisältöjä ei tarjota reaaliajassa yleisölle, vaan lähtökohtana on nimenomaan esitystallenteiden kuvaaminen. (Digital Theatre 2018.)

6.4 Syventävät sisällöt

Tällä muodolla tarkoitan digitaalista yleisötyötä, jossa kulttuuriorganisaatio luo yleisölle mahdollisuuden sisältöjen syvällisempään perehtymiseen tai jollain tapaa inhimillistää organisaation toimintaa. Digitaalinen yleisötyö mahdollistaa monia erilaisia keinoja tällaiseen sisältöjen syvällisempään perehtymiseen sekä taiteilijoiden tai organisaation työntekijöiden toimenkuvan syvällisempään ymmärtämiseen.

Yhtenä mallina voidaan mainita esimerkiksi taiteilijatapaamiset, organisaatioiden järjestämät seminaarit ja luennot, organisaation esittelyt, kulissikierrokset, opastukset ja monet muut niin sanotusti perinteisen yleisötyön muodot, jotka on saatettu digitaaliseen muotoon ja ovat yleisölle nähtävissä ja koettavissa esimerkiksi YouTuben kautta. Myös aiemmin kohdassa 4.3 kerroin esimerkiksi Akseli Gallen-Kallelan Museon aineistojen digitoinnista, joka on toteutettu hyvin sisältöjä syventävällä tavalla, kuten esimerkiksi Taideavain-sovellus tai Helsingin kaupunginorkesterin Opi kuuntelemaan klassista! -osio, joka tarjoaa yleisölle mahdollisuuden paljon syvällisempään tulkitaan sekä Riihimäen Teatterin #digiteatterin jo olemassa olevia sisältöjen avaaminen SoundCloudiin, jossa on kuunneltavissa erilaisia podcasteja teatterin esityksiin liittyen (Akseli Gallen-Kallelan Museo 2018; Digiteatteri 2018; Helsingin kaupunginorkesteri 2018.)

Malleja, joilla esimerkiksi taiteilijan työtä tai organisaation työntekijöiden ja organisaation toimintaa ylipäättään voidaan inhimillistää ja avata syvällisemmin ovat muun muassa Instagramin Stories toiminto. Kyseessä on Instagramin tarinaominaisuus, jossa omaan tarinaan voi lisätä esimerkiksi videoita tai pelkästään kuvia, jotka katoavat

palvelusta 24 tunnin jälkeen. Riihimäen Teatterin #digiteatterin digitaiteilija Mari Oiva pitää esimerkiksi Instagramin tarinaominaisuuden välityksellä niin sanottua Digitaiteilijan päiväkirjaa (Oiva 2018). Ominaisuuden käytössä on kuitenkin huomioita yhden tarinan kesto, joka on vain 10 sekuntia. Tällaisen lisäksi Instagramin tarinaominaisuuden kautta on mahdollista luoda myös kysely seuraajien kesken sekä seurata käyttäjätietoja eli sitä, kuinka moni ja ketä käyvät tarinaa katsomassa. (Kuulu 2017.) Instagramin keinoin siis esimerkiksi taiteilija voisi kertoa laajemmalle yleisölle taiteellisen työn tekemisistä ja vaiheista tai vastaavasti näyttelijä harjoituksista ja valmistautumisesta ensi-iltaan. Blogi on toinen yleistynyt malli, jolla voidaan samalla tapaa avata organisaation toimintaa ja työnkuvia (ks. esim. Kiasma-blogi 2018). Sosiaalisen median alustojen käyttö tällaiseen tarkoitukseen mahdollistaa myös yleisön ja organisaation välisen vuorovaikutukseen ja dialogin, sillä yleisön on mahdollista reagoida ja kommentoida julkaisuja.

Tulevaisuudessa myös lisätty todellisuus (augmented reality, AR) mahdollistaa yhä helpommin tällaisen sisältöjen syventämisen, kun organisaation verkkosivujen sisältöä voidaan avata lisätyn todellisuuden kautta. Tällaisen mahdollistaa esimerkiksi puhelimeen saatavat erilaiset lisätyn todellisuuden sovellukset, joiden kautta ruudun välityksellä aukeaa aivan uudenlainen sisältö yleisölle (ks. esim. Metaria 2018). Näkisinkin myös, että erilaiset niin sanotut verkkovalmennukset voisivat toimia tällaisen muodon kohdalla hyvin. Samalla tapaa kuin esimerkiksi Joensuun kaupunginteatteri on toteuttama Esityskunto-valmennus -hanke, jossa teatterista kiinnostuneet henkilöt saivat niin sanotusti oman ”personal trainerin” käyttöönsä. Tällainen voisi toimia myös digitaalisen yleisötyön kohdalla. (Sorjonen & Sivonen 2015, 28-31.)

Muita kulttuuriorganisaatioiden käyttämiä palveluja digitaalisessa yleisötyössä voidaan nähdä olevan myös organisaatioiden esimerkiksi Spotifyihin luodut soittolistat ja museoiden Kysy museolta -palvelu (Helsingin kaupungin orkesteri 2018; Kysy museolta 2018).

6.5 Tarinan kerronnalliset sisällöt

Yksi selkeästi havaittavissa oleva kanava, jota käytetään paljon digitaalisessa yleisötyössä, on sosiaalinen media. Erilaisten sosiaalisen median alustojen määrä on valtava ja uusia tulee jatkuvasti. Niiden valta ja tavoitavuus on huomioitu uusinta kulttuuristrategiaa myöten, jossa mainitaan, että: ”sosiaalisesta mediasta on tullut viides valtionmahti” (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 23). Sosiaalisen median alustojen hyödyntäminen digitaalisessa yleisötyössä on myös siinä mielessä järkevää, että osassa käyttö on ilmaista tai ainakin suhteellisen edullista. Sosiaalisen median alustoilla korostuvat niiden käyttö erilaisiin juonellisiin sisältöihin, joita kutsun tässä tarinan kerronnallisiksi sisällöiksi. Käytetyimpiä alustoja tässä muodossa ovat Facebook ja Twitter.

Yksi tapa on käyttää sosiaalista mediaa ikään kuin näyttämönä. Siinä sosiaalisen median alustalle rakennetaan tietyllä ajanjaksolla tapahtuva juonellinen tarina, jota voi seurata tietyllä #-aihetunnisteella. Tarina muodostuu usein tiettyjen oikeiden tai fiktiivisten henkilöhahmojen tarinoiden kautta. Osa tästä tarinasta on käsikirjoitettua ja osa muodostuu henkilöhahmojen käytyä dialogia keskenään, jonka lisäksi myös yleisö saattaa osallistua tarinan kulun muotoutumiseen. Hyvä esimerkki tästä on aiemmin luvussa 4.2 käsitelty Riihimäen Teatterin *#digiteatterin Valeminä-esitys* tai Ylen vuonna 2016 toteuttama *#Titanicilla*. Yle itse kuvaa konseptia tietynlaiseksi roolipeliksi, jossa seurataan laivalla vuonna 1912 olleiden suomalaisten henkilöhahmojen matkaa. *#Titanicilla* pääalustana toimi Twitter, jonne perustettiin päätili (@titanicilla) tarinan kertojalle. Tämän lisäksi projektille tehtiin oma verkkosivu, jonka kautta yleisö saattoi tutustua erilaisten lisämateriaalien kautta syvemmin aiheeseen. Facebook toimi tässä konseptissa lähinnä tiedotuskanavana. (Aunila 2016.) Tällaisen mallin voi nähdä sopivan erityisesti teattereille (ks. myös #sota39, #vaalit56) (Yle 2018).

Toinen suosittu malli, jossa sosiaalista mediaa käytetään tarinan kerronnallisiin sisältöihin, on hieman yllä mainitun kaltainen ja museoiden suosima. Mallissa luodaan Facebook-profiili jollekin edesmenneelle henkilölle. Mallissa tärkeää on se, että näiden henkilöhahmojen päivitykset vaikuttavat siltä kuin henkilö eläisi tässä hetkessä, vaikka he elävät elämänsä esim. 100 vuotta sitten. Se mikä mallista tekee yleisötyötä, on se, että päivityksissä tuodaan esiin tarinan kerronnallisessa muodossa esimerkiksi museoiden digitoituja sisältöjä sisällyttäen ne itse tarinaan eli profiili ei perustu

pelkästään johonkin fiktiiviseen hahmoon. Hyvä esimerkki tästä on aiemmin luvussa 4.4 käsitelty Akseli Gallen-Kallelan Museon *Taiteilijat Facebookissa 1915*. (Akseli Gallen-Kallelan Museo 2018.)

Käytettäessä sosiaalisen median alustoja digitaalisessa yleisötyössä on hyvä perehtyä siihen, miten erilaiset sosiaalisen median alustat toimivat eli ymmärtää niiden toimintamallit ja sisäiset logiikat sekä erottaa toiminta muusta markkinoinnista ja viestinnästä. Sosiaalisen median alustat taipuvat mielenkiintoisiin sisällöntuotantoihin ja muun muassa Riihimäen Teatterin #digiteatterin on tarkoitus tämän vuoden hankkeen aikana kokeilla esimerkiksi sitä, miten Jodley tai Tinder voisivat toimia digitaalisessa yleisötyössä (Numminen & Oiva 2018).

6.6 Sovellukset

Yhdeksi muodoksi nimesin sovellukset, joilla tarkoitan erilaisia applikaatioita. Niiden tarjonnan voidaan nähdä lisääntyneen huomattavasti viime aikoina myös kulttuuriorganisaatioiden käytössä. Suomessa esimerkiksi Kansallisteatterilla ja Espoon modernin taiteen museo EMMAlla on omat applikaatiot. Mielenkiintoinen applikaatio oli myös Suomessa vuonna 2012 julkaistu *Omnivore ooppera* toi oopperaesityksen mobiililaitteisiin. Kyseinen ooppera suunniteltiin nimenomaan iOS ja Android käyttöjärjestelmissä käytettäväksi, mutta kalliiden ylläpitokustannusten vuoksi sovellukset olivat saatavilla vain rajoitetun ajan. Nykyisin *Omnivore ooppera* löytyy verkosta. (Omnivore 2018.)

Aiemmin muiden muotojen kohdalla mainitsin muun muassa Berliinin filharmonikkojen *Digital Concert Hall* - ja *Digital Theatre -palvelut*, joiden palvelut ovat saatavilla myös applikaation muodossa. Muita mielenkiintoisia kansainvälisiä applikaatioita ovat *Shakespeare* ja *Broadway.com*. *Shakespeare* on eräänlainen koulutuksellinen applikaatio, jonka avulla käyttäjä voi perehtyä Shakespearen tuotantoon laajemmin ja syvemmin. Applikaatiosta on saatavilla sekä ilmais- että maksullinen versio. (PlayShakespeare.com 2018.) *Broadway.com* on myös lippujen myyntiin suunniteltu applikaatio, mutta lisäksi sen sisältö tarjoaa viimeisimmät Broadway uutiset, Broadway

tähtien haastatteluja, valokuvagallerian, tietoa kulissien takaa, ennennäkemättömiä videoita ja paljon muuta (Broadway.com 2018). Edelliset applikaatiot kuvastavat hyvin sitä, että sovellusten kautta voi tarjota lipunmyynnin lisäksi paljon muita keinoja, joilla katsoja voi syventää suhdettaan organisaation toimintaan. Kulttuuriorganisaatioiden on kuitenkin hyvä miettiä, että mitä sovelluksen kautta halutaan ja voidaan tarjota, jotta sovellusten ylläpitäminen on tarkoituksenmukaista. Sovelluksiin voisi olla mahdollista luoda myös toiminto, jonka kautta esimerkiksi reaaliajassa striimattua esitystä voitaisiin samalla kohta kohdalta avata katsojalle.

6.7 Virtuaalitodellisuus ja pelillisuus

Humanistisen ammattikorkeakoulun Digitaalista tulevaisuutta -julkaisussa virtuaalitodellisuutta kuvataan Eero Salmisen (2014) määritelmän mukaisesti seuraavasti:

Virtuaalitodellisuus (Virtual Reality, VR) on keinotekoinen, tietokoneella rakennettu ympäristö, joka koetaan keinotekoisena läsnäolon avulla. Keinotekoisella läsnäololla tarkoitetaan digitaalisesti rakennettua aistikoekemusta, jonka erilaiset VR-laitteet, kuten VR-lasit tai CAVE mahdollistavat. (Ahlavuo, Hyyppä & Ylikoski 2016, 44.)

Virtuaalitodellisuudessa käytetään usein hyödyksi *360-kuvaa*, jolloin yleisö voi niin sanotusti elää virtuaalitodellisuusmaailman sisällä. (mt., 45.) Nykyään jo uusimmilla älypuhelimilla on mahdollista katsoa 360-videoita puhelimeen suunniteltujen VR-lasikehysten kautta. Esimerkiksi Google Cardboardit ovat hyvin edullisia kehyksiä ja mahdollista rakentaa myös itse. Näillä virtuaalitodellisuuden saa näkyviin vaivatta, kunhan osaa asettaa videon cardboard-tilaan niin, että video näkyy puhelimen näytöllä kahdessa ikkunassa, jolloin lasien kautta muodostuu todentuntuinen virtuaalitodellisuusmaailma. Myös esimerkiksi Facebookin ja YouTubeen alustoilla voi nykyään katsoa 360-videoita. (Alamäki 2017, 5-6.) 360-kuvaa on hyödynnetty nykyisin jo kulttuuriorganisaatioiden esittelyissä. Esimerkiksi Akseli Gallen-Kallelan Museosta on tehty tällainen esittelyvideo. (Akseli Gallen-Kallelan Museo 2018.) Mielenkiintoista voisi olla myös esimerkiksi 360-kuvan hyödyntäminen tuomalla kulttuuriorganisaatioiden perinteisen yleisötyön muodot, kuten kulissikierrokset digitaaliseen muotoon, kuten aiemmin mainitussa Googlen taideprojektissa oli jo osittain tehty.

Virtuaalitodellisuutta on jo hyödynnetty suhteellisen paljon erilaisissa pelikonsoleilla pelattavissa peleissä, mutta taiteeseen ja kulttuuriin liittyvät VR-kokeilut ovat olleet vielä lähinnä paikkasidonnaisia. Aiemmin mainitsin Ylen Twitterissä toteuttamat erilaiset roolipelit, jotka saivat viime vuonna jatkoa *#kieltolaki-mobiilipelistä*. *#Kieltolaki* pohjautuu virtuaalitodellisuuteen ja siinä on mielenkiintoisella tavalla mahdollistettu virtuaalimaailman ja historian yhdistäminen (ks. myös The Philharmonia Orchestra 2018) (Kauta 2018.) Myös kulttuuriorganisaatiot voisivat toteuttaa yhdessä teknologiayritysten kanssa vastaavanlaisia virtuaalitodellisuuspelejä, jotka pohjautuisivat jollain tapaa organisaation toimintaan ja sisältöihin.

Tulevaisuudessa erilaiset etäläsnäolon (engl. telepresence) muodot yleistyvät ja niissä voidaan hyödyntää virtuaalitodellisuutta. Tällöin mahdollistetaan se, että esimerkiksi teatterissa esiintyjät voisivat harjoitella eri tilassa, mutta silti heistä tuntuisi, että he ovat samassa tilassa. (Aamulehti 2018.)

7 POHDINTAA

Digitaalisuus ja uudet teknologiat ovat jo muuttaneet ja muuttavat kulttuuriorganisaatioiden yleisötyön muotoja. Kehittämistyöni pohjalta voidaan todeta, että digitaalisessa yleisötyössä on havaittavissa selkeitä muotoja. Nämä muodot ovat jaettu tekijäisyys, striimaaminen, aineistojen digitointi, syventävät sisällöt, tarinan kerronnalliset sisällöt, sovellukset sekä virtuaalitodellisuus ja pelillisuus. Muodoissa korostuu yleisön luovuuden ja itsensä toteuttamisen mahdollistaminen, osallistaminen ja osallisuus, pelillisuus ja interaktiivisuus sekä dialogisuus. Digitaalisen yleisötyön voidaan nähdä maldaltavan myös taiteen tekijän ja kokijan välisiä raja-aitoja, kun raja ammattimaisen ja harrastajasisällön välillä pienenee. Kehittämistyöni pohjalta voidaan myös havaita, että digitaalisessa yleisötyössä kulttuuriorganisaatioiden sisällä on tarpeellista ottaa huomioon seuraavat asiat: kyky ja halu uudistua (strateginen ja operatiivinen), lainsäädäntö, innovatiivisuus ja jatkuva kehitystyö, ennakointi ja kokeilukulttuuri, yhteistyö yli toimialojen, markkinointi ja viestintä, kohderyhmälähtöisyys ja vuorovaikutustaidot sekä kestävätkä ratkaisut.

Terminä digitaalinen yleisötyö mielletään monella tapaa (digitaalisuus yleisötyössä, digitaalisen yleisösuhteen kehittäminen, jne.) Käytössä ole yleismaailmallista termiä. Näen, että termin tarkempi määrittely olisi siinä mielessä tärkeää, että organisaatioiden tulisi erottaa perinteinen ja digitaalinen yleisötyö toisistaan. Organisaatioiden tulisi ajatella, että digitaalisessa ympäristössä tapahtuva digitaalinen yleisötyö on yhtä lailla organisaatioiden perustoimintaa, eikä sen ensisijaisena tavoitteena tule olla yleisön saaminen fyysisesti paikan päälle. Lisäksi erottaisin digitaalisesta yleisötyöstä markkinoinnin ja viestinnän. Opetus- ja kulttuuriministeriön selvityksen näkökulmasta katseltuna digitaalisella yleisötyöllä tarkoitetaan kaikkia niitä digitaalisia keinoja, joilla kulttuurilaitosten toiminnasta syntyy saavutettavampaa. Tällöin myös lipunmyynti verkossa tai organisaation Facebook-sivut ovat digitaalista yleisötyötä. (Harju & Sainio, 2018.) Itse määrittelin, että digitaalisessa yleisötyössä tuotetaan verkkoon sisältöjä, jotka itsessään tuottavat yleisöille kokonaisvaltaisen kokemuksen taiteesta ja kulttuurista. Jolloin ne eivät myöskään vaadi yleisöltä fyysistä läsnäoloa organisaatiossa, vaan elämys syntyy paikasta ja mahdollisesti myös ajasta riippumatta. Tällöin myös saavutettavuus paranee. Määritelmään voisi vielä lisätä sen, että digitaalisen yleisötyön tulisi edustaa kaksisuuntaista vuorovaikutusta yleisön ja organisaation välillä. Jolloin ero markkinointiin ja viestintään on selkeämpi. Digitaalisen yleisötyön sisältöjä voidaan toki myöhemmin hyödyntää markkinoinnissa ja viestinnässä, mutta lähtökohta digitaalisen yleisötyön tekemiseen ei tulisi olla markkinavetoinen. Vaan niin, että tehtäisiin sisällöt edellä ja digitaalisuuden valinta olisi tietoista ja perusteltua.

Muutos kohti digitaalista yleisötyötä on väistämätön ja uskon sen tapahtuvan kaikkien kulttuuriorganisaatioiden kohdalla ennemmin tai myöhemmin. Jotta digitaalinen yleisötyö sekä markkinointi ja viestintä voidaan erottaa suhteessa toisiinsa, on organisaatioiden oltava tietoisia digitaalisuuden monipuolisista soveltamismahdollisuuksista yleisötyössä. Tähän haasteeseen myös kehittämistyöni pohjalta syntyneiden muotojen ja niitä kuvaavien mallien on ollut pyrkimyksenä vastata. Digitaalisuus on muuttanut suuresti myös muita toimialoja. Toivon, että kehittämistyöstäni voi olla hyötyä myös muille aloille, esimerkiksi nuorten kanssa työskenteleville. Digitaalisessa yleisötyössä myös kulttuurituottaja astuu erittäin tärkeään rooliin, joka voi olla hyödyllinen myös kulttuuriorganisaatioiden ottaa huomioon miettiessään millaista osaamista digitaalinen yleisötyö vaatii ja mistä osaamista voitaisiin saada.

Voidaan huomata, että digitaalista yleisötyötä sekä digitaalisuutta ja digitalisaation vaikutuksia on tutkittu kulttuuriorganisaatioiden näkökulmasta nyt jonkin verran. Näkisin tulevaisuudessa tärkeänä sen, että asioita tarkasteltaisiin ja tutkittaisiin myös yleisön näkökulmasta. Voitaisiinko yhteisöllisen ideoinnin menetelmiä, kuten aivoriiheä tai kehittämistyössä monesti esiin nousutta joukkoistamisen mahdollisuutta hyödyntää paremmin organisaatioiden sisällä sekä yleisön kesken suunniteltaessa digitaalista yleisötyötä yhä kohderyhmälähtöisemmin.

LÄHTEET

Aalto-yliopisto 2017. Laserkeilausta ja lisättyä todellisuutta teatteriin. Viitattu 26.2.2018. <http://www.aalto.fi/fi/current/news/2017-10-13-004/>

Aamulehti 2018. Olet vain fotoneita muovilla mutta läsnä. Viitattu 27.4.2018. <http://www.uta.fi/cmt/esittely/nayttelijanty/etalasnaolo-aamulehti.pdf>

Ahlavuo, Marika & Hyyppä, Hannu & Ylikoski, Elina 2016. Digitaalista tulevaisuutta. Huippuosaamisella vaikuttavuutta ja vuorovaikutusta. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja, 32.

Akseli Gallen-Kallelan Museo 2018. Viitattu 28.3.2018. <http://www.gallen-kallela.fi/>

Alamäki, Ari 2017. Digitaalisuus edistää suomalaista luontomatkailua. Sytyke ry:n jäsenlehti Nro 2/2017. Viitattu 27.4.2018 http://www.sytyke.org/wp-content/uploads/2018/03/201702_SytykeLehti_rgb.pdf

Arts Council England 2018. Creative media. Viitattu 23.4.2018. <https://www.artscouncil.org.uk/supporting-arts-and-culture/creative-media>

Aunila, Seija 2016. Kuinka #Titanicilla tehtiin ja kenen tarinoinhin hahmot perustuivat. Yle. Viitattu 25.4.2018. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/04/18/kuinka-titanicilla-tehtiin-ja-kenen-tarinoinhin-hahmot-perustuivat>

Berliner Philharmoniker 2018. Digital Concert Hall. Viitattu 25.4.2018. <https://www.digitalconcerthall.com/en/home>

Broadway.com 2018. Viitattu 27.4.2018. <https://www.broadway.com/apps/>

Classical Live 2018. About us. Viitattu 25.4.2018. <http://www.classiclive.com/About-us>

Digital Theatre 2018. Viitattu 25.4.2018. <https://www.digitaltheatre.com/consumer>

Digiteatteri 2018. Riihimäen Teatterin #digiteatteri. Viitattu 26.3.2018. <http://digiteatteri.fi/>

Euroopan-neuvosto 2017. Neuvoston päätelmät kulttuurin saatavuuden edistämiseksi digitaalisin keinoin painopisteenä yleisösuhteen kehittäminen (2017/C 425/03). Euroopan unionin virallinen lehti joulukuu 2017. Viitattu 23.4.2018. [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XG1212\(01\)&from=FI](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017XG1212(01)&from=FI)

Fennosol Oy 2018. Taidesivut.net. Kenelle? Viitattu 9.4.2018. <http://www.taidesivut.net/hyodyt>

Finland Festivals 2010. Opera By You – Savonlinnan Oopperajuhlat käynnistää maailman ensimmäisen Internet-yhteisön luoman oopperaprojektin. Viitattu 23.3.2018. http://www.festivals.fi/opera-by-you-savonlinnan-oopperajuhlat-kaynnistaa-maailman-ensimmaisen-internet-yhteison-luoman-oopperaprojektin/#.Wu_r1KSFPIU

Finland Festivals 2011. Savonlinnan oopperajuhlien Opera by you -nettiyhteiso kirjoitti oopperaan mustaa huumoria. Viitattu 23.4.2018.

<http://www.festivals.fi/savonlinnan-oopperajuhlien-opera-by-you-nettiyhteiso-kirjoitti-oopperaan-mustaa-huumoria/#.Wuu12y5ubIU>

Google Cultural Institute 2018. Art Project. The world's Art at your fingertips. Viitattu 25.4.2018. <https://www.google.com/culturalinstitute/about/artproject/>

Hallamaa, Laura 2018. Museoiden ja vapaan kentän vos-uudistus käynnistyy kunnolla vuonna 2020 – teattereiden kritiikin vuoksi esittävät taiteet saavat odottaa seuraavaan vaalikautteen. Helsingin sanomat. Viitattu 23.4.2018.

<https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005641183.html>

Haloo Akseli 2018. Mikä arkisto? Akseli Gallen-Kallelan Museo. Viitattu 28.3.2018.

<http://halooakseli.fi/collections/fi/mika-arkisto-0>

Halonen, Katri 2011. Kulttuuri katalysoi. Megatrendien tähtäminen kulttuurituotannon kenttään. Teoksessa Metropolia ammattikorkeakoulu, kulttuuri ja luova ala (toim.) Tuottaja 2020 – osaraportti 2. Helsinki, 29–47; 59–63. Viitattu 23.4.2018.

http://tuottaja2020.metropolia.fi/fileadmin/user_upload/2_Kulttuuri_katalysoi_Halonen_WEB.pdf

Harju, Emma & Sainio, Tapani 2018. Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisötyö – Kooste verkkokyselyn vastauksista. Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018. Viitattu 18.4.2018.

http://minedu.fi/documents/1410845/3547377/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%C3%B6ty%C3%B6.pdf/0dbee76-cf88-424f-aec6-25af5ac958b9/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%C3%B6ty%C3%B6.pdf.pdf

Hautio, Minna 2014. Sähköä kulttuuripalveluihin – selvitys kuntien kulttuuripalveluiden sähköisen tuottamisen mahdollisuuksista. Humanistinen ammattikorkeakoulu 2014, 10–15. Viitattu 25.4.2018.

<http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/78023/978-952-456-178-5.pdf?sequence=1>

Heikkilä, Jari 2015. MTV kokeili: Until Dawn on kauhuelokuva, jossa katsoja tekee päätökset. Mtv. Viitattu 9.4.2018. <https://www.mtv.fi/lifestyle/digi/artikkeli/mtv-kokeili-until-dawn-on-kauhuelokuva-jossa-katsoja-tekee-paatokset/5283222#gs.1N08nXM>

Heinonen, Saija & Tarkka, Minna & Meltio, Eeva & Pankkonen, Anita & Rentola, Kari 2011. Noodi on kirjoittajien yhteisöllinen kohtaamispaikka. Teoksessa Metropolia ammattikorkeakoulu (toim.) Medios. Osallistumisen ja tarinankerronnan työkaluja. Metropolia Ammattikorkeakoulu Kulttuuri ja luova ala, 27–34. Viitattu 25.4.2018.

http://medios.metropolia.fi/media/pdf/medios_loppujulkaisu.pdf

Helsingin kaupunginorkesteri 2016. Helsingin kaupunginorkesterin toimintakertomus 2016. Viitattu 27.3.2018.

http://helsinginkaupunginorkesteri.fi/sites/default/files/media/toimintakertomus2016_2.pdf

Helsingin kaupunginorkesteri 2018. Viitattu 27.3.2018.

<http://helsinginkaupunginorkesteri.fi/>

Helsinki-kanava 2016. Tietoa sivustosta. Viitattu 4.5.2018.

<https://www.helsinkikanava.fi/kanava/fi/tietoa-sivustosta/>

Humanistinen ammattikorkeakoulu 2018. Virtuaaliseikkailu -hanke. Opiskelijoiden kartoittamat tulokset Kehittämistyön menetelmät 2 -opintokokonaisuuden aikana. Tulokset kirjoittajan hallussa.

Jenkatehdas 2018. Jenkatehtaan Facebook-sivut. Viitattu 23.4.2018.

<https://www.facebook.com/Jenkatehdas/>

Johansson 2017. Virtuaaliseikkailu teatterin maailmaan. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Viitattu 26.2.2018. <https://www.humak.fi/uutiset/virtuaaliseikkailu-teatterin-maailmaan/>

Kansallinen digitaalinen kirjasto 2018. Tietoa KDK-hankkeesta. Viitattu 25.4.2018.

<http://www.kdk.fi/fi/tietoa-hankkeesta>

Kauta, Jasmina 2018. Ylen uusi aluevaltaus - 1920-luku taipui mobiilipeliksi vr-laseille. Yle. Viitattu 27.4.2018. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2018/02/09/ylen-uusi-aluevaltaus-1920-luku-taipui-mobiilipeliksi-vr-laseille>

Keski-Uudenmaan Teatteri 2018. Keski-Uudenmaan Teatteri – KUT. Hanketyö. Kulttuurinetti tuo taiteen kotiin. Viitattu 25.4.2018. <http://www.kut.fi/hanketyo/>

Kiasma-blogi 2018. Viitattu 18.4.2018. <http://blog.kiasma.fi/blog/>

Kukkonen, Annika 2018. Helsingin kaupunginorkesteri. Haastattelu 4.4.2018. Tallenne kirjoittajan hallussa.

Kuule 2017. Instagram stories käyttöopas, osa 1: perustoiminnot. Markkinointiviestintätoimisto Kuulu Oy. Viitattu 18.4.2018. <http://www.kuulu.fi/blogi/instagram-stories-opas-osa-1>

Kysy museolta 2018. Viitattu 18.4.2018. <https://kysymuseolta.fi/>

Lehko, Tuike 2018. Tallenne- ja tapahtumatuottaja Mikko Hannuksela. Töissä taide-
tehtaassa. Viitattu 25.4.2018. <http://oopperabaletti.fi/kulisseissa/tallenne-ja-tapahtumatuottaja-mikko-hannuksela/>

Leino, Raili 2012. Euroopan kulttuuriperintö aukeni digitaalisena verkossa. Tekniikka & talous. Viitattu 25.4.2018. <https://www.tekniikkatalous.fi/tekniikka/ict/2012-09-20/Euroopan-kulttuuriperint%C3%B6-aukeni-digitaalisena-verkossa-3310693.html>

Lindholm, Arto 2015. Johdanto. Teoksessa Arto Lindholm (toim.) Ei-kävijästä osalliseksi. Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla. Humanistinen ammattikorkeakoulu, 20. Viitattu 23.4.2018. <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/11/Arto-Lindholm-ei-kavijasta-osalliseksi.pdf>

Linkola, Jussi & Timonen, Päivi 2015. Uuden tekniikan mahdollisuudet osallistamisessa. Teoksessa Arto Lindholm (toim.) Ei-kävijästä osalliseksi. Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla. Humanistinen ammattikorkeakoulu, 99–100. Viitattu 23.4.2018. <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/11/Arto-Lindholm-ei-kavijasta-osalliseksi.pdf>

- Linnake, Tuomas 2017. Netflix herätti henkiin 90-luvun ohjelmaformaatin – voiko vielä toimia? Ilta-Sanomat. Viitattu 9.4.2018. <https://www.is.fi/digitoday/art-2000005268737.html>
- Metaria 2018. Viitattu 18.4.2018. <http://metaria.fi/>
- Mtv 2015. Anssi Kelan Facebook-keikka veti jättiyleisön verkkoon. Viitattu 25.4.2018. <https://www.mtv.fi/viihde/musiikki/artikkeli/anssi-kelan-facebook-keikka-veti-jattiyleison-verkkoon/5505826#gs.rgmF2Dc>
- Mrwhosetheboss 2015. Turn your Smartphone into a 3D Hologram. YouTube. Viitattu 29.3.2018. <https://www.youtube.com/watch?v=7YWTtCsvgvq>
- Mykrä, Tarja & Hätönen, Heljä 2008. Opas opetusmenetelmistä. Educa-instituutti Oy. Helsinki: Edita Prima Oy, 36-40.
- Noodi 2018. Viitattu 9.4.2018. Noodi yhteisöllinen käsikirjoituspaaja. <http://noodi.metropolia.fi/main>
- Numminen, Matti 2018. Tiedustelu opinnäytetyötä varten. Email [ma ti.numminen@riihimaenteatteri.fi](mailto:mati.numminen@riihimaenteatteri.fi) 18.4.2018.
- Numminen, Matti & Oiva, Maria 2018. Uudet toimijuudet: kulttuurilaitosten digitaalinen yleisösuhte -seminaari 13.4.2018. Viitattu 19.4.2018. https://www.youtube.com/watch?v=ArgEyG0H_jg&feature=youtu.be
- Oiva, Maria 2018. Riihimäen Teatteri. Haastattelu 3.4.2018. Tallenne kirjoittajan hallussa.
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy, 161; 186.
- Omnivore 2018. What is Omnivore? Viitattu 27.4.2018. <http://www.omnivoretheopera.net/index.html>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017a. Digitaalisuus kulttuurialan toimijoiden yleisötyössä. Viitattu 26.2.2018. http://minedu.fi/artikkeli/-/asset_publisher/digitaalisuus-kulttuurialan-toimijoiden-yleisotyossa
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017b. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategia 2025. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2017:20. Viitattu 23.4.2018. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79811/okm20.pdf>
- Opetus- ja kulttuuriministeriö 2018. Uudet toimijuudet – kulttuurilaitosten digitaalinen yleisösuhte -seminaari 13.4.2018. Työpajojen tuloksia. Viitattu 19.4.2018. <http://minedu.fi/documents/1410845/7730459/Ty%C3%B6pajojen+tulokset.pdf/485c4c53-c785-4e09-8a4f-8ddf87547728/Ty%C3%B6pajojen+tulokset.pdf.pdf>
- PlayShakespeare.com 2018. Viitattu 27.4.2018. <https://www.playshakespeare.com/>
- Riihimäen Teatteri 2015. Riihimäen Teatteri Oy strategia 2015 (luonnos 16.4.2015). 2; 4-5. Viitattu 26.3.2018.

https://www.tinfo.fi/documents/riihimaenteatteri_strategia_2015_luonnos_2304151004.pdf

Riihimäen Teatteri 2018. Viitattu 26.3.2018. <http://riihimaenteatteri.fi/>

Sainio, Tapani 2018. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Haastattelu 12.4.2018. Tallenne kirjoittajan hallussa.

Sorjonen, Hilppa & Sivonen, Outi 2015. Taide ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö Cuporen verkkojulkaisuja 27. Viitattu 5.3.2018. <https://www.cupore.fi/images/tiedostot/taide-jakulttuurilaitostenyleisotyomuodot17.4..pdf>

Suomen ooppera 2018. Stage24. Viitattu 25.4.2018. <http://oopperabaletti.fi/stage24/>

Suomen teatterit 2018. Ehdotus taide- ja kulttuurilaitosten rahoituksen uudistamiseksi on valmistunut. Viitattu 23.4.2018. <http://www.suomenteatterit.fi/2018/01/ehdotus-taide-ja-kulttuurilaitosten-rahoituksen-uudistamiseksi-valmistunut/>

Tampere-talo 2014. Tampere-talon Etäevent-palvelu tunnetaan nyt nimellä MUKANA. Viitattu 25.4.2018. <https://www.epressi.com/tiedotteet/media/tampere-talon-etaevent-palvelu-tunnetaan-nyt-nimella-mukana.html>

Tampere-talo 2018. MUKANA. Viitattu 25.4.2018. <https://tampere-talo.fi/jarjestajille/konsertit/mukana/>

Tiainen, Salla & Turtiainen, Minna 2018. Akseli Gallen-Kallelan Museo. Haastattelu 5.4.2018. Tallenne kirjoittajan hallussa.

The Philharmonia Orchestra 2018. Apps: The Orchestra App. Viitattu 18.4.2018. https://www.philharmonia.co.uk/digital/virtual_reality_and_apps/the_orchestra_app

Toivanen, Pasi 2016. Digitalisaatio kulttuurituottajan työssä. Teoksessa Katri Kaalikoski (toim.) Tuottajan duunit 2. Taidot, talous ja tulevaisuus. Humanistinen ammattikorkeakoulu julkaisuja 30, 77-87. Viitattu 23.4.2018. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/122331/978-952-456-259-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Turun filharmoninen orkesteri 2018. TFO Live. Viitattu 25.4.2018. <http://www.tfo.fi/fi/LIVE>

University College London 2017. Welcome to Transcribe Bentham! Viitattu 23.4.2018. <http://blogs.ucl.ac.uk/transcribe-bentham/>

Valtion Taidemuseon Kuvataiteen keskusarkisto & Akseli Gallen-Kallelan Museo, 2018. Tietoa sivustosta. Viitattu 28.3.2018. <http://www.gallen-kallela.fi/suomipoika-ja-puuromaalari/#info/74>

Virolainen, Jutta 2015. Kulttuuriosallistumisen muuttuvat merkitykset. Katsaus taiteeseen ja kulttuuriin osallistumiseen, osallisuuteen ja osallistumattomuuteen. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissätiö Cuporen verkkojulkaisuja 26, 93-96. Viitattu 23.4.2018.

https://www.cupore.fi/images/tiedostot/kulttuuriosallistumisenmuuttuvatmerkitykset_000.pdf

Wallenius, Miki 2017. Piskuinen taistelija Riihimäeltä valittiin Vuoden teatteriksi. Yle uutiset. Viitattu 26.3.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-9532721>

Yle 2018. Historia. Viitattu 25.4.2018. <https://yle.fi/aihe/historia>

LIITTEET

LIITE 1 Teemahaastattelurunko

1. Tausta kysymykset

- Nimi, laitos, työnimine, toimenkuva, koulutus

2. Yleisötyö (käydään läpi lyhyesti)

- Yleisötyön määritelmä (omin sanoin)
- Yleisötyön muodot, kohderyhmät ja tavoitteet

3. Digitaalinen yleisötyö

- Digitaalisen yleisötyön määritelmä (omin sanoin)
- Digitaalisuuden huomioiminen laitoksen yleisötyössä

4. Digitaalisen yleisötyön kohderyhmät

- Kohderyhmät
 - o Ketä halutaan tavoittaa

5. Digitaalisen yleisötyön vaikutukset

- Tavoitteet
 - o Miksi tehdään
 - o Mitä halutaan saavuttaa

6. Digitaalisen yleisötyön haasteet

- Resurssit
- Osaaminen
- Tekijänoikeudet
- Muuta

7. Digitaalisen yleisötyön mahdollisuudet

- Paikkasidonnaisuus katoaa
- Yhteistyö eri toimijoiden kanssa
- Muuta

8. Kehitysnäkymät

- Muutokset digitaalisen yleisötyön kentällä
- Ansaintalogiikka
- Vastatrendit
- Muuta