

Sinna Jokelainen

## **HUUMORI JA LIIKETALOUS VERTAISMENTOROINTITYÖPAJOISSA**

Case HURMOS -projekti

# **HUUMORI JA LIIKETALOUS VERTAISMENTOROINTITYÖPAJOISSA**

Case HURMOS-projekti

Sinna Jokelainen  
Opinnäytetyö  
Kevät 2016  
Liiketalous  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Liiketalous, Johtaminen ja organisaatiot

---

Tekijä: Sinna Jokelainen

Opinnäytetyön nimi: Huumori ja liiketalous vertaismentorointityöpajoissa

Työn ohjaaja: Päivi Aro

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: Kevät 2016

Sivumäärä: 51 + 1

---

Opinnäytetyön aiheen sain HURMOS-hankkeesta – Huumorista strategisia työkaluja innovatiiviseen liiketoimintaan. Hankkeen tarkoituksena oli pyrkiä todentamaan millaista liiketaloudellista potentiaalia huumorilla on. Oulun ammattikorkeakoulu ja Oulun yliopisto toimivat tutkimusorganisaatioina. Näiden lisäksi mukana oli myös yhdeksän yritystä.

Tutkimus koostui kahdesta tutkimuskysymyksestä. Tavoitteena oli löytää vastaus siihen, mitä liiketaloudellisia asioita vertaismentoroinnilla voidaan nostaa esille ja mitä asioita käsiteltiin huumorin avulla vertaismentorointityöpajoissa. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena ja menetelmänä käytettiin havainnointia. Tutkimuksen aineisto saatiin HURMOS -hankkeen videokuvatuista vertaismentorointityöpajoista.

Opinnäytetyön lähteinä käytettiin kirjallisuutta, muiden tekemiä opinnäytetöitä sekä verkkolähteitä. Tutkimuksen teoriaosuudessa käsitellään mentorointia, vertaismentorointia ja huumoria. Vertaismentorointia ja mentorointia on tutkittu paljon. Vertaismentorointia käytetään paljon kasvatustieteen alalla. Huumoria ei ole tutkittu paljoa ja siitä löytyy vain vähän tietoa suomenkielisistä lähteistä.

Tutkimuksen tuloksissa selvisi, että vertaismentorointityöpajoissa esille nousseet asiat liittyvät markkinointiin, myyntiin, työturvallisuuteen, viestintään, brändäykseen, johtamiseen ja rekrytointiin. Huumorin avulla vertaismentorointityöpajoissa käsiteltiin puolestaan huumoria työyhteisössä, viestintää ja asiakaspalvelutilanteita. Vertaismentorointityöpajoissa nousi esille, että aggressiivista huumoria voidaan käyttää jopa manipuloinnin välineenä. Huumorin käytössä onkin tärkeää löytää tarkoitukseen sopiva huumori ja ajoitus. Kaikkiin ei tehoa samanlainen huumori: mikä on vitsi toiselle, ei välttämättä ole sitä toiselle. Ihmiset ovat erilaisia ja niin on myös huumorintajukin.

Huumorista löytyy paljon mahdollisuuksia jatkotutkimukseen. Millaista on huumori työpaikoilla? Miten huumori vaikuttaa työilmapiiriin? Miten esimiesten käyttämä huumori vaikuttaa alaisiin? Miten vertaismentorointia ja huumoria voidaan hyödyntää työpaikoilla?

---

Asiasanat: Vertaismentorointi, mentorointi, huumori

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree programme in Business Economics

---

Author: Sinna Jokelainen

Title of thesis: Humour and business in peer group mentoring workshops

Supervisor: Päivi Aro

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2016      Number of pages: 51 + 1

---

The topic of this thesis originated from project called HURMOS – Strategic tools for innovative business humour. The purpose of the project is to determine what type of business potential humour has; The University of Oulu and The Oulu University of Applied Sciences are involved in this project as research organizations. In addition, nine companies are participating in the project.

The study consists of two research questions: what kind of business related things can be brought up by peer group mentoring and what kind of things were addressed through humour in peer group mentoring workshops. This research was conducted as a qualitative study, using the observation method. The research data was obtained from video material recorded from the HURMOS project peer group mentoring workshops.

The sources of this thesis include literature, theses made by others and online sources. The theoretical part covers mentoring, peer group mentoring and humour. The topics of peer group mentoring and mentoring have been widely studied. Peer group mentoring is used a widely in the field of educational science. Humour has not been studied so much, and few sources in Finnish can be found.

In peer group mentoring workshops the following seven topics were discussed: marketing, sales, safety, communication, branding, management and recruitment. The following issues, were handled through humour: humour in the workplace, communication and customer service situations. In peer group mentoring workshops it turned out that aggressive humour can also be used for manipulation. It is important to use humour which suits to the purpose and the context. The same humour does not work for all people: what is a joke for one person is not necessarily a joke for another. People are different and so is their sense of humour.

From humour can be found a lot of opportunities for further research. Here are a few of possible research questions: what is humour in the workplace? How does humour affect in the working environment? How does humour used by a superior affect workers? How can peer group mentoring and humour be used in the workplace?

---

Keywords: peer group mentoring, mentoring, humour

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	MENTOROINTI.....	8
2.1	Erilaisia mentorointitapoja .....	9
2.2	Mentoroinnin haasteet.....	10
3	VERTAISMENTOROINTI .....	13
3.1	Vertaismentoroinnin lähikäsitteet.....	14
3.2	Vertaismentoroinnin kehitys Suomessa.....	15
3.3	Aiemmat tutkimukset.....	16
3.4	Vertaismentoroinnin ja mentoroinnin yhteneväisyydet.....	18
4	HUUMORI .....	20
4.1	Teorioita huumorista.....	20
4.2	Suomalainen huumori .....	22
4.3	Huumori työpaikalla.....	24
5	TUTKIMUSMENETELMÄ.....	27
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	29
6.1	Vertaismentorointityöpajat.....	29
6.2	Tutkimusprosessi .....	34
6.3	Aineiston analyysi.....	35
7	TUTKIMUSTULOKSET .....	37
8	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....	43
	LÄHTEET.....	48
	LIITTEET .....	52

# 1 JOHDANTO

Vertaismentorointi on nykyaikainen mentoroinnin muoto. Sen perusajatuksena on se, että keskustellaan asioista yhdessä ja tämän kautta myös opitaan uusia asioita. Vertaismentorointiin osallistujilla on jotakin annettavaa toisilleen, mutta myös opittavaa. Klassisen mentoroinnin ja vertaismentoroinnin ero on se, että mentoroinnissa on selvästi esillä mestarin ja oppipojan välinen suhde kun taas vertaismentoroinnissa nämä roolit voivat vaihdella.

Vertaismentorointi on helpompi määritellä kuin huumori. Mitä se huumori sitten oikeastaan on? Se on järjetöntä, koomista tai sopimatonta toimintaa, mikä aiheuttaa hilpeyttä. Huumori yhdistetään useasti kahteen sanaan: vitsit ja komedia. Vitsit ovat komediaa ja komedia on huumoria, mutta huumori ei kuitenkaan ole pelkästään komediaa vaan se on myös paljon muutakin.

Huumorin avulla voidaan käsitellä melkein mitä tahansa asioita, mutta ei varmaan heti tule mieleen, mitä yhteistä voisi olla huumorilla ja vertaismentoroinnilla? Tässä opinnäytetyössä kuitenkin käsitellään molempia aiheita. Opinnäytetyön materiaali on saatu vertaismentorointityöpajoista ja näissä työpajoissa käsiteltiin aihetta huumori.

Opinnäytetyön aiheena on siis vertaismentorointi ja huumori. Aihe on saatu HURMOS hankkeesta – Huumorista strategisia työkaluja innovatiiviseen liiketoimintaan. Hankkeen tarkoituksena on pyrkiä todentamaan millaista liiketaloudellista potentiaalia huumorilla on.

Hankkeessa on kolme osa-aluetta. Ensimmäisen osion tarkoituksena on tunnistaa huumori strategisena työkaluna ja keinoina yrityksissä. Tämä tapahtuu muun muassa vertaisryhmätyöskentelyn ja siihen liittyvän koulutuksen avulla ja tämä opinnäytetyö on tehty tästä osiosta. Hankkeen toisessa osiossa tutkitaan huumorin soveltamista erityisesti viestinnässä. Kolmannessa osiossa puolestaan selvitetään miten huumoria voisi soveltaa strategisena työkaluna liiketoiminnassa.

HURMOS hankkeen ajoitus on 1.3.2015–31.5.2017. Hankkeen tutkimusorganisaatiot ovat Oulun yliopisto ja Oulun ammattikorkeakoulu. Mukana ovat myös yhdeksän yritystä: Ponsse, motiMind, Kaleva, Powerpark, Ranua Zoo, VirtaAvain, Tiedekeskus LUUPPI, Oulun kaupunginteatteri ja Siivittäjä.

Tämän opinnäytetyö on tehty laadullisena tutkimuksena ja menetelmänä on käytetty havainnointia. Aineisto on saatu HURMOS -projektin videokuvatuista vertaismentorointityöpajoista. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on saada vastaus seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitä liiketaloudellisia asioita vertaismentoroinnilla voidaan nostaa esille?
- Mitä liiketaloudellisia asioita huumorin avulla käsiteltiin vertaismentorointityöpajoissa?

Opinnäytetyön tietoperusta koostuu kirjallisuudesta, muiden tekemistä opinnäytetöistä sekä verkkolähteistä. Teoriaosuudessa käydään läpi mentorointia, vertaismentorointia ja huumoria. Opinnäytetyössä on yhteensä kahdeksan kappaletta.

Opinnäytetyön toisessa kappaleessa käsitellään mentorointia. Siinä kerron mitä mentorointi on, mentoroinnin historiaa ja miksi mentorointi on tärkeää organisaatioille. Alaotsikoissa käydään läpi mentoroinnintapoja ja haasteita. Kolmannessa kappaleessa esitellään vertaismentorointi. Kappaleessa selviää mitä vertaismentorointi tarkoittaa. Kappaleen kahdessa ensimmäisessä alaotsikoissa käsitellään vertaismentoroinnin lähikäsitteitä ja kehitystä Suomessa. Kolmannessa on aiempia pro gradu -tutkimuksia vertaismentoroinnista. Neljännessä alaotsikossa on käyty läpi mentoroinnin ja vertaismentoroinnin yhteneväisyyksiä. Kappaleessa neljä on käsitelty puolestaan huumoria ja mitä se oikeastaan on. Kolmessa alaotsikossa on käsitelty seuraavia aiheita: kolmea huumoriteoriaa, millaista on suomalainen huumori ja huumori työpaikalla organisaation työkaluna sekä erilaisia huumorin muotoja.

## 2 MENTOROINTI

Mentorointia voi kuvailla tavoitteellisena vuorovaikutussuhteena, jossa osaavampi henkilö, mentori on neuvonantajana kokemattomammalle osapuolelle, aktorille. Mentoroinnista on olemassa erilaisia muotoja kuten edellä mainittu parimentorointi sekä ryhmämentorointi ja vertaismentorointi. Mentoroinnin avulla voidaan siirtää myös hiljaista tietoa kokeneemmalta henkilöltä kokemattomammalle. Mentorointi perustuu osapuolten väliseen luottamussuhteeseen, mikä vaatii myös sitoutumista. Mentorointi on vapaaehtoista toimintaa, josta ei makseta palkkaa. (Kansalaisareena 2012, viitattu 14.10.2015.)

Antiikin aikaisen mytologian mukaan kuningas Odysseus jätti poikansa Thelemakhoksen ystävänsä Athenen hoiviin lähtiessään Troijan sotaan. Jumalatar Athene kätkeytyi miehen rooliin, jotta voisi kasvattaa ja ohjata nuorukaista. Miehen roolissa ollessaan Athenea kutsuttiin nimellä Mentor. Taru kuvastaa sitä, miten ihminen saa tietoja ja taitoja sellaiselta ihmiseltä, jota arvostaa ja kunnioittaa. (Juusela, Lillia & Rinne 2000, 14.) Mentorointia on harjoitettu tuhansia vuosia ja se kuuluu vanhimpiin kehittämisen keinoihin. Mentorointi on koettu hyväksi tavaksi jakaa osaamista sukupolvelta toiselle. Perinteinen malli siitä on oppipojan ja mestarin välinen suhde. (Kupias & Salo 2014, 12–13.)

Suomenkielen sanakirjassa mentori tarkoittaa ohjaajaa sekä neuvonantajaa. Mentori sanana tarkoittaa siis neuvonantajaa sekä uskottua ihmistä. Mentoroinnissa on yhä samanlaisia tunnusmerkkejä kuin keskiajalla mestarin ja oppipojan välisellä suhteella, opitaan kokeneemmalta henkilöltä. (Cxomentor 2015, viitattu 19.11.2015.)

Ihmisillä on henkilökohtaista osaamista ja suhteita, mitkä vaikuttavat onnistumiseen työssä. Työntekijät kasvattavat koko ajan omaa, henkilökohtaista osaamistaan, mutta organisaatioiden kannalta se ei pelkästään riitä. Jokaisen henkilökohtaiset tiedot ja taidot pitäisi saada useamman ihmisen käyttöön. Ihmisten mukana paikasta toiseen, organisaatioiden sisälle ja sieltä ulos, liikkuvat myös ihmisten väliset suhdeverkostot sekä osaaminen. Ihmisten henkilökohtainen osaaminen ja suhteet ovat osa sosiaalista pääomaa, mitä on sen näkymättömyyden vuoksi hankala hallita. Jokainen ihminen tarvitsee omia kontaktejaan, tukiverkostoaan sekä neuvonantajiaan. Mentorin tehtävä on auttaa aktoria lisäämään omaa osaamistaan antamalla tälle työkaluja sekä tietoa. Mentoroinnin tarkoituksena on myös herättää luovuutta ja motivaatiota. Tavoitteeseen oltaisiin päästy silloin, kun



mentoroinnin motivaation tuottajana toimisi yhteistyö ja onnistumiset. Sekä tämän lisäksi myös se, että on mahdollisuus käyttää omia kykyjään. Tämä on sitä, mihin mentoroinnilla pyritään. (Juusela, Lillia & Rinne 2000, 11, 13.)

## 2.1 Erilaisia mentorointitapoja

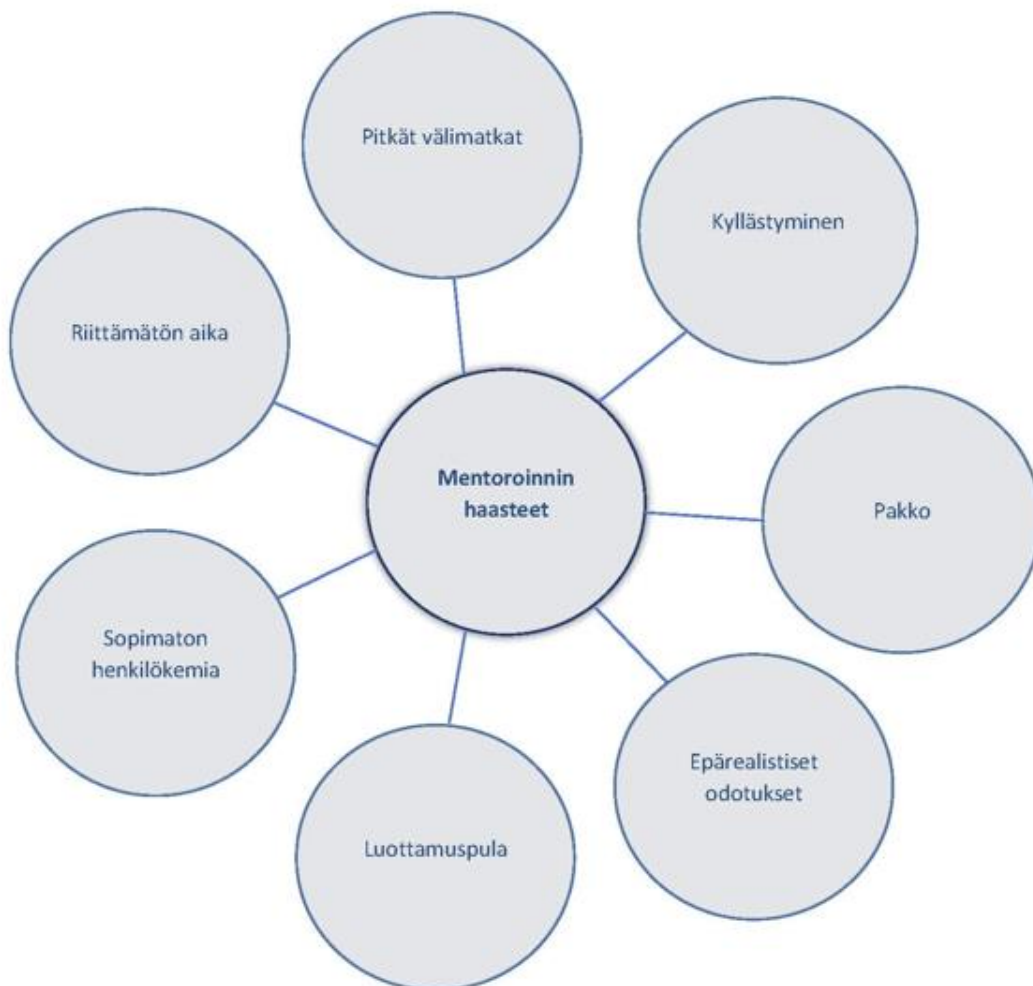
Klassisena mentorointitapana on pidetty parimentorointia. Tällöin mentorilla on ollut vain yksi aktori. Nykyisin kuitenkin käytetään paljon myös pienryhmämentorointia. Tällaisessa tapauksessa aktoreita on 2-3 yhtä mentoria kohti. On tehty myös kokeiluja sellaisesta mentoroinnista, missä on isompi ryhmä. Ryhmään voi kuulua useampia aktoreita sekä mentoreita. Mentoroinnista on kuitenkin kehittynyt näitäkin tapoja uudempi ryhmämentoroinnin malli, jota kutsutaan vertaismentoroinniksi. (Kupias ym. 2014, 26, 18.)

Parimentoroinnissa on tärkeää saada luotua mentorin ja aktorin välinen luottamus. Luottamus on myös helpompi muodostaa kahden ihmisen välille kuin kokonaisen ryhmän. Parimentoroinnin hyviä puolia ovat myös sen joustavuus ja ajankäyttö, ei tarvitse ottaa huomioon kuin kahden ihmisen aikataulut. Toisaalta taas kun kyseessä on vain yksi suhde, voi siihen kohdistua liikaa paineita sen onnistumisesta. Mentorointipareja muodostaessa on hyvä ottaa huomioon, että kummankaan osapuolen ei tarvitse tietää ihan kaikkea. Jotta mentoroinnissa onnistuttaisiin, täytyy molemmilla osapuolilla olla järkevät odotukset toistensa suhteen. (Kupias ym. 2014, 26–27.)

Mentoreita on monesti liian vähän. Silloin hyvä ratkaisu on pienryhmämentorointi, jolloin mahdollisimman moni kiinnostunut pääsee mukaan mentorointiin. Näin useampi henkilö pääsee hyötymään mentorin opeista. Pienryhmämentoroinnissa osallistujien tietoja ja taitoja päästään hyödyntämään useammalle. Aktorit saavat samalla myös vertaistukea toisistaan ja joskus tämä voi olla jopa arvokkaampaa kuin mentorilta saatu tuki. Pienryhmämentoroinnin alussa keskustelu saattaa olla varovaisempaa kuin parimentoroinnissa, mutta ajan kanssa luottamus on mahdollista saavuttaa. Kumpi mentorointitapa sopisi siis paremmin omaan käyttötarkoitukseen? Jos halutaan keskustella työhön liittyvistä asioista ja saada ongelmiin ratkaisu, pienryhmämentorointi on tähän oiva tapa. Jos puolestaan tarkoituksena on aktorin henkilökohtainen kehittäminen, sopii parimentorointi tapaukseen paremmin. (Kupias ym. 2014, 27–28.)

## 2.2 Mentoroinnin haasteet

Mentorointisuhteessa voi olla oma itsensä, eikä tarvitse esittää jotain, mitä ei oikeasti ole. Mentoroinnin kuuluu olla turvallista, eikä sen aikana tarvitse pelätä aliarvioimista, arvostelua tai kateutta. Tavoitteena on se, että sekä aktori että mentori kehittyvät ja siitä hyötyisi myös organisaatio. Näin ei kuitenkaan ihan aina tapahdu. Kaikki eivät hyödy tästä vuorovaikutussuhteesta. Joskus mentoroinnista ei saada mitään uutta ja se saattaa epäonnistua kokonaan. Syitä epäonnistumiselle on monia: kyllästyminen, pakko, epärealistiset odotukset, luottamuspula, sopimaton henkilökemia, riittämätön aika ja pitkät välimatkat (ks. kuvio 1). (Juusela ym. 2000, 34.)



KUVIO 1. Mentoroinnin haasteet

Yksi mentoroinnin haasteista on **kyllästyminen**. Kyllästyminen voi mennä itsekseen ohi tai sitten se vaatii muutoksen. Keskustelu voi auttaa selvittämään kyllästyksen syitä. Tapaamisia voi olla liikaa tai ne voivat olla liian lyhyitä tai pitkiä. Sekä aktorin että mentorin tulee voida sanoa avoimesti

miltä mentorointi tuntuu ja mikä siinä mahdollisesti aiheuttaa tylsistymistä. Kun tylsistymisen syy selviää, voidaan miettiä mitä sille tehtäisiin. Miten toimintaa voisi muuttaa siten, ettei se kyllästy kumpaakaan. Ratkaisu voi olla esimerkiksi uusien päämäärien asettaminen, menettelytavan muuttaminen tai kohtaustilan vaihtaminen. (Lasten ja nuorten säätiö 2015, viitattu 4.11.2015.)

Mentoroinnista voi tulla väkinäistä ja se voi tuntua siltä, että sitä on **pakko** jatkaa. Mentorointi perustuu vapaaehtoisuudelle, sekä aktorin että mentorin tulee ymmärtää tämä ja silti haluta osallistua mentorointiin. Mikäli toinen osapuoli ei halua sitoutua mentorointiin, täytyy asia ottaa heti puheeksi ja käydä läpi. Nuoresta aktorista voi aluksi tuntua siltä, että mentorointi on turhaa. Tällöin kannattaa molempien osapuolten miettiä mitä hyötyä ja haittaa mentoroinnista mahdollisesti on. Pohdinnan kautta voi löytyä vastaus siihen, kannattaako mentorointia jatkaa yhdessä. (Lasten ja nuorten säätiö 2015, viitattu 4.11.2015.)

Mentoroinnin toisella osapuolella voi myös olla **epärealistiset odotukset** mentoroinnille. Mentorointiprosessin alkuvaiheilla olisi hyvä puhua molempien osapuolten odotuksista, jotta molemmat saavat käsityksen toisen ajatuksista. Mikäli keskustelun jälkeen tuntuu siltä, ettei mentorointi vastaa omia odotuksia, olisi se suotavaa ottaa heti esille. Odotuksien toteutumista voidaan tarkastella niin, että sovitaan jokaiselle tapaamiselle tavoitteet ja tapaamisen päätteeksi katsotaan onnistuiko niihin pääsemään. Molempien osapuolten on myös tärkeää ymmärtää mitä mentorointi oikeastaan on ja mihin sillä pyritään. (Lasten ja nuorten säätiö 2015, viitattu 4.11.2015.)

Mentoroinnin haasteisiin kuuluu myös **luottamuksen puute** tai sen rakoilu. Mentoroinnissa erittäin tärkeää on molemminpuolinen luottamus. Työskentely on epävarmalla pohjalla, jos luottamusta ei ole. Mentorointisopimuksen mukaan osapuolet lupautuvat pitämään mentoroinnin aikana esiin tulleet asiat omana tietonaan. Luottamuspulan tullessa esille, voidaan nojata tähän sopimukseen. Kuitenkin on hyvä muistaa, ettei luottamus aina synny itsestään vaan sen eteen täytyy olla valmis tekemään töitä. (Lasten ja nuorten säätiö 2015, viitattu 4.11.2015.)

Joskus mentori ja aktori eivät löydä yhteistä säveltä. Tällöin voidaan todeta, että vika on **henkilökemiassa**. Selitys voi löytyä arvoista, jos perusarvot ja ihmiskäsitys ovat huomattavan erilaiset, voi osapuolten välille syntyä ristiriitoja. Toisaalta erilainen suhtautuminen asioihin voi olla hyväkin asia. Mikäli toinen osapuoli pitää seurustelusuhdettaan ja toinen työtään maailman tärkeimpänä asiana, voidaan saada aikaan hyvät keskustelut esimerkiksi sukupolvien välisistä eroista. (Juusela ym. 2000, 35.)

Tärkeille asioille löytyy aina **aikaa**. Mikäli osapuolet pitävät tapaamisia hyödyllisinä, löytyy niille myös aikaa kalenterista. Ajan riittämättömyydessä on kyse siitä, että ei haluta sitoutua. Mentoroinnissa tarvitaan haasteita, mutta myös aiheiden tulee olla tarpeeksi mielenkiintoisia. Mentorionnissa voidaan käyttää erilaisia tapoja oppimiseen. Tällaisia ovat esimerkiksi kirjan lukeminen ja siitä keskustelu, valmistautuminen tulevaan kokeeseen, virheiden ja onnistumisten läpikäyminen, ihmissuhdeongelmien käsitteleminen tai uusien taitojen oppiminen alusta lähtien. Mikäli toisen osapuolen täytyy miettiä, onko hänellä aikaa tällaisiin tapaamisiin, kannattaa miettiä tarkkaan lähteekö ollenkaan mukaan mentorointiin. (Juusela ym. 2000, 38.)

Monesti mentoroinnin epäonnistumisen syyksi kerrotaan liian **pitkä välimatka**. Tästä voi seurata se, että tapaamisten koetaan olevan vaivalloisia. Tämä on myös merkki siitä, että mentorointiin ei olla sitoutuneita. Mikäli kiinnostusta riittää, haluaa tapaamiseen päästä välimatkan pituudesta riippumatta. Välimatka voi toimia jopa kannustimena, koska tapaamisen järjestämiseksi joutuu näkemään enemmän vaivaa. Mitä enemmän vaivaa joutuu näkemään, sitä enemmän haluaa tapaamisista saada irti ja valmistautumiseenkin käytetään enemmän aikaa. (Juusela ym. 2000, 39.)

### 3 VERTAISMENTORINTI

Nykyään mentorointi toteutetaan useammin vertaismentorointina. Tässä mentoroinnin muodossa, kenenkään osaaminen ei ole ylitse muiden. Osapuolet ovat tasavertaisia ja kuuntelevat toisiaan sekä keskustelevat keskenään. Vertaisryhmämentoroinnissa ei ole perinteistä mentorin ja aktorin välistä suhdetta, sillä rooli voi vaihdella tapaamisen aikana. Vertaisryhmämentorointiin osallistuvilla on jokaisella jotakin annettavaa ja samalla myös opittavaa. Edellytyksenä onnistuneelle vertaismentoroinnille on se, että osallistujat arvostavat omaa sekä toistensa asiantuntemusta. On tärkeää osata muuntautua tarvittaessa sekä aktorin että mentorin rooliin. Välillä keskustelussa on selvästi havaittavissa aktorin ja mentorin roolit ja toisinaan keskustelu on tasavertaista. Vertaismentoroinnin tapaamisissa on aina mukana yksi ohjaaja, jota voidaan sanoa myös fasilitaattoriksi. Jotta vertaismentorointi onnistuisi mahdollisimman hyvin, pitäisi osapuolille olla selvänä toistensa osaaminen sekä tavoitteet. Näin päästään muodostamaan yhteisiä tavoitteita ja teemoja mentoroinnille. (Kupias ym. 2014, 18, 30–31.)

Vertaismentoroinnin perusajatus on se, että kaikilla osallistujilla, kokeneilla ja kokemattomilla on jotakin annettavaa toisilleen. Osallistujilla on myös mahdollisuus oppia uutta sekä antaa toisilleen erilaista näkökulmaa asioihin. Vertaismentoroinnin lähtökohtana on ajatus, että ihmisen oppimasta iso osa on hankittu koulutusjärjestelmän ulkopuolelta, elämäntilanteista. Oppiminen ryhmässä tapahtuu kertomalla ja kuuntelemalla tarinoita. Keskeistä on puhuminen, mikä aktivoi myös osallistujien sisäistä puhetta itsensä kanssa. Vertaisryhmämentoroinnin tavoitteena on osallistujan oma kasvu itsearvioinnin avulla sekä toisten ymmärtäminen. Näin on mahdollista luoda täysin uusia ajattelutapoja ja käytäntöjä. (Arjen arkki 2013, viitattu 28.10.2015.)

Vertaismentorointi tapaamisissa mukana oleva ohjaaja aloittaa ja lopettaa tapaamiset. Hänen tehtävänä on pitää huolta siitä, että keskustelu ei lopu ja puheenvuorot jakautuvat tasapuolisesti osallistujien kesken. Hänen tehtävänsä on myös pitää huolta siitä, että asioita käsitellään tarpeeksi syvällisesti. Vertaismentorointiryhmät kokoontuvat sovitusti useampia kertoja vuodessa. (Arjen arkki 2013, viitattu 28.10.2015.)

### 3.1 Vertaismentoroinnin lähikäsitteet

Vertaisryhmämentoroinnista saa muodostettua paremmin kokonaiskuvan kun vertailee sitä sen lähikäsitteisiin. Samankaltaisuuksia vertaismentoroinnin kanssa voidaan huomata klassisesta mentoroinnista, mutta myös tuutoroinnista, työnohjauksesta ja valmennuksesta. (Heikkinen ym. 2010, 49.)

**Mentoroinnin** avulla voidaan siirtää tietoa ja osaamista, myös hiljaista tietoa, osaavalta asiantuntijalta kokemattomammalle, mutta oppimishaluiselle ohjattavalle. Vertaismentorointiryhmissä jaetaan osaamista useammalle osapuolelle. Klassisen mentoroinnin ja vertaismentoroinnin välillä on siis kaksi eroa. Klassisessa mentoroinnissa osaavampi osapuoli siirtää hiljaista tietoa kokemattomammalle. Vertaisryhmämentoroinnissa sen sijaan on ajatuksena se, että kaikilla on jotakin annettavaa toisilleen. Toinen eroavaisuus on se, että vertaismentorointi tapahtuu ryhmässä, kun klassisen mentorointi tapahtuu pareittain. Vertaismentorointiryhmissä on osallisena sekä osaavampia, että vähemmän kokeneita osapuolia. Vertaismentorointiryhmän tarkoituksena on jakaa tietoa ja taitoa sekä kokemuksia, joskus myös jopa ongelmia. Klassisen mentoroinnin ajatuksen mukaan tietoa voidaan siirtää ihmiseltä toiselle. Vertaismentorointi taas perustuu ajatukselle, ettei tietoa voida sellaisenaan siirtää ihmiseltä toiselle. (Heikkinen ym. 2010, 49–50.)

**Tuutorointi** tarkoittaa sitä, että vanhempi opiskelija ohjaa ja neuvoo uusia opiskelijoita. Tuutorointitoiminta on nykyään yleistä yliopistoissa ja ammattikorkeakouluissa. Tuutorin tehtävä on olla tukena uusille opiskelijoille. Tuutoroinnin ja mentoroinnin ero on siinä, että tuutorointia käytetään koulumaailman kontekstissa ja mentorointia työmaailman kontekstissa. (Heikkinen ym. 2010, 51–52.)

**Työnohjauksessa** tutkitaan omaa työtä, arvioidaan ja myös kehitetään sitä. Tämä tapahtuu koulutetun työnohjaajan avustuksella. Siinä myös tulkitaan omaa työtä ja työyhteisöä. Ohjaaja pyrkii saamaan ohjattavan näkemään itsensä ja työnsä perusteellisemmin ja selkeämmin. Työnohjauksessa sekä ohjaaja että ohjattava oppivat toisiltaan. Työnohjauksen ja vertaismentoroinnin välillä on yhteneväisyyksiä, mutta myös eroja. Yhteistä vertaismentoroinnille ja työnohjaukselle on työskentely ryhmässä. Kummassakin päämääränä on kehittää ja tutkia omaa työtään sekä parantaa työhyvinvointia. Vertaismentoroinnin ja työnohjauksen välillä on myös eroja. Suosituksen mukaan työnohjauksessa ryhmäkoot ovat pienempiä ja prosessin kesto pidempi. Työnohjauksen pitäisi myös olla intensiivisempää kuin vertaisryhmämentoroinnin. Monesti voi kuitenkin käydä niin, ettei-

vät nämä suositukset toteudu. Tällaisessa tapauksessa kyseessä on oikeastaan vertaisryhmämentorointi. Ehkä merkittävin ero kuitenkin työhönohjouksen ja vertaismentoroinnin välillä on teorian mukainen tietoperusta ja näin ollen koko lähestymistapa. Työhönohjouksen taustalla ovat vaikuttaneet psykologinen tutkimus sekä organisaatioteoriat. Vertaismentorointi puolestaan perustuu kasvatus-tieteisiin, etenkin tutkimukseen työssä oppimisesta. (Heikkinen ym. 2010, 52–53.)

**Valmennus eli coaching** on tavoitteiden asettamista sekä vahvuuksien ja mahdollisuuksien tunnistamista. Coaching-käsitteen alla markkinoidaan paljon koulutuksia, lähinnä henkilöstökoulutuksia. Coaching liittyy mentorointiin kuitenkin muutenkin kuin vain yritysmaailman koulutuksien kautta. Coaching-käsitettä käytetään monesti synonyymina mentoroinnille opettajien koulutuksen yhteydessä. Tällöin mentorointiin yhdistetään valvonnan ja kontrollin kuva, missä opiskelijaa tuetaan saavuttamaan omat tavoitteensa. (Heikkinen ym. 2010, 56–57.)

### 3.2 Vertaismentoroinnin kehitys Suomessa

Heikkisen, Jokisen ja Tynjälän mukaan vertaismentorointi on muovautunut nykyiseen malliinsa 2000-luvun myötä. Tämä lähti liikkeelle jo 1990-luvulla kun huomattiin tarve opettajien täydennyskoulutuksen edistämiseksi sekä vasta aloittaneiden opettajien tukemiselle. Vuonna 2002 käynnistettiin Suomen Akatemian Life as Learning – tutkimusohjelma, missä tutkittiin oppimista. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli muun muassa löytää tapoja elinikäisen oppimisen haasteiden kitkemiseksi ja luoda laadukasta pohjaa oppimisen tutkimukselle opiskelun ja työelämän yhteyksissä. (Heikkinen ym. 2010, 39–40; Suomen akatemia 2015, viitattu 26.11.2015.)

Jyväskylän Avoimessa yliopistossa 2000-luvun alkupuolella aloitettiin koulutusohjelma mentoroinnin kehittämiseksi. Koulutuksen lähtökohta oli monitieteisyys ja monialaisuus. Tähän koulutukseen osallistui osaajia, jotka olivat kiinnostuneita mentoroinnista. Erityisesti heitä kiinnosti mentorointi apuna oman alan kehittämiseksi sekä hiljaisen tiedon siirtämiselle. Tämän ansiosta syntyi mentoropintokokonaisuus, mihin kerättiin oleellista ja teoreettista tietoa mentoroinnista useilta tieteenaloilta. Koulutuksessa tärkeintä oli tukea omaa ammatillista identiteettiä kerronnallisen lähestymistavan avulla, koska ymmärrys työn pohjimmallisesta tarkoituksesta muodostuu narratiivisesti eli kerronnallisesti. Kertomuksen teho huomattiin tiedon ja identiteetin muodostamisessa, jolloin puhuttiin narratiivisesta käännteestä. Avoimen yliopiston mentorikoulutuksesta tullut tietämys yhtyi Koulutuksen tutkimuslaitoksen kanssa tutkimustyöhön 2000-luvun puoli välissä. Mentorointia on kehitetty

vuodesta 2006 lähtien Työsuojelurahaston tuella. Jälkeenpäin mukaan ovat tulleet myös opetusministeriö, Opetushallitus ja kunnat. (Heikkinen ym. 2010, 40–41.)

Vuodesta 2008 lähtien ryhmämentoroinnin tueksi kehitettiin järjestelmällinen koulutus yhteistyössä neljän seuraavan kunnan kanssa: Hämeenlinna, Jyväskylä, Kokkola ja Oulu. Silloin mukaan tuli myös Tampereen yliopiston opettajankoulutuslaitos sekä Kokkolan yliopistokeskus Chydenius. Koulutuksessa mentoreilla oli vuoden kuluessa yhteensä viisi tapaamista, joissa tutustuttiin narratiivisiin ja toiminnallisiin ryhmätyötapoihin sekä jaettiin kokemuksia. Konseptia alettiin kutsua vertaisryhmämentoroinniksi, mikä on englanniksi käännettynä peer group mentoring. Opetusministeriö on rahoittanut vuodesta 2010 lähtien Osaava Verme -hanketta, jossa sovelletaan ja kehitetään vertaisryhmämentorointia. Osaava Verme -hanke kuuluu opetusalan valtakunnalliseen kehittämisohjelmaan. (Heikkinen ym. 2010, 41–42.)

### **3.3 Aiemmat tutkimukset**

Vertaismentorointia on käytetty paljon kasvatustieteiden alalla, etenkin tutkimukseen työssä oppimisesta. (Heikkinen, Jokinen & Tynjälä 2010, 53). Vertaismentorointi on menetelmä, jota käytetään vasta-aloittaneiden opettajien työn tukemiseksi. Se on kehitetty Suomessa ja se on suomalaisen koulutusjärjestelmään räätälöity. (Osaava Verme 2015, viitattu 11.11.2015.) Seuraavaksi on kerrottu kuudesta aiemmasta tutkimuksesta, joissa tutkitaan vertaismentorointia. Nämä tutkimukset ovat pro gradu -tutkielmia.

Lahtisen työssä tutkittiin osastonhoitajien kokemuksia vertaismentoroinnista ja vertaismentorointia työkaluna kehittäessä hoitotyön johtamista. Tavoitteena oli saada tietoa Balanced Scorecardin (BSC) mukaan. Tutkimuksen aineisto kerättiin teemahaastatteluina vuonna 2008. Vertaismentoroinnista katsottiin olleen hyötyä hoitotyön johtamisen kehittämisessä. (Lahtinen 2009, viitattu 3.11.2015.)

Rajakallion ja Syrjäläisen pro gradu -työssä tutkittiin lukuvuosina 2008–2009 vertaismentorointia uutena toimintamuotona täydennyskoulutukselle. Pyrkimyksenä oli löytää työhyvinvointia edistäviä toimintamutoja. Samaan aikaan oli menossa myös kuntauudistus, missä liitettiin kuntia yhteen. Tähän tutkimukseen osallistui kuusi mentoria ja yksi ryhmä. Tutkimukseen osallistuneiden mielestä oli tärkeää, että vertaismentoroinnista tulisi osa opetustoimen täydennyskoulutusta. Tuloksista kävi



ilmi, että tällä hetkellä vertaismentorointi jäi kauas työyhteisöstä, eikä rehtoreilla ollut tarpeeksi aikaa tarttua tähän asiaan hallinnollisten muutosten vuoksi. Kokeilu teki kuitenkin hyvää työyhteisölle, sillä tapaamisissa oli aikaa jakaa omia kokemuksia. Tutkimuksessa saatiin vahvaa näyttöä siitä, että vertaismentorointi on hyvä täydennyskoulutuksen muoto. (Rajakaltio & Syrjäläinen 2010, viitattu 3.11.2015.)

Lahdenmaan pro gradu -tutkielmassa tutkittiin opettajien kokemuksia saman työyhteisön ja eri työyhteisöjen vertaisryhmämentoroinnista. Tarkoituksen oli saada näkökulmia mentoroinnin kehittämiseen. Tutkimuksessa oli kaksi ryhmää, joista toisessa oli opettajia samasta työyhteisöstä ja toisessa eri työyhteisöistä. Ryhmät koostuivat eri uravaiheissa olevista opettajista. Tutkimuksessa selvisi, että erityyppisten ryhmien välisissä kokemuksissa on eroja. Eroja huomattiin ryhmien vahvuuksissa ja heikkouksissa. Saman työyhteisön vahvuuksiin kuului yhteisöllisyys kun taas eri työyhteisöjen ryhmässä se, ettei valmiita rooleja ollut. Heikkoutena saman työyhteisön ryhmässä oli jo valmiina olevat roolit kun taas eri työyhteisöjen ryhmässä heikkoutena oli yhteisöllisyyden puute. Ryhmätapaamiset tukivat opettajien hyvinvointia. Tutkimuksessa huomattiin, että molemmat ryhmätyypit eivät sovellu aivan kaikille. Ryhmiä muodostettaessa tulisikin ottaa huomioon erilaiset tavoitteet ryhmätyyppien välillä. Eri työyhteisöjen ryhmä olisi hyvä vaihtoehto, jos halutaan kehittää yksilöiden omaa ammattitaitoa. Samassa työyhteisössä olevien ryhmä taas tukee koko työyhteisön ammatillista kehittämistä. (Lahdenmaa 2010, viitattu 3.11.2015.)

Ahokas on tutkinut pro gradu -työssään toisen asteen opettajien kokemuksia vertaismentoroinnista työssä. Tarkoituksena oli saada selville aktoreiden ajatuksia siitä, miten vertaismentorointi toimi sekä millaisia odotuksia heillä oli vertaismentoroinnin suhteen. Selville pyrittiin saamaan myös se, miten moniammatillisuus vaikuttaa toimimiseen vertaismentorointi ryhmässä. Tutkimuksen tuloksiin nojaten voidaan sanoa, että aktoreiden odotukset täyttyivät. Ryhmätapaamisista he saivat tukea kasvaakseen ammatillisesti ja aikaa keskustelulle. Osallistujat pääsivät myös kokeilemaan ihan uudenlaista tapaa kehittää henkilöstöä. Toiminta lisäsi yhteenkuuluvuuden tunnetta. (Ahokas 2010, viitattu 4.11.2015.)

VERME-hanke on Työsuojelurahaston ja Opetusministeriön rahoittama tutkimus ja kehittämisshanke. Siinä kehitetään vertaisryhmämentorointia opetuslalle. Hankkeen tarkoituksena on kasvatusalalla olevien työntekijöiden ammatillisen kasvun jatkuvuus. Hanketta koordinoi Jyväskylän yliopiston Koulutuksen tutkimuslaitos. Yhteistyössä on mukana myös Kokkolan yliopistokeskus Chy-

denius, Oulun yliopiston kasvatustieteiden ja opettajankoulutuksen yksiköt sekä Tampereen yliopiston Hämeenlinnan opettajakoulutuslaitos. (Heikkinen, Aho & Korhonen 2010, viitattu 4.11.2015.) VERME-hanke on saanut alkunsa vuosina 2008–2010. Hanketta kehittävät edelleen kaikki Suomen opettajankoulutusta antavat yliopistot ja ammatilliset opettajakorkeakoulut. (Osaava Verme 2011, viitattu 4.11.2015.)

Myllymäen pro gradu -tutkielmassa tutkitaan vertaisryhmämentorointia kehittämishankkeen tukena. Tarkoituksena oli tutkia kehittäjämentorin tehtävän muotoutumista vertaismentoroinnissa ja sitä, miten vertaismentorointi toimii osallistujien työn tukena. Tarkoituksena oli myös selvittää miten vertaismentorointi tukee kehittämishankkeen juurruttamisprosessia. Kehittäjämentorin tehtävän muotoutumisessa keskeistä oli mentorin esimiesasema, mentoritapaamisten suunnittelun merkitys ja hyvä valmistautuminen näihin tapaamisiin. Osallistajat kokivat, että heidän ammatillinen kehityksensä muodostui siitä, että he saivat tukea työkavereiltaan ja jakaa kokemuksia toisilleen. Juurruttamistyössä koettiin onnistumisia, mutta myös epäonnistumisia. Tuloksista saadaan selville, että koulutuskokonaisuuden katsottiin olevan onnistunut ja se vastasi kehittäjämentoreiden odotuksia. Se, että esimies toimii mentorina alaisilleen, ei välttämättä ole huono asia, mutta siinä voi olla ongelmia. Tuloksista saadaan myös selville, että menetelmä sopi hyvin juurruttamistyöhön, uusia käytäntöjä syntyi ja arvioiteja toiminnasta tapahtui. Esteitä juurruttamistyölle myös havaittiin, kuten työyhteisön innottomuus työn kehittämiseen. Vertaismentorointiin osallistajat kokivat saaneensa tukea työkavereiltaan ja heidän mielestään oli mukavaa syventyä rauhassa aiheisiin. Juurruttamistyön onnistuminen vaihteli työyhteisöjen valmiudesta oppia uusia asioita. (Myllymäki 2013, viitattu 4.11.2015.)

### **3.4 Vertaismentoroinnin ja mentoroinnin yhteneväisyydet**

Vertaismentoroinnilla ja mentoroinnilla on paljon yhteistä. Vertaismentoroinnin ajatus on lähtöisin klassisesta mentoroinnista. Seuraavaksi on käsitelty vertaismentoroinnin ja klassisen mentoroinnin yhteneväisyyksiä.

Luottamussuhteen luominen on tärkeää sekä mentoroinnissa että vertaismentoroinnissa. Ilman luottamusta ei kummastakaan tule mitään, koska yksikään osapuoli ei tällaisessa tilanteessa halua avautua. Vaikka vertaismentorointi ja perinteinen mentorointi ovat vapaaehtoista toimintaa, vaativat molemmat aina sitoutumista. Molemmissa mentoroinnin tavoissa korostuu yhteistyö, mitä ilman

mentorointi ei onnistu. Mentoroinnissa, olipa se minkäläistä tahansa, painottuu toiselta oppiminen. Mentoroinnin tarkoituksena on herättää luovuutta ja motivaatiota. Tärkeää mentoroinnissa on myös yksilöiden kasvaminen ja toisten ymmärtäminen.

Sekä vertaismentoroinnissa että klassisessa mentoroinnissa näkyvät aktorin ja mentorin väliset roolit. Vertaismentoroinnissa roolit vaihtelevat osallistujien kesken, mutta ne ovat silti selvästi havaittavissa. Mentorointi on aina mahdollisuus käyttää omia kykyjään ja antaa uusia näkökulmia asioihin. Mentorointisuhteessa voi aina olla oma itsensä, eikä tarvitse pelätä arvostelemista tai kauteutta. Mentoroinnilla on aina sovittu aikataulu, jota osallistujien tulee noudattaa. Tapaamiset ovat kaiken lähtökohta. Vertaismentorointi ja mentorointi voivat myös epäonnistua samanlaisista syistä: luottamuspula, epärealistiset odotukset, riittämätön aika tai pitkät välimatkat. Jos mentorointiin kuitenkin sitoudutaan, ei mikään näistä ongelmista muodostu ylitsepääsemättömäksi.

Klassista mentorointia sekä vertaismentorointia on tutkittu paljon kasvatustieteen alalla. Mentorointia jopa opetetaan yliopistossa. Mutta miten on huumorin laita? Sitä ei ole tutkittu paljoa, eikä siitä myöskään löydy paljoa tietoa suomenkielisistä lähteistä. Miten vertaismentorointi ja huumori liittyvät toisiinsa? Heti ei tule mieleen, mitä yhteistä näillä kahdella asialla voisi olla. Vertaismentoroinnin avulla voidaan kuitenkin käsitellä aihetta huumori. Tämä asia tulee ilmi tässä tutkimuksessa myöhemmin.

## 4 HUUMORI

Huumorista ja huumorintajusta puhutaan paljon, mutta mitä huumori oikeastaan on? Huumori on koomista, absurdia, jopa järjetöntä tai sopimatonta toimintaa, mikä aiheuttaa hilpeyttä. Tässä määritelmässä ei mainita mitään naurusta tai vitseistä. Miten se sitten voi olla huumoria? Jotta ymmärtäisi paremmin mitä huumori on voi sitä verrata kahteen sanaan, jotka myös liitetään huumoriin – komedia ja vitsit. Komedialla määritellään siten, että se on mikä tahansa koominen tai humoristinen tapahtuma tai tapahtumien sarja. Vitsi on jotakin, mitä on sanottu tai tehty, jotta siitä seuraisi naurua tai hilpeyttä. Kaikki vitsit ovat komediaa ja kaikki komedia on huumoria, mutta kaikki huumori ei ole komediaa ja vitsejä. (Tarvin 2014, viitattu 12.11.2015.)

### 4.1 Teorioita huumorista

Huumori kokonaisuudessaan on liian iso ja monimuotoinen ilmiö tiivistettäväksi vain yhdeksi kokonaiseksi teoriaksi. (Krikmann 2006, viitattu 13.11.2015). Seuraavaksi on esitelty kolme tunnetuinta teoriaa huumorista: ristiriitateoria, paremmuusteoria ja huojennusteoria.

**Ristiriitateorian** (incongruity theory) mukaan ihmiset nauravat asioille, mitkä yllättävät. Syynä tähän on se, että vitsin tapahtumat vaikuttavat sopimattomilta ja ristiriitaisilta. Monien mielestä on hauskaa kun esimerkiksi klovnit pukeutuvat isoihin kenkiin, kun ihmisillä on erityisen iso nenä tai kun poliitikot kertovatkin totuuden. Moni vitsi on hauska, koska niissä on jotakin, mikä ei toimi odotusten mukaisesti. Kuten karhu kävelemässä lähipubiin tai se kun eläimet puhuvat. Monissa vitseissä on myös ilmeinen ristiriita vuorosanojen ja tapahtumapaikan välillä. (Wiseman 2015a, viitattu 13.11.2015.)

Ihmisillä on tietynlainen käsitys siitä, miten he olettavat asioiden menevän. Ristiriitateorian mukainen huumori rikkoo nämä käsitykset ja odotukset. Yksi tapa saada ihmiset nauramaan on luoda odotuksia ja sitten rikkoa ne. Ristiriitateorian mukaisissa vitseissä odotetaan jotakin ennalta arattavaa tapahtuvan, mutta sitten tapahtuukin jotakin aivan muuta. Ihmisten oletus on petetty ja tämän pettymyksen seurauksena syntyy naurua. Nykyään samanlaista tekniikkaa vitseissä käyttävät stand up -koomikot. He luovat aluksi tilanteen, minkä lopputuloksesta kaikilla on omat odotuksensa.

Loppuratkaisussa tapahtuikin jotakin odottamatonta, mikä ei vastaa odotuksia. Vitsin loppu onkin aivan toisenlainen kuin alun perin kuviteltiin. (Morreall 2012, viitattu 30.11.2015)

Esimerkki ristiriitateorian mukaisesta vitsistä: Asiakas kysyi kuntosalin ohjaajalta: ”Voitko opettaa minua tekemään spagaatin?” Kuntosalin ohjaaja vastasi: ”Kuinka paljon pystyt venymään?” Asiakas vastasi hänelle: ”En ehdi tiistaisin.” (Wiseman 2015a, viitattu 13.11.2015.)

Miksi ihmisten mielestä on hauskaa kun joku liukastuu banaanin kuoreen tai kun kakku läimäistään naamaan? Huumorin toisen teorian, **paremmuusteorian** (superiority theory) mukaan ihmiset nauravat, koska tämän tyyppiset tilanteet saavat heidät tuntemaan itsensä paremmiksi kuin toiset ihmiset. Henkilö, joka liukastui banaanin tai sai kakun naamalleen, on tehty näyttämään typerältä ja tämä saa ihmiset iloisiksi. Oikeastaan se saa ihmiset niin iloisiksi, että siitä seuraa naurua. Paremmuusteorian tyyppisissä vitseissä ihmiset esiintyvät hölmöinä, koska heidät on väärin ymmärretty ilmeisissä tilanteissa. Kyseessä on yksinkertainen virhe, mikä saa uhrin näyttämään hölmöltä. Nämä vitsit saavat jokaisen tuntemaan itsensä paremmiksi kuin toiset ja se saa aikaan naurua. (Wiseman 2015b, viitattu 13.11.2015.)

Yksinkertaisesti sanottuna nauru ilmaisee tunteita paremmuudesta. Ihmiset eivät tykkää olla nauramisen kohteena, koska nauraminen vähättelee sen kohteeksi joutunutta. Paremmuus ei aina synnytä hilpeyttä ja naurua. Esimerkiksi tilanne missä hyvin pukeutunut mies ratsastaa rannalla ja viereisellä tiellä on kodittomia. Tällaisessa tilanteessa mies tuntee olevansa paremmassa asemassa kuin kodittomat, mutta tässä tilanteessa se aiheuttaa ennemminkin sääliä kuin naurua. (Morreall 2012, viitattu 30.11.2015)

Nainen kävelee kahvilaan ankkansa kanssa. Hän nostaa ankan kahvilan tuoliin ja istuu vastakkaiselle penkille. Tarjoilija tulee paikalle ja sanoo ”Hei! Tuo on rumin sika, jonka olen koskaan nähnyt.” Nainen vastaa tähän: ”Se on ankka, eikä sika.” Tarjoilija tokaisee olkansa yli takaisin: ”Puhuin kyllä tuolle ankalle, enkä sinulle.” Tässä oli klassinen esimerkki paremmuusteorian mukaisesta vitsistä. (Wiseman 2015b, viitattu 13.11.2015.)

Sigmund Freud oli yksi merkittävimmistä ajattelijoista 1900-luvulla. Freudin mukaan kaikilla on seksuaalisia ja aggressiivisia ajatuksia, mutta yhteiskunta ei salli kenenkään ilmaista näitä asioita avoimesti. Freudia kiehtoivat myös vitsit ja huumori. Hän uskoi, että ne ovat tapa vapauttaa patoutuneita ajatuksia sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla. Freudin mukaan huumori tarjoaa helpotusta –

se on tapa selviytyä ongelmista elämässä tai asioista joita ollaan haluttomia kohtaamaan. Tätä teoriaa kutsutaan **huojennusteoriaksi** (relief theory). (Wiseman 2015c, viitattu 13.11.2015.)

Ihmiset vitsailevat yleensä aiheista, mitkä saavat heidät tuntemaan olonsa epämukaviksi tai epävarmoiksi, kuten uskonto, politiikka, sukupuoli tai etniset erot. Ihmiset vitsailevat näistä aiheista vapauttaakseen jännitteitä. Jos tuleekin sanottua jotakin, mitä ei ole loppuun asti ajateltu, voi piiloutua kliseen taakse: ”Laskin vain leikkiä”. Ihmiset tarvitsevat etäisyyttä ongelmaan ennen kuin he löytävät siitä huumoria. Sanonta kuuluukin seuraavasti: Tragedia plus aika on yhtä kuin huumori. (Science Encyclopedia 2015, viitattu 1.12.2015.)

Seuraavaksi esimerkki huojennusteorian mukaisesta vitsistä: Nainen kertoi kaverilleen: ”Kahdeksantoista vuotta minä ja aviomieheni olimme maailman onnellisimmat ihmiset! Sitten tapasimme toisemme.” (Wiseman 2015c, viitattu 13.11.2015.)

## 4.2 Suomalainen huumori

Millaista on suomalainen huumori? Miten ja kenelle suomalaiset nauravat? Perinteinen tyylilaji suomalaiselle huumorille on vahingonilo. Paremman itsetunnon puutteessa suomalaiset ovat joutuneet nauramaan sellaisille henkilöille, joita ennemminkin pelkäävät ja säälivät. Tällaisia henkilöitä ovat esimerkiksi naapurit, ulkomaalaiset ja julkisuuden henkilöt. Suomalaisessa huumorissa käytetään erilaisia genrejä: Pikku-Kalle-vitsit, sketsiviihde ja standup. Suomalaisia humoristisia ohjelmia ovat esimerkiksi Kummelit, Kumman Kaa ja Turhapuro. Suomalaiset tykkäävät erityisen paljon kansallista itsetuntoa kohottavista vertailuvitseistä: Ruotsalainen, norjalainen ja suomalainen vitseissä suomalainen on aluksi heikommassa asemassa oleva osapuoli, mutta voittaa lopuksi nokkeluudellaan. Suomalaisessa huumorissa käytetään vähän eleitä, sanoja ja ilmeitä: suomalainen kertoo totisena ratkiriemukkaan vitsin, toisen suomalaisen mielestä vitsi on todella hauska ja hän nauraa vitsille sisäisesti naama peruslukemilla. Parhaat naurut kuitenkin saa siitä tyypistä, jonka näkee peilistä. Suomalaisetkin ovat onneksi viime vuosina opetelleet itselle nauramista. Se nimittäin räkänokastakin mies tulee, mutta ei sellaisesta luuserista, joka ei ole opetellut nauramaan itselleen. No ei, vitsi vitsi. (Schatz 2014, viitattu 16.11.2015.)

Suomalaisessa huumorissa pilkataan stereotyyppijä. Humorististen ohjelmien kuten Kumman kaa ja Kummelit, hahmot ovat karikatyyrejä. Heidän luonteenpiirteensä sekä tilanteet, joihin he joutuvat

ovat liioiteltuja. Ei ole olemassakaan samanlaista kehnosti työnsä tekevää kouluterveydenhoitajaa kuten Kumman Kaa -sarjassa esiintyvä Ellu. Eivätkä myöskään itsenäiset suomalaiset naiset metsästä miehiä niin kuin Anne ja Ellu. Liioittelu antaa mahdollisuuden nauraa yhteiskunnallisille ongelmille ja ihmisten puutteille. Suomalaiset tuntevat hyvin arkipäiväisten ja pienten asioiden komiikkaa sekä tilannekomiikkaa. Erityisesti tilannekomiikka on toimiva keino saada suomalaiset nauramaan: Työntekijä tuhoaa pomonsa tavaroita tämän huoneessa ja juuri sillä hetkellä itse pomo astuu huoneeseen. (Sakalauskaite 2005, viitattu 16.11.2015.)

Stand up -koomikko Sami Hedbergin mukaan suomalaisilta naurut saa varmimmin arjesta tuttujen hahmojen avulla. Hän ottaa jokapäiväisiä asioita ja ihmisiä, joita kohdataan ja tuo niitä lavalle. Omassa materiaalissaan Hedberg pyrkii tuomaan esille omaa henkilökohtaista ja väritettyä kokemustaan, johon yleisö voi samaistua. Hedbergin mukaan suomalaiset ovat pikkuhiljaa oppineet nauramaan itselleen. Hedberg on erityisen mieltynyt eläimiin, joille hän mielellään laittaa sanoja suuhun. Sketsi voi esimerkiksi syntyä tienylitystä pohtivien supikoiran ja ketun ympärille. Ajatukset tulevat arjen havaintojen kautta. Yleisön puhutteleminen on koomikon mukaan tärkeää. Lähikuppilan pitäjä tekee huumorin läheiseksi. Suomalainen pitää siitä, että sketseissä puhutaan heistä, murteista ja kauppakeskuksen remonteista. (Yle uutiset 2013, viitattu 16.11.2015.)

Miltä suomalainen huumori näyttää ulkomaalaisen tai ulkopuolisen silmin? Suomalaiset ovat vakavia ja he ovat omalla mukavuusalueellaan hiljaisuudessa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteivät suomalaiset nauraisi. Suomalaiset pitävät hyvistä vitseistä, kuten kuka tahansa muikin, mutta heidän huumorinsa on yleensä hienovaraista ja se on höystetty sarkasmilla. Tämä voi olla hämmentävää kun ulkopuolinen ottaa aluksi suomalaisen sanoman asian tosissaan ja muutaman minuutin päästä alkaa miettimään, että oliko se sittenkin vitsi. On myös sellaista suomalaista huumoria, mikä perustuu hämmennykseen ja väärinymmärrykseen. Tämä on ehkä vaikeinta ulkopuoliselle ymmärtää ja sen oppimiseen menee kauan aikaa. Mainitsemisen arvoista on myös asioita joille suomalaiset tykkäävät nauraa ja sellaiset aiheet, joita kannattaa vältellä. Vitsit ruotsalaisista ovat suosittuja suomalaisten keskuudessa, eikä sillä ole väliä vaikka vitsi olisi kuinka hölmö tai hullunkurinen. Suomalaiset kykenevät nauramaa myös itselleen, on kuitenkin suositeltavaa olla menemättä liian henkilökohtaisiin asioihin, ellei kyseessä ole joku, jonka tuntee hyvin. (Expats Focus 2014, viitattu 16.11.2015.)

Phil Schwarzmännin mukaan suomalaisilla on hyvä huumorintaju. Se oli yllättävin asia mitä hän huomasi muuttaessaan suomeen. Schwarzmänn on amerikkalainen koomikko. Hänen mukaansa

suomalainen huumori on kuivaa, synkkää, kyynistä, hassua ja sarkastista. Suomalaiset rakastavat nauramista ja muiden naurattamista, mutta heillä ei ole samanlaista pakonomaista tarvetta olla tai yrittää olla hauskoja kuten briteillä. Schwarzmännin teorian mukaan suomalaisten huumorintaju on yhteydessä heidän historiaansa. Ei ole kauaa siitä, kun suomessa olivat kovat ajat. Luultavasti kova työnteko yhteisvaikutuksessa köyhyyden kanssa teki huumorista vähän kuivemman, synkemmän ja kyynisemmän. (Schwarzmann 2005, viitattu 2.12.2015)

### 4.3 Huumori työpaikalla

Organisaatioiden tulee pärjätä taloudellisesti ja saada aikaan enemmän, vähemmillä resursseilla ja tehdä se vielä paremmin ja nopeammin kuin kilpailijat. Myös työntekijät ovat entistä tyytymättömmämpiä työhönsä. Käytössä on tehokas työkalu, mikä voisi vähentää stressiä, kohottaa mielialaa sekä tarjota hengähdystauon työntekijöille, jotka ovat toipumassa suurista muutoksista työympäristössä. Tämä työkalu on nimeltään huumori. (Smith & Khojasteh 2014, 71.)

Huumori on organisaation työkalu, minkä avulla voidaan saada aikaan hyvä työilmapiiri. Huumori lisää ryhmähenkeä, vähentää konflikteja, vähentää stressiä, lisää johtamisen tehokkuutta sekä parantaa kommunikaatiota. Huumoria, mikä liittyy sukupuoleen tai yksilön taustaan, tulee käyttää varoen. (Smith ym. 2014, 71.)

Huumorin muotoja ovat muun muassa seuraavat (Smith ym. 2014, 72.):

- **Yhteenkuuluvuuden tunnetta lisäävä huumori:** on hassusti käyttäytymistä. Tämän tyyppinen huumori vähentää jännitystä ja vahvistaa suhteita. Tällaista huumoria käyttäviä ihmisiä pidetään miellyttävinä.
- **Itseä tukeva huumori:** positiivinen tapa vähentää stressiä. Tyypillisesti käytetään selviytymiskeinona käsitellessä stressitekijöitä ja haasteita. Tällaista huumoria käyttävät ihmiset ovat tyypillisesti rentoja.
- **Aggressiivinen huumori:** tällaista huumoria käytetään negatiivisesti. Sillä pyritään pilkkaamaan toista ja se lisää ahdistuneisuutta ja jännittyneisyyttä. Tällaista huumoria käyttävät yksilöt tuntevat paremmuutta toisiin. Mitä negatiivisempaa aggressiivinen huumori on, sitä paremman tyydytyksen "kiusaaja" saa.



- **Itseä vähättelevä huumori:** on itsensä vähättelyä omalla kustannuksella. Yksilö nostaa muiden asemaa itsensä yläpuolelle. Tällaisen huumorin käyttäjillä on yleensä huono itsetunto.

Huumorin hyötyihin kuuluu se, että se lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta. Se auttaa erityisesti väliaikaisia ryhmiä, jotka ovat olemassa vain sovitun ajan, luomaan oman identiteetin. Tällaisia ryhmiä ovat esimerkiksi erilaisten projektien tiimit. Edellä mainitussa tilanteessa henkilöt eivät ole tehneet yhteistyötä aiemmin ja jokainen tuo oman asiantuntemuksensa ryhmään. Ryhmässä täytyy luoda nopeasti luottamus toisiinsa, koska aikaa ei ole siihen, että luottamus kehittyisi hitaasti. Tämän kaltaisessa tilanteessa voi auttaa ilkikurinen huumori (putdown humour). Ilkikurinen huumori on vähätteleviä vitsejä, sarkasmia ja kiusoittelua. Niin kauan kun toisten kiusoittelu tapahtuu tiettyjen rajojen sisällä ja se tapahtuu leikkisässä ympäristössä, se on hyödyllistä. Ilkikurisen huumorin kanssa pitää olla varovainen silloin, kun työpaikalla on erilaisen taustan omaavia työntekijöitä, ettei kukaan loukkaannu tällaisesta huumorista. (Smith ym. 2014, 73.)

Huumorin on todettu vähentävän kuormittavuutta ja positiivinen huumori voi olla tehokas keino tunteiden säätelyyn. Huumorin todellinen arvo on se, että sen avulla yksilöt voivat lisätä itsetietoisuuttaan ja oppia omista kyvyistään ja se vähentää ahdistuneisuutta. Huumori auttaa ihmisiä katsomaan asioita entistä realistisemmin ja vähemmän pessimistisesti. Kun ympäristössä on paljon epävarmuutta ja tapahtuu paljon muutoksia, on huumori entistä tärkeämpää yksilöille ja organisaatioille. (Smith ym. 2014, 74.)

Viestinnällä on tärkeä rooli organisaatiossa ja huumori edistää kommunikaatiota. Huumori voi helpottaa sellaisten tunteiden ilmaisua, mitkä muuten eivät olisi hyväksyttäviä. Sen avulla esimiehet voivat ilmaista itseään loukkaamatta muiden tunteita. Positiivista huumoria käyttämällä esimies voi myös tehdä työstä mielekäästä alaisilleen. Huumori voi olla keino tarjota tietoa työntekijöille tavalla, mikä vähentää stressiä ja lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta. Huumori voi auttaa ryhmiä muodostamaan identiteetin, mikä toimii ”toisena maailmana” kaoottisuudenkin keskellä. Kun huumoria käytetään asianmukaisesti se voi olla myös hyvä keino tehostaa johtamista. Tärkeintä on kuitenkin löytää sopiva ajoitus sekä tarkoitukseen sopiva huumori: onko se positiivista, negatiivista vai kriittistä. Huumoria tulee käyttää sopivassa suhteessa ja sen tulee tukea muita organisaation mekanismeja. (Smith ym. 2014, 74–75.)

Strateginen ja tarkoituksenmukainen huumorin käyttö organisaation sisällä voi olla tärkeä johtamisen työkalu ja sitä voidaan hyödyntää koko organisaatiossa. Huumorilla on monia hyviä puolia ja sillä voidaan parantaa työympäristöä työntekijöille. Organisaation tehokkuutta voidaan kasvattaa harkitun huumorin käytön avulla. Huumorin käytössä tulee käyttää myöskin varovaisuutta. On tärkeää käyttää tietyille ryhmälle sopivaa huumoria. Mikä on vitsi yhdelle ryhmälle tai yksilölle, ei välttämättä ole sitä toiselle. Kun nämä asiat otetaan huomioon sekä organisaatio että sen jäsenet voivat työskennellä rentouttavammassa ja tuottavammassa työympäristössä. (Smith ym. 2014, 75.)

Työpaikkahuumori ja organisaatioiden luovuus ovat alkaneet kiinnostaa johtajia. On entistä tärkeämpää ymmärtää huumorin roolia työpaikoilla, sillä se voi parantaa suorituskykyä. Luovilla ihmisillä on usein hyvin kehittynyt huumorintaju. Aiheesta ei kuitenkaan ole tehty järjestelmällistä tutkimusta, luultavasti siksi, koska huumoria pidetään usein kevytmielisenä eikä sitä oteta vakavasti. Huumori on monimutkaista ja monitahoista. Se ilmentyy vitseissä, sanaleikeissä, hauskoissa jutuissa, naurussa, pilailussa, kiusanteossa ja nokkeluudessa. Huumori voi myös olla sarkastista tai ironista. Huumori voi olla hyödyllistä tai haitallista organisaatiolle. Huumori paljastaa paljon enemmän kuin sanoja ja lauseita. Siihen on upotettuna asenteita ja ennakkoluuloja. Viestinnän muotona huumori on epäsuoraa ja epäselvää. (Lang & Lee 2010, 46.)

Huumori on olennainen osa työpaikan diskurssia. Se peilaa yhteisiä arvoja, uskomuksia ja asenteita. Huumori ilmentyy työkuulttuurin kautta: miten puhutaan, toimitaan ja millaista leikkiä laskeetaan. Huumori auttaa uusien suhteiden rakentamisessa työpaikoilla. Huumorin avulla työryhmät voivat käsitellä stressiä ja ristiriitoja. Huumori tarjoaa kanavan puhua asioista suoraan. Asioihin tulee aivan erilainen sävy kun niistä puhutaan huumorin keinoin, eikä tosissaan. Huumorin avulla voidaan testata avoimuutta ja asioiden arkaluontoisuutta. (Lang ym. 2010, 47.)

Stressi vähentää luovuutta organisaatioissa. Mieliala vaikuttaa suuresti työntekijöiden ajattelemiseen ja käyttäytymiseen. Tämä puolestaan vaikuttaa koko organisaatiokulttuuriin. Huumori voi olla keino stressin vähentämiseksi ja ehkäisemiseksi. Huumori piristää ja saa hyvälle tuulelle. Huumorilla voidaan myös estää ikävystymistä ja yksitoikkoisuutta työpaikoilla. Huumoria on mahdollista käyttää kuitenkin myös negatiivisesti. Sen avulla voidaan kätkeä aggressiota, halveksuntaa tai syrjiviä asenteita. Humoristisilla piiloilmaisilla voidaan välttää seuraamuksia. Huumoria on siis mahdollista käyttää myös harhauttavana taktiikkana, mihin on kätkettynä vihamielisyyttä. (Lang ym. 2010, 49–50.)

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään kokonaisvaltaisesti tutkimuskohteen laatua sekä merkityksiä ja ominaisuuksia. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää erilaisia menetelmiä. Menetelmien yhteisenä piirteenä ovat kohteen taustaan ja tarkoitukseen, ilmaisuun ja kieleen liittyvät näkökulmat. (Jyväskylän yliopiston Koppa 2015, viitattu 11.12.2015.)

Havainnointi eli observointi on yksi laadullisen tutkimuksen menetelmistä. Sen avulla saadaan tietoa siitä, toimivatko ihmiset kuten sanovat toimivansa. Ihmiset havainnoivat asioita joka päivä, mutta tieteellinen havainnointi ei ole satunnaista seurailemista vaan suunniteltua tarkkailua. Havainnointia voidaan käyttää yksin tai sen kanssa voidaan käyttää myös muita menetelmiä kuten haastattelua. Havainnoinnin hyviä puolia on se, että sen avulla saadaan välitöntä ja suoraa tietoa yksilön, ryhmien tai organisaatioiden käyttäytymisestä ja toiminnasta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006, viitattu 11.12.2015.)

Havainnointi voidaan jakaa osallistuvaan ja ei-osallistuvaan havainnointiin. Osallituvassa havainnoinnissa tutkijalla on aktiivinen rooli havainnoitavassa toiminnassa. Ei-osallituvassa havainnoinnissa tutkija pitäytyy havainnoijan roolissa. Havainnointi voi olla myös systemaattista tai ei-systemaattista. Systemaattisen havainnoinnin edellytyksenä on se, että tutkija tutkii ongelmaansa ennen havainnointia. Tutkittavasta aiheesta pitäisi olla sen verran tietoa jo, että voidaan päättää mitä ja milloin havainnoidaan. Ei-systemaattista havainnointia puolestaan käytetään silloin, kun halutaan saada mahdollisimman paljon ennakkotietoa tutkittavasta asiasta. Tällöin hyödynnetään tutkittavan ilmiön teoriaa. Teorian avulla voidaan tehdä oletuksia siitä, mitä ilmiössä tulee tapahtumaan. Tekniikasta huolimatta tulee tavoitteet määrittää havainnoinnille. (Saaranen-Kauppinen ym. 2006, viitattu 11.12.2015.)

Tutkimuksen tekoa voidaan helpottaa edistyneellä tekniikalla, mikä antaa apuvälineitä tutkimiseen. Yksi huomattava apuväline on videokamera, mille tallentuvat äänen lisäksi eleet, liikkeet ja ilmeet. Ihminen ei pysty muistamaan ihan kaikkia kuulemiaan ja näkemiään asioita. Havainnointitilanteessa tietoa tulee joka suunnalta niin paljon, että tilanteiden tallentaminen videolle on järkevää. Tällöin havainnoijan ei myöskään tarvitse tehdä kokoajan muistiinpanoja ja hän voi keskittyä tarkkailemaan

tilannetta tietäen, että aineistoon voi palata aina myöhemmin. (Saaranen-Kauppinen ym. 2006, viitattu 11.12.2015.)

Työpajat ovat erittäin hyvä tapa ideoida ja luoda ryhmän yhteinen näkemys. Ammattimaisen ohjauksen avulla saadaan esille nostettua osallistujien osaaminen ja tietämys. Työpajoissa työskentelyä ohjataan. Tarkoituksena on työskennellä ratkaisun löytämiseksi yhdessä. Kaikkien ryhmän jäsenten työpanoksella on väliä ja jokainen pääsee osallistumaan ja vaikuttamaan lopputulokseen. Työpajojen avulla voidaan siirtää asioita käytäntöön ja haastaviin tilanteisiin pyritään saamaan ratkaisu. Työpajoissa on suurta potentiaalia, niistä voidaan saada enemmän irti kuin mitä niihin on panostettu. (Management Institute of Finland 2015, viitattu 12.12.2015.)

Tässä opinnäytetyössä on käytetty menetelmänä osallistuvaa havainnointia. Aineisto kerättiin vertaismentorointityöpajoissa, joihin osallistuin itsekin. Vertaismentorointityöpajat, joilta aineisto kerättiin, pidettiin 5.11.2015 ja 3.12.2015. Näistä vertaismentorointityöpajoista aineisto tallennettiin videolle. Videoinnissa käytettiin uutta tekniikkaa ja tallennuksissa näkyy 360 astetta kuvaa.

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Opinnäytetyöni aiheen sain HURMOS – projektista. Hankkeen tarkoituksena on pyrkiä todentamaan millaista liiketaloudellista potentiaalia huumorilla on. Hankkeessa on yhteensä kolme osaluetta ja tämä opinnäytetyö on tehty ensimmäisestä osiosta. Ensimmäisen osion tarkoituksena on tunnistaa huumori yrityksissä. Tämä tapahtuu mm. vertaisryhmäyöskentelyn ja siihen liittyvän koulutuksen avulla. HURMOS – projektissa on mukana yhdeksän yritystä sekä Oulun yliopisto ja ammattikorkeakoulu.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mitä liiketalouteen liittyviä asioita vertaismentorointityöpajoissa saatiin esille ja mitä asioita niissä käsiteltiin huumorin avulla. Opinnäytetyöni tutkimuskysymykset saatiin lopulliseen muotoonsa toisen vertaismentorointityöpajan jälkeen. Tässä opinnäytetyössä pyrittiin vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Mitä liiketaloudellisia asioita vertaismentoroinnilla voidaan nostaa esille?
- Mitä liiketaloudellisia asioita huumorin avulla käsiteltiin vertaismentorointityöpajoissa?

Tutkimus toteutettiin laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Menetelmäksi valikoitui havainnointi, koska se oli helpoin tapa tutkia aihetta. Tutkimuksen aineisto kerättiin kahdesta vertaismentorointityöpajasta.

### 6.1 Vertaismentorointityöpajat

Vertaismentorointityöpajat olivat to 5.11.2015 ja to 3.12.2015 klo 12–16 Oulun yliopistolla. Vertaismentorointityöpajoja oli järjestämässä Oulun yliopiston kasvatustieteiden tiedekunta. Työtilana toimi LeaForum.

LeaForum on tutkimustila noin 30 hengelle. Tilaa voidaan käyttää tuotekehitykseen, tutkimukseen ja opetukseen. Tilassa voidaan testata ideoita ja sovelluksia sekä hyödyntää teknologiaa vuorovaikutuksessa ja opetuksessa. Leaf-tilassa voidaan käyttää edistynyttä havainnointi- ja tallennusteknologiaa. Tutkimustila voidaan jakaa kolmeen erilliseen tilaan, jota havainnollistaa kuvio 2. Tutkimustilassa on myös innovaationurkkaus. Siellä on mahdollista simuloida erilaisia ympäristöjä, jotka

voivat edesauttaa uusien innovaatioiden syntymistä. Tämä nurkkaus toimii myös jo olemassa olevien ajatusten ja tilanteiden kokeilualustana. Innovaationurkkaus koostuu kahdesta valkokankaasta ja videotykistä, valoista, kaiuttimista sekä tehokkaasta työasemasta. LeaForum tila on myös mahdollista vuokrata esimerkiksi yrityksen käyttöön. (LeaForum 2013, viitattu 15.12.2015.)



*KUVIO 2. Tutkimustila LeaForum (LeaForum 2013, viitattu 23.2.2016.)*

Ennen vertaismentorointityöpajoja keväällä 2015 lähetettiin hankkeessa mukana oleville yhdeksälle yritykselle ja tutkimusorganisaatioille kysely. Tässä kyselyssä kysyttiin asioita, mitkä liittyivät tarpeisiin, mentorointiin, julkisuuteen, aikaan ja resursseihin. Tarkoituksena oli selvittää mukana olevien organisaatioiden tarpeita ja käsitystä koko mentorointiprosessista ja sitä, kuinka paljon organisaatioilla oli käyttää aikaa ja resursseja tähän hankkeeseen. Kiinnostuksen kohteena oli myös se, onko organisaatioilla jotakin asioita, mitä he eivät halua tuoda julkisuuteen.

Syksyllä 2015 ennen ensimmäistä vertaismentorointityöpajaa organisaatioille lähetettiin kutsu tilaisuuteen (ks. liite 1). Kutsusta näkee, että aluksi tarkoitus oli pitää kaksi erillistä vertaismentorointiryhmää peräkkäisinä päivinä. Kutsussa muistutetaan siitä mitkä asiat nousivat esiin kun asiasta keskusteltiin viime keväänä. Kutsun mukana oli myös ennakkotehtävä. Tehtävä oli erilainen yrityksille sekä opiskelijoille ja opettajille.

Paria viikkoa ennen ensimmäistä vertaismentorointipajaa lähetettiin organisaatioille sähköpostiviesti, missä oli ennakkotehtävä uudelleen ja viestistä kävi myös ilmi, että mentorointia ei järjestetä enää kahdessa erillisessä ryhmässä, vaan mentorointi järjestetään yhdellä kertaa yhdessä ryhmässä. Viestissä luki myös mitä mentorointi hurmoksessa on: yhdessä oppimista, vastavuoroisuutta, aktiivisuutta, ongelmanratkaisua ja sitoutumista. ”Yksin osaamme kuka mitäkin, yhdessä mitä vain”

## **Vertaismentorointityöpaja 5.11.2015**

Ensimmäisessä vertaismentorointityöpajassa oli aluksi tutustuminen ja esittelyt: kaikki istuivat ringissä ja keskellä oli erilaisia leluja angry birdsistä muumeihin (ks. kuvio 3). Ohjaaja pyysi kaikkia valitsemaan mieleisen lelun ja omalla vuorollaan jokainen esitteli itsensä ja kertoi myös miksi oli valinnut juuri kyseisen lelun. Seuraavaksi vuorossa oli esitys mentorointiprosessista ja siitä, mitä huumori on, mitä huumorin muotoja on olemassa ja mitä positiivisia vaikutuksia huumorilla on. Siellä selvisi muun muassa, että huumori on mikä tahansa kommunikatiivinen tapahtuma, mikä ymmärretään huumorina sekä huumori lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta, vähentää stressiä ja lisää luovuutta. Huumori myös edistää myönteisen organisaatiokulttuurin kehittymistä. Esittelyn ja esitysten jälkeen meidät jaettiin ryhmiin. Ensimmäinen tehtävä oli ennakkotehtävän kertominen tai sellaisen tarinan kertominen missä huumorilla on ollut merkittävä rooli. Osallistujille jaettiin lomakkeet, joissa oli seuraavat kysymykset:

1. Keihin tai mihin huumori kohdentuu? Ketkä ovat läsnä tilanteessa?
2. Missä tilanteessa tapahtui?
3. Millainen merkitys huumorilla tässä tilanteessa oli?

Jokainen kertoi oman tarinansa vuorollaan. Kuunnellessa toisen tarinaa jokainen havainnoi tarinan sisältöä kirjaten lomakkeelle havaintojaan kysymysten mukaisesti. Seuraavaksi ryhmissä piti keskustella havainnoista ja valita minkä teeman alle tarina kuuluu kolmesta vaihtoehdosta: markkinointi ja viestintä, työyhteisön vuorovaikutus ja asiakasrajapinta.



KUVIO 3. Vertaismentorointityöpajan aloitus

Päivän toinen tehtävä alkoi siten, että kaikki jaettiin ryhmiin sen perusteella mihin ryhmään oma tarina kuului: työyhteisön vuorovaikutus, markkinointi ja viestintä vai asiakasrajapinta. Uusissa ryhmissä tarkoituksena oli keskustella ryhmän teemaan liittyen seuraavista kysymyksistä:

- Miten sitä voidaan tarkastella huumorin keinoin?
- Mikä tavoite huumorilla siinä on?
- Mitkä ovat tässä yhteydessä huumorin hyödyt ja mahdollisuudet?

Tämän jälkeen molemmat ryhmät esittelivät kaikille pääkohdat omasta keskustelustaan.

Lopuksi kaikkien piti pohtia päivän työskentelyn pohjalta seuraavia kysymyksiä:

1. Mitä sisältöä / työskentelytapaa yrityksessänne on ajankohtaisinta kehittää huumorin keinoin? Mihin teillä tarvitaan huumoria? Mihin kolmesta teemasta sisältö liittyy?
2. Mieti 1-3 konkreettista toimenpidettä miten asiaa voisi yrityksessänne käsitellä seuraavan kuukauden aikana.



## Vertaismentorointityöpaja 3.12.2015

Hurmoksessa mukana olevan yrityksen VirtaAvain, yrittäjä piti nauruterapiaa toisen vertaismentorointityöpajan alussa. Aluksi hän piti lyhyen esitelmän naurusta ja sen positiivisista vaikutuksista. Tämän jälkeen osallistujien piti tunnustella omia tuntemuksia: Miltä tuntui? Oliko kolotuksia? Millainen mieliala oli? Sen jälkeen vuorossa oli leikkejä ja nauruharjoituksia. Yksi leikeistä oli paikan vaihtaminen. Penkkejä oli yksi vähemmän kuin osallistujia. Se jolla ei ollut penkkiä keksi jotakin kuten: ”Ne joilla on silmälasit vaihtavat paikkaa”. Se henkilö, joka jäi ilman penkkiä keksi taas uuden syyn, miksi muiden piti vaihtaa paikkaa. Leikkien jälkeen oli vuorossa nauraminen ilman syytä. Tämän jälkeen kysyttiin taas olosta. Miltä tuntui? Oliko eroa ennen ja jälkeen nauruterapian? Keskusteltaessa lopuksi nousi esille, että monille oli tullut rennompi olo ja kolotukset olivat hävinneet.

Vertaismentorointityöpajan ensimmäinen tehtävä oli edellisen työpajan lopussa keksittyjen tehtävien työstäminen. Porukka jaettiin kolmeen kolmen hengen pöytäryhmään (Kuvio 4). Jokainen käveli omalle paikalleen sen mukaan, missä pöydässä oli pyöreälle paperille kirjoitettuna oma nimi tai yrityksen nimi sekä viime kerralla esitetty tehtävä. Itse tehtävä oli kertoa muille ryhmän jäsenille omasta edellisellä kerralla annetusta tehtävästä. Tämän jälkeen muut ryhmän jäsenet antoivat vinkkejä, kirjoittivat ne liimattaville tarralapuille, ja antoivat nämä laput henkilölle, joka oli kertonut tehtävänsä. Osallistujat kertoivat myös omia ajatuksiaan ja esittivät kysymyksiä tästä tehtävästä. Saatujen vinkkien pohjalta jokainen pystyi miettimään omaa tehtäväänsä pidemmälle. Omalla puheenvuorollaan oli mahdollista laittaa päähän yksi pöydillä olevista päähineistä.



KUVIO 4. Pöytäryhmät, vertaismentorointityöpaja

Päivän toinen tehtävä oli kirjoittaa toiselle pyöreälle paperille mitä ajatuksia ja ideoita sai muilta ryhmän jäseniltä ja miten näiden vinkkien pohjalta voisi viedä asiaa eteenpäin. Kun asiat oli kirjoitettu paperille, esiteltiin ne lopuksi vuorotellen koko porukalle (ks. kuvio 5).



*KUVIO 5. Ideoiden esittely, vertaismentorointityöpaja*

## **6.2 Tutkimusprosessi**

Opinnäytetyöprosessi oli monivaiheinen ja se kehittyi koko ajan työn etenemisen tahdissa. Opinnäytetyöprosessin alussa ei ollut tietoa vielä tulevista tutkimuskysymyksistä. Opinnäytetyö tehtiin vertaismentorointityöpajojen ja niistä saatavan aineiston ympärille. Aivan opinnäytetyöprosessin alussa oli tarkoitus tutkia yritysten edustajien ajatuksia ja mielipiteitä vertaismentorointityöpajoista. Tällöin valmistumisaikataulu olisi kuitenkin venynyt, koska itse tutkimusta olisi päässyt tekemään vasta viimeisen vertaismentorointityöpajan jälkeen. Tämän vuoksi päädyin tekemään tutkimuksen vertaismentorointityöpajoista saatavan aineiston pohjalta.

Tutkimuskysymykset muuttuivat opinnäytetyöprosessin aikana useasti. Lopulliset tutkimuskysymykset saatiin tutkimuksen aineiston myötä. Ennen tutkimusmateriaalin saamista ei tutkimuskysymyksistä ollut vielä tietoa millaisia ne tulisivat olemaan. Siinä vaiheessa ei vielä tiedetty mitä asioita vertaismentorointityöpajoissa nousisi esille. Opinnäytetyön tietoperusta on kirjoitettu ennen lopullisia tutkimuskysymyksiä. Ensimmäisen työpajan jälkeen tutkimuskysymykset olivat

seuraavanlaisia: Minkä tyyppisestä huumorista puhuttiin vertaismentorointityöpajoissa? Minkä tyyppistä huumoria esiintyi? Tutkimuskysymykset kuitenkin muuttuivat seuraavan vertaismentorointityöpajan myötä. Työpajasta saatiin lisää aineistoa ja samalla mietittiin voisivatko tutkimuskysymykset olla enemmän opintoihini liittyviä. Tämän perusteella tutkimuskysymykset muotoutuivat lopulliseen muotoonsa:

- Mitä liiketaloudellisia asioita vertaismentoroinnilla voidaan nostaa esille?
- Mitä liiketaloudellisia asioita huumorin avulla käsiteltiin vertaismentorointityöpajoissa?

Tutkimuksen aineistoa oli paljon, yhteensä noin kahdeksan tuntia videokuvattua materiaalia. Tästä johtuen työn litteroinnille täytyi tehdä rajoituksia. Tutkimusaineisto rajattiin siten, että kiinnostuksen kohteena oli yritysten edustajien tarinat ja tehtävät. Materiaalista rajattiin pois opiskelijat ja opettajat.

### **6.3 Aineiston analyysi**

Tutkimukseni materiaali koostui keskusteluista, joita käytiin vertaismentorointityöpajoissa. Keskusteluista nousi esille teemoja, mitkä liittyivät tutkimusongelmaan. Näiden teemojen avulla voitiin vertailla niiden esiintymistä tutkimuksen aineistossa. Analysointiyksiköksi valitsin ajatuskokonaisuuden, mikä saattoi sisältää useita lauseita.

Opinnäytetyön aineiston analyysi aloitettiin lukemalla litteroitu materiaali läpi pari kertaa. Ensimmäisellä kerralla materiaali luettiin vain läpi. Toisella kerralla pyrin tekemään teemoittelua sen mukaan mistä asiasta puhuttiin. Etsin materiaalista lauseita tai asiakokonaisuuksia, jotka vastasivat tutkimusongelmaani. Aluksi paperille kirjattiin materiaalista nousevia teemoja ja eriteltiin samaa asiakokonaisuutta tarkoittavat asiat alakäsitteisiin. Tämän jälkeen esille nousseista teemoista tehtiin yläkäsitteitä. Yläkäsitteiden alapuolelle järjestelin aikaisemmin muodostuneet alakäsitteet.

Ensimmäisen vertaismentorointityöpajan jälkeen pystyttiin litteroimaan saatu materiaali, mikä kuvattiin Oulun yliopistolla LeaForum-tilassa. Aineistoon pääsi käsiksi yliopistolta. Ensimmäisen työpajan materiaalin litteroin yliopistolla. Toisen työpajan jälkeen materiaali oli mahdollista saada kannettavalle tietokoneelle, mutta osissa. Tiedostot olivat niin suuria, ettei kannettavalle tietokoneelle mahtunut koko materiaali kerralla. Litteroitavaa materiaalia rajattiin siten, että litteroitiin

vain yritysten edustajien kertomukset. Rajauksen ulkopuolelle jäivät siis opiskelijat ja tutkimusorganisaatioiden HURMOS-hankkeessa mukana olevat jäsenet.

Kun koko materiaali oli luettu läpi useamman kerran, otin kaksi eriväristä tussia ja yliviivasin asiakokonaisuuden sen mukaan, kumpaan tutkimuskysymykseen se voisi vastata. Punainen väri vastasi kysymykseen mitä vertaismentoroinnin avulla voidaan nostaa esille ja sininen väri vastasi kysymykseen mitä huumorin avulla käsiteltiin vertaismentorointityöpajoissa. Mahdollisuutena oli myös se, ettei tarkasteltavana oleva lause tai asiakokonaisuus kuulunut kumpaankaan kategoriiaan. Tällaisessa tapauksessa asiakokonaisuus jäi yliviivamatta. Asiakokonaisuuden täytyi liittyä liiketalouteen, jotta se hyväksyttiin osaksi tutkimuksen tuloksia. Yhdistelin samankaltaiset asiat yhteen ja mietin mistä asiakokonaisuudet kertovat. Kategoriat nimesin sen mukaan, mistä aiheesta keskusteltiin. Keskusteltaessa markkinointiin liittyvistä asioista, muodostui tuloksiin kategoriaksi markkinointi.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimuksen aineistosta etsittiin vastausta kahteen tutkimuskysymykseen: Mitä liiketaloudellisia asioita vertaismentoroinnilla voidaan nostaa esille ja mitä liiketaloudellisia asioita huumorin avulla käsiteltiin vertaismentorointityöpajoissa? Ensimmäisenä aineistosta haettiin vastausta kysymykseen, millä selvitettiin:

### 1) Mitä liiketaloudellisia asioita vertaismentoroinnilla voidaan nostaa esille.

Aineisto kerättiin vertaismentorointityöpajoista. Näissä vertaismentorointityöpajoissa nousi esille erilaisia liiketalouteen liittyviä asioita. Nämä asiat, jotka nousivat esille, liittyivät markkinointiin, myyntiin, työturvallisuuteen, johtamiseen, rekrytointiin, sekä yrityksen brändäykseen ja viestintään.

#### Markkinointi

Markkinoinnin osa-alueelta nousi esille, että markkinointi on aina uniikkia ja sitä ei voi kopioida toisilta yrityksiltä. Kun yksi yritys tekee esimerkiksi huumorin avulla onnistuneen televisiomainoksen, mikä jää ihmisten mieleen, ei sitä voi suoraan kopioida. Useampia vuosia sitten ollut Mc'Donaldsin mainos, jossa sika huusi kyltti kädessään: ”syökää kanaa” on hyvä esimerkki humoristisesta mainoksesta, mikä on jäänyt ihmisten mieleen. Joku toinen ravintola-alan yritys ei voi kopioida mainosta sellaisenaan vaan yrityksen täytyy keksiä oma humoristinen mainoksensa. Esille nousi myös se asia, että mainokset muistetaan hyvin, mutta ei välttämättä sitä, kenen mainos se on tai mitä mainostettiin.

Aihe herätti myös keskustelua siitä, kuinka paljon huumoria voidaan tuoda esille, jotta luotettavuus säilyy. Ennakkokäsitys on, ettei huumori voi toimia kaikilla aloilla, kuten esimerkiksi pankkialalla, mutta ennakkokäsityksestä huolimatta se on toiminut joillakin yrityksillä. Esille nousi myös se, että yleensä esimerkiksi Mercedes-benzin mainokset ovat vakavia ja niissä ei käytetä huumoria, mutta esimerkiksi Nissanin mainoksissa voi olla huumoria mukana. Operaattorit ovat käyttäneet mainonnassa paljon huumoria ja nykyään voi jopa tunnistaa minkä yrityksen mainos on kyseessä.

Mainonnassa pitää kokeilla erilaisia toimintatapoja, jotta saadaan selville, mikä toimii. Toisinaan taas huomataan, että ihmisten mielikuvia vastaan ei kannata taistella, sillä se olisi vain ajan ja rahan

haaskausta. Esimerkiksi eläinpuistolla oli ongelma: ihmiset eivät miellä, että se on auki myös talvella. Yhdessä eläinpuiston mainoksessa oli kameli ja mainosteksti: "Tiesitkö, että arktinen eläinpuisto on talvellakin auki." Ihmiset eivät osanneet ottaa asiaa huumorilla vaan tästä seurasi se, että ihmiset närkästyivät, koska arktisesta eläinpuistosta ei löydy kamelia. Tämä toimintatapa kääntyi itseä vastaan, joten seuraavaksi kokeiltiin jotakin muuta, kuten jääkarhu mainoksessa ja mainosteksti: "Emme nuku talviunta". Ihmisillä on mielikuva, että eläinpuisto on kiinni talvella, koska karhukin nukkuu talviunta. Tällaista mielikuvaa on hankala lähteä muuttamaan, eikä siihen riitä yksi tai useampi mainoskaan.

## **Myynti**

Keskustelussa nousi esille, että myynnissä voidaan käyttää kopioimista, kun markkinoinnissa se ei ole suotavaa. Jos esimerkiksi myyjä keksii hauskan jutun, minkä voi kertoa asiakkaille, voi sitä käyttää muutkin myyjät. Tällaisessa voi olla vaarana, että kun asiakas tulee uudestaan, voi hän kuulla saman hauskan asian uudestaan eri henkilöltä.

## **Työturvallisuus**

Työturvallisuudesta puolestaan nousi esille, että jos yrityksessä halutaan parantaa työturvallisuutta, ei sitä aina tarvitse tehdä tylsällä tavalla. Se voidaan tehdä myös hausalla tavalla, huumoria hyödyntäen. Esimerkiksi työturvallisuussuunnitelman ei aina tarvitse olla tylsä palanen paperia. Tämän sijaan voitaisiin tehdä esimerkiksi oma kampanja yhdessä työntekijöiden kanssa. Sellainen kampanja missä on mukana pilkettä silmäkulmassa.

## **Viestintä**

Työpajoissa keskusteltiin myös viestinnästä. Keskusteluissa nousi esille, että vakavasti otettavan yrityksen on vaikea olla ulospäin hauska ja humoristinen. Isommassa organisaatiossa ei toimisi sellainen, että sanottaisiin työntekijöille, että: "Nyt pitää alkaa läpän lentää", sillä kaikille ihmisille huumorin käyttäminen ei ole luontaista.

Pienelle tai uudelle yritykselle puolestaan voisi olla helpompaa lähteä huumorin tielle. Huumoria olisi helppo käyttää esimerkiksi mainonnassa ja verkkosivuilla. Nykypäivänä verkkosivuille voisi laittaa esimerkiksi humoristisen videon.

## **Brändäys**

Työpajoissa keskusteltiin myös brändäyksestä. Brändäyksessä yritys voi pyrkiä olemaan erilainen, kuten esimerkiksi Tokmanni. Siellä mainostetaan sadan kappaleen erää, kun oikeasti varastossa on tuhannen kappaleen erä. Toinen asia Tokmannilla on se, että mainostetaan ilmaista ämpäriä. Tällainen tyyli saattaa olla vähän vaarallinenkin, sillä se ei tehoa kaikkiin ihmisiin. Tällaista Tokmannin kaltaista brändäystä on mahdotonta tehdä ”hyvän maun rajoissa”. Tällaisen toiminnan ideana onkin vetää koko homma yli, tehdä siis kaikki ”huonon maun rajoissa”. Tässä tapauksessa ihmisten tulee ymmärtää, että kyseessä on parodia. Jos ihmiset luulevat, että tällaista asiaa tehdään aivan tosissaan, sitä ei uskota. Tämän takia ihmisiä pitää segmentoida, koska kaikki ei mene läpi kaikissa asiakasryhmissä. Yrittäjä voi päättää, että tietty ryhmä kuuluu segmenttiin, mutta toinen ei. Jos yrittäjä haluaa, että sekä huumorintajuiset että tosikot ostavat yritykseltä palveluita, ei tällainen tyyli ole silloin tapaukseen sopivaa.

## **Johtaminen**

Johtamisesta keskusteltiin myös työpajoissa. Esille nousi muun muassa seuraavan laisia asioita: ”Huumori on ylivoimaisesti vaikein johtamisen laji”. Mikä on huumoria vaikeampaa? Esimerkiksi eräs urheilujoukkue voitti pelin, koska he pelkäsivät häviämistä todella paljon. Joukkue pelkäsi nimittäin valmentajaansa. Onko pelolla johtaminen helpompaa kuin joukkuehenkeä kohottava johtaminen, missä tehdään esimerkiksi hauskoja videoita sosiaaliseen mediaan?

Pomo, joka käskyttää alaisiaan tulee yleensä selvästi ymmärretyksi. Alainen tietää mitä häneltä odotetaan. Jos pomo puolestaan käyttää huumoria, voi se olla monitulkintaista. Huumori toimii osaan ihmisistä hyvin, mutta ei kuitenkaan kaikkiin. Pelolla johtaminenkaan ei välttämättä ole toimiva tapa.

## **Rekrytointi**

Rekrytointiprosessi on uusille työntekijöille jännittävä tilanne. Työpajaan osallistuvassa yrityksessä oli mietitty miten voidaan ottaa vaikeita tilanteita esille hauskesti uusille työntekijöille. Päätettiin tehdä video, missä näyttelijöinä toimivat amatöörinäyttelijät, opiskelijat. Videon teemana oli, millai-

siin ongelmatilanteisiin voidaan töissä törmätä? Videossa esitettiin sarkasmin avulla tilanteita. Tilanteita tehtiin muun muassa jonottamisesta, koska ihmiset ovat silloin ärtyneitä ja sellaisista tilanteista kuten esimerkiksi joku on sotkenut vaatteensa laitteessa. Videossa kerrottiin miten selvitä tällaisista tilanteista huumorin avulla. Tämä video on tarkoitettu näyttämään uusille työntekijöille. Millainen merkitys huumorilla tässä tilanteessa on? Huumori kevensi vakavaa asiaa ja video puhuttelee paremmin nuorisoa. Video löytyy yrityksen intrasta, joten se on myös vähän niin kuin sisäpiirivitsi. Siitä ei ole kuitenkaan varmuutta puhutteleeko tällainen video kaikkia, koska ihmiset ovat erilaisia.

## **2) Mitä liiketaloudellisia asioita huumorin avulla käsiteltiin vertaismentorointityöpajoissa?**

Huumorin avulla vertaismentorointityöpajoissa käsiteltiin huumoria työyhteisössä, viestintää ja asiakaspalvelutilanteita.

### **Huumori työyhteisössä**

Vertaismentorointityöpajoissa käsiteltiin aihetta huumori työyhteisössä. Aiheesta nousi esille, että työyhteisössä aggressiivista huumoria voidaan käyttää vallankäytön välineenä. Aggressiivinen huumori on tehokas manipuloinnin väline. Tällainen huumori on lähtökohtaisesti negatiivista ja tuskin yhteisöllisyyttä lisäävää. Myös helläaggressiivista huumoria voidaan käyttää manipulaation välineenä. Negatiivinen huumori itseään kohtaan ei ole suositeltavaa työyhteisössä. Ihmisen oma persoona vaikuttaa huumorintajuun. Toisilta ei onnistu millään tunnelman keventäminen kun toiset taas osaavat jopa manipuloida huumorin avulla.

Voiko huumoria opetella? Jokainen voi löytää oman tyylinsä huumoriin esimerkiksi olemalla itseironinen tai vitsin heittäjä. Epäonnistumisia työssä pitäisi pystyä käsittelemään. Työyhteisössä epäonnistumiset voidaan käsitellä esimerkiksi huumorin avulla.

Työyhteisössä voi oppia muiden tavan kommunikoida. Tämä vähentää väärinymmärrystä ja loukkaantumisia kun oppii ymmärtämään toisten huumoria. Työpaikan kulttuurista voi oppia mille saa nauraa ja mille ei saa nauraa ja mille on hyväksytty nauraa. Työyhteisöissä on eroja miten asioita käsitellään. Seuraavaksi on esimerkki työpajaan osallistuneen henkilön epäonnistumisen käsitte-lystä työyhteisössä: "Työpaikallani käsitellään kaikki epäonnistumiset huumorin kautta. Uhkaan lei-



killäni antaa työkaverilleni potkut. En ole hänen esimiehensä, enkä voisi mitenkään siis antaa hänelle potkuja. Olemme kavereita ja hän tietää, että kun uhkaan antaa hänelle potkut, niin asia olisi pitänyt pystyä hoitamaan. Yhdessä kuitenkin nauramme asialle ja siitä on tullut yhteinen vitsimme”.

Keskustelua heräsi myös aiheesta miten korkeammassa asemassa oleva henkilö voi käyttää huumoria. Johtoasemassa olevan henkilön käyttämä sarkasmi ei toimi, se vain murentaa työmoraalia. Jos huumorilla kyseenalaistetaan työntekijän tekemisiä ja vähätellään sarkasmin avulla, se ei välttämättä toimi halutulla tavalla. Toisille ihmisille se voi toimia, mutta toisille välttämättä ei. Joillekin voi toimia erilainen huumori. Huumorin avulla korkeassa asemassa oleva henkilö voi myös laskea itsensä muiden tasolle ja näin tehdä itsestään helposti lähestyttävän.

## **Viestintä**

Huumorin avulla käsiteltiin työpajoissa myös muun muassa seuraavan laisia asioita. Kuinka paljon huumoria voidaan tuoda esille mainonnassa tai asiakaspalvelutilanteissa, jotta luotettavuus säilyisi? Joissakin tilanteissa ennakkokäsitys on, että huumori ei toimi, mutta tästä huolimatta se saattaa joskus toimia. Esimerkiksi yhden uuden yrityksen toimiala oli pankkitoiminta, ja ennakkokäsitys oli, ettei huumori tällaisella alalla toimi, mutta se toimi kuitenkin.

”Ice breakereita” voidaan käyttää, jotta saadaan asiakas viritettyä oikeanlaiseen tunnelmaan. Tällä tavalla voidaan luoda tilannetta asiakastapaamiselle. Kun työyhteisön jäsenet viihtyvät aidosti yhdessä ja huumorintaju toimii molemmin puolin, toimii tämä paremmin kuin käskyttäminen: ”Työvuorossa on pakko hymyillä”. Isommassa yrityksessä on lähes mahdotonta päättää, että nyt aletaan käyttämään huumoria asiakastapaamisissa sen vuoksi, että se toimii. Organisaatioissa on erilaisia ihmisiä ja huumorin käyttö ei kaikille ole luontaista. Jos johdolta tulisi käsky: ”Nyt pitää läpän lentää”, ei tämä toimisi kovinkaan hyvin.

Vertaismentorointityöpajoissa nousi esille myös asiakkaille lähetettävät uutiskirjeet. Asiakkaille lähetettävissä sähköpostiviesteissä käytetty huumori ei toimi kaikille asiakkaille. Tällaisia uutiskirjeitä harvoin asiakkaat edes lukevat, mutta kun asiakkaalta tulee viestiä takaisin, voi olla varma, että joku on lukenut viestin. Vaikka asiakkaan viestistä saisi sen käsityksen, ettei huumori ole toiminut, on asiakas kuitenkin lukenut viestin. Toisille asiakkaille taas huumori toimii tässäkin asiassa. Mikä merkitys huumorilla oli näissä uutiskirjeissä? Merkitys oli se, että viesti huomattaisiin ja se erottuisi muiden uutiskirjeiden joukosta. Tällä kertaa ei haluttu tehdä tavallista uutiskirjetä, mikä tuhoetaan

heti. Jo otsikkoon oli laitettu tässä uutiskirjeessä jotakin humoristista. Uutiskirje on silloin toiminut, kun pääsee kommunikoimaan asiakkaan kanssa.

### **Asiakaspalvelutilanteet**

Keskusteluissa nousi esille myös miten huumoria on käytetty asiakkaan ja työntekijän välisessä tilanteessa. Joskus asiakaspalvelutilanteissa voi olla vaikeita asiakkaita. Seuraavaksi esimerkki miten asiakastilanteesta on selvitty huumorin avulla:

Olemme opastetulla kierroksella ja menossa susiaitaukselle. Opas kertoo lyhyen aloitus puheen susista.

Asiakas: "Kaikki sudet pitäisi tappaa!"

Opas: "Meillä on neljä uros sutta ja kaikilla on oma paikkansa laumassa".

Asiakas: "Kaikki sudet pitäisi tappaa, tappo meidän naapurin koiranki"

Opas: "Susi on erittäin arka eläin ja väistää ihan jokaisessa tilanteessa ihmistä, susi ei missään olosuhteissa käy ihmisten kimppuun. Meidänkin susiaitaukseen voidaan laittaa vaikka kaksi vuotias lapsi ja sudet kiertävät tämän mahdollisimman etäältä".

Asiakas: "Meidän naapurin pihalle tuli susilauma ja ne veivät naapurin Tessu-koiran kaikkien nenän edestä. Kaikki sudet pitäisi tappaa"

Opas. "Älkääpäs herra nyt. Olkaapas vähän hiljempaa vai lähdemmekö herran kanssa susiaitaukselle?"

Asiakas: "Pyh, kaiken näköistä"

Asiakaspalvelutilanteissa voi sattua kaikenlaisia asioita. Hyvä taito onkin osata lukea asiakasta. Esimerkiksi edellä mainitussa asiakaspalvelutilanteessa asiakasta voidaan lähteä jopa vähän uhkaamaan.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tämän tutkimuksen tarkoituksena ei ollut etsiä säännönmukaisuutta vaan tutkia sitä, mitä tutkimusaineistosta on noussut esille. Tutkimuksen aineistosta on saatu suunta koko opinnäytetyölle. Videomateriaali, mitä on käytetty opinnäytetyössäni, ei ole tarkoitettu ainoastaan tämän opinnäytetyön tutkimusta varten. Videomateriaali voidaan käyttää myös muissakin tutkimuksissa.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on kertoa mitä liiketaloudellisia asioita vertaismentorointityöpajoissa voidaan nostaa esille ja mitä asioita siellä käsiteltiin huumorin avulla. Opinnäytetyön toimeksiantaja toimi HURMOS -hanke. Hankkeen tarkoituksena on pyrkiä todentamaan millaista liiketaloudellista potentiaalia huumorilla on. Hankkeessa on yhteensä kolme osa-aluetta. Ensimmäisen osion tarkoituksena on tunnistaa huumori yrityksissä. Tämä tapahtuu muun muassa vertaisryhmätyöskentelyn avulla ja tämä opinnäytetyö on tehty tästä osiosta.

Tutkimuksen tietoperustassa tuodaan esille oleelliset asiat vertaismentoroinnista, mentoroinnista ja huumorista. Opinnäytetyöni lähteinä on käytetty kirjoja, muiden tekemiä opinnäytetöitä ja verkkolähteitä. Tietoperustassa on käytetty monipuolisesti eri lähteitä ja pyrkimyksenä on myös ollut vältellä vanhempia lähteitä. Tällä on pyritty siihen, että tieto olisi mahdollisimman ajantasaista. Tarkoituksena oli saada tekstistä selkeää ja helposti luettavaa. Opinnäytetyön rakenne on pyritty pitämään yksinkertaisena, jotta se olisi miellyttävä lukea. Seuraavaksi on havaintoja tietoperustan ja tutkimuskysymysten yhteydestä.

Aineistosta nousi esille, että aggressiivista huumoria voidaan käyttää manipuloinnin välineenä. Tällainen negatiivinen huumori ei ole siis yhteisöllisyyttä lisäävää. Tietoperustassa on mainittu, että tällaista huumoria käytetään negatiivisesti. Sen pyrkimyksenä on pilkata toista ja tämä lisää stressiä työyhteisöissä. Työpaikoilla käytetään paljon myös positiivista huumoria, yhteenkuuluvuuden tunnetta lisäävää huumoria. Tällaisen huumorin käyttö vahvistaa työntekijöiden välisiä suhteita. Tuloksissa itseä vähättelevää huumoria ei suositeltu. Tällaisen negatiivisen huumorin tarkoituksena on nostaa muiden asemaa itsensä yläpuolelle.

Vertaismentorointityöpajaan osallistuva henkilö kertoi miten he työpaikalla käsittelevät epäonnistumisia. Hänellä oli työkaverinsa kanssa sisäpiirivitsinä, että he uhkaavat työkaverinsa kanssa antaa toisilleen potkut, jos jokin asia ei ole mennyt niin kuin sen olisi pitänyt. Tässä tilanteessa voisi puhua

ilkikurisesta huumorista (putdown humour). Vitsin tarkoituksena on kiusoitella työkaveria. Tämän tapahtuessa leikkisästi, ei kumpikaan loukkaannu, vaan toinen osapuoli tajuaa, että tämä asia olisi pitänyt osata hoitaa.

Huumorin on todettu vähentävän stressiä ja positiivisen huumorin avulla voidaan säädellä myös tunteita. Tämä tuli konkreettisesti esille myös toisessa vertaismentorointityöpajassa ihan aluksi pidetyssä nauruterapiatuokiossa. Ihan aluksi osallistujat kuuntelivat omia olojaan ja niitä verrattiin sitten nauruterapian lopussa olevaan oloon. Kaikki saivat jakaa omia tuntemuksiaan ja monet kertoivat tuntevansa itsensä virkeämmiksi ja toisten katsomisen silmiin olevan helpompaa sekä joku mainitsi, että tuntui kuin ihmiset olisivat läsnä, eivätkä poissaolevia. Tämä lisäsi myös vertaismentorointityöpajassa yhteenkuuluvuuden tunnetta. Huumori voi auttaa muodostamaan uuden identiteetin, mikä voi toimia ”toisena maailmana” kaoottisuudenkin keskellä.

Viestinnällä on tärkeä rooli organisaatioissa ja huumori edistää kommunikaatiota. Tärkeää on löytää tarkoitukseen sopiva huumori ja ajoitus. Humoristinen uutiskirje, mikä on lähetetty asiakkaille, toimii joillekin ja toisille ei. Kaikkiin ei tehoa samanlainen huumori. Tällaisella humoristisella uutiskirjeellä oli kuitenkin saatu asiakkaiden huomio, sillä jotkut olivat jopa vastanneet uutiskirjeeseen. Mikä on erittäin hyvä asia, koska harvoin tällaisia uutiskirjeitä edes luetaan. Huumori siis toimi ja edisti kommunikaatiota organisaation ja asiakkaiden välillä.

Huumoria voidaan käyttää myös johtamisen työkaluna. Sen avulla voi parantaa työympäristöä työntekijöille. Keskusteluissa nousi esille, että korkeammassa asemassa oleva henkilö voi laskea itsensä huumorin avulla alaisten tasolle. Näin hän voi tehdä itsestään helposti lähestyttävän. Huumorin käytössä on kuitenkin muistettava, että mikä on vitsi toiselle, ei välttämättä ole sitä toiselle. Ihmiset ovat erilaisia ja niin on huumorintajukin. Etenkin vitsailtaessa eri taustaisten ihmisten läsnä ollessa, tulee olla varovainen, ettei kukaan loukkaannu.

Opinnäytetyö lähti liikkeelle siitä, kun aihe saatiin HURMOS-projektista. Aluksi opinnäytetyöstä oli vain aihe tiedossa. Ennen kuin edes tutkimuskysymykset olivat tiedossa, niin tietoperusta oli kirjoitettu melkein kokonaan. Tutkimuskysymykset muodostuivat aineiston pohjalta, mikä saatiin vertaismentorointityöpajoista. Työpajoja oli yhteensä kolme: marraskuussa, joulukuussa ja tammi-kuussa. Aineiston opinnäytetyöhön saatiin kahdesta ensimmäisestä vertaismentorointityöpajasta.

Aiheena vertaismentorointi on melko uusi. Sen juuret ulottuvat 1990-luvulle, kun taas mentorointi sana tunnettiin jo antiikin kreikan aikaan. Vertaismentorointia on käytetty ja tullaan varmasti jatkosakin hyödyntämään kasvatustieteen alalla paljonkin. Huumori tutkimuksia ei ole tehty paljoa. Tämän opinnäytetyön huumoriosion teoriaan on käytetty pääosin englanninkielisiä lähteitä. Suomenkielisiltä sivuilta ei löytynyt paljoa syvällisempää tietoa aiheesta.

Opinnäytetyössä käytettiin laadullista menetelmää. Tässä opinnäytetyössä käytettiin havainnointia ja aineisto koostui videomateriaalista. Aluksi ajateltiin, että menetelmänä voisi käyttää myös haastatteluita, mutta haastattelut olisi voitu aloittaa vasta viimeisen vertaismentorointityöpajan jälkeen tammikuussa. Tämä olisi venyttänyt opinnäytetyön aikataulua, koska itse tutkimusta olisi päästy tekemään vasta haastatteluiden jälkeen. Tämän vuoksi päädyttiin käyttämään menetelmänä havainnointia.

Vertaismentorointia hyödyntäen työpajoissa pyrittiin tuomaan erilaisia asioita esille. Vertaismentorointityöpajat oli rakennettu huumorin ympärille ja huumorin avulla onnistuttiin tuomaan erilaisia tilanteita ja kokemuksia esille. Kaikki osallistujat kertoivat omia kokemuksiaan vuorollaan. Kaikilla osallistujilla oli henkilökohtainen missionsa huumoriin liittyen koko vertaismentorointiprosessin ajan. Toisilta saatiin apuja asian syventämisessä. Näiden henkilökohtaisten aiheiden pohjalta heräsi paljon keskustelua liiketalouteen liittyvistä asioista.

Vertaismentorointityöpajojen materiaalista löytyi yhtäläisyyksiä myös huumoriteorioihin. Yhdessä työpajassa mainittiin McDonald'sin joulumainos, missä sika sanoo: ”Syökää kanaa.” Tämä on ristiriitateorian mukaista huumoria. Se rikkoo meidän oletuksemme siitä, että eläimet eivät puhu. Vitsissä on myös ristiriita, koska sian ei ole tarkoitus mainostaa itseään vaan eläin toveriaan kanaa, jotta ei itse tulisi syödyksi. Toinen esimerkki ristiriitateorian mukaisesta huumorista on mainittu kohdassa huumori työyhteisössä. Tässä tapauksessa ristiriitaa luo se, kun työkaveri vitsailee antavansa potkut toiselle työkaverilleen, vaikka ei ole edes tämän esimies. Myös asiakaspalvelutilanteissa voi ilmetä ristiriitateorian mukaista huumoria, kuten esimerkiksi asiakas, joka huutelee opastetulla kierroksella susiaitauksen luona negatiivisia kommentteja susista. Tässä tilanteessa opas lukee asiakasta ja lähtee häntä jopa vähän uhkaamaan: ”Älkääpäs nyt herra, vai haluatteko lähteä susiaitaukselle?”. Tässä yllättävä tilanne ilmenee kun asiakkaalle ehdotetaan yhtäkkiä tapamista susien kanssa.

Paremmuusteorian mukaista huumoria on esimerkiksi se, kun korkeammassa asemassa oleva henkilö, kuten esimies, vähättelee alaisiaan. Tässä tilanteessa esimies tuntee paremmuutta alaisiinsa nähden. Kuten tästä huomataan, paremmuusteorian mukainen huumori ei aina synnytä hilpeyttä ja naurua. Vertaismentorointityöpajoissa mainittiin myös, että uusien työntekijöiden perehdyttämisessä voidaan käyttää huumoria, kuten videoita hankalista tilanteista. Tämmöiseen tilanteeseen voisi sopia huojennusteorian mukainen huumori, koska tapauksessa huumori on keino selviytyä ongelmatilanteesta. Vitsin heittäminen tässä tilanteessa laukaisee jänniteitä ja näin voidaan saada ikävä tilanne käännettyä positiiviseksi.

Aloittaessani opinnäytetyötä huumori ja vertaismentorointi aiheina olivat minulle melko tuntematonta aluetta. Tietoa etsiessäni ja teoriaa kirjoittaessani pääsin kuitenkin perehtymään molempiin aiheisiin syvällisemmin. Haastavinta vertaismentoroinnista kirjoittaessa oli tiedon niukkuus. Tietoa ei löytynyt itse aiheesta määrällisesti kovin paljoa, joten käytin lähteenä myös aiheesta tehtyjä tutkimuksia. Huumorista puolestaan löytyi melko paljon tietoa englanninkielisistä lähteistä. Suomenkielisiä lähteitä löysin vain muutamia. Suomalaisesta huumorista löytyi enemmän tietoa englanninkielisistä lähteistä kuin suomenkielisistä. Suomalaiset eivät siis kirjoita suomalaisesta huumorista, mutta amerikkalaiset kirjoittavat, melko koomista. Ovatko suomalaiset sittenkin niitä tosikkoja miksi meitä stereotyyppisesti luullaan?

Vertaismentorointityöpajat oli alun perin tarkoitus pitää kahdessa ryhmässä. Päätös siitä, että työpajat pidetäänkin yhtenä päivänä kaikille osallistujille, oli oikea päätös. Kahdessa ensimmäisessä vertaismentorointityöpajoissa ei ollut mukana kaikkien yritysten edustajia, jotka olivat hankkeessa mukana. Parista yrityksestä ei ollut mukana ketään kahdessa ensimmäisessä tapaamisessa. Se, että osallistujia oli tapaamisissa vähemmän paikalla, on voinut vaikuttaa saatuun materiaaliin. Jos paikalla olisi ollut enemmän yritysten edustajia, olisi analysoitavaa materiaaliakin saatu luultavasti enemmän. Tällöin käsiteltäviä aiheitakin olisi voinut tulla esille enemmän ja näin ollen olisin saanut tuloksiin enemmän ja monipuolisempaa materiaalia. Toisaalta materiaalia olisi tällöin voinut olla huomattavasti enemmän, joten litterointiin olisi mennyt enemmän aikaa, mikä olisi voinut hidastaa työn etenemistä.

Koko opinnäytetyöprosessi on mielestäni sujunut jouhevasti. Vertaismentorointityöpajojen jälkeen olen litteroinut materiaalin ja sen jälkeen olen päässyt tekemään itse tutkimusta. Olen pysynyt hyvin aikataulussa, vaikka minulla alkoikin työt kesken opinnäytetyö prosessin. Työnteko opinnäytetyöprosessin kanssa samaan aikaan on kuitenkin hidastanut etenemistä. Opinnäytetyön tekeminen

on opettanut minulle itsenäistä työskentelyä ja aikataulussa pysymistä. Itselle on hyvä asettaa aika ajoin deadline, jotta aikataulussa pysyttäisiin. Opinnäytetyön tekeminen vaatii mielenkiintoa valittuun aiheeseen ja motivaatiota.

Millaisia jatkotutkimusaiheita voisi saada huumorista? Huumoria voisi tutkia esimerkiksi organisaatioiden sisällä. Millaista on huumori työpaikoilla? Miten huumori vaikuttaa työilmapiiriin? Miten esimiesten käyttämä huumori vaikuttaa alaisiin? Miten vertaismentorointia ja huumoria voidaan hyödyntää työpaikoilla?

## LÄHTEET

Ahokas, M. 2010. Opettajien kokemuksia vertaismentoroinnista. Jyväskylän yliopisto. Kasvatustieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 4.11.2015, <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/24901/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201008262494.pdf?sequence=1>

Arjen arkki. 2013. Opetus- ja ohjaushenkilöstön vertaismentorointi. Viitattu 28.10.2015. <http://arjenarkki.fi/menetelmapankki/hyvät-kaytannot/111>

Cxomentor. 2015. Mentoroinnin historia. Viitattu 19.11.2015. <http://www.cxomentor.fi/>

Expats Focus. 2015. Learning to laugh in Finland: How to appreciate the Finnish sense of humour. Viitattu 16.11.2015. <http://www.expatsfocus.com/c/aid=2234/articles/finland/learning-to-laugh-in-finland-how-to-appreciate-the-finnish-sense-of-humour/>

Heikkinen, H., Aho, J. & Korhonen, H. 2015. Opettajankoulutuksen jatkumon kehittäminen. Viitattu 4.11.2015, <http://www.osaavaverme.fi/selvitystyö-1/Raportti/ope-ei-saa-oppia-opettajankoulutuksen-jatkumon-kehittäminen>

Heikkinen, H., Jokinen, H. & Tynjälä, P. 2010. Verme. Helsinki: Tammi.

Juusela, T., Lillia, T. & Rinne, J. 2000. Mentoroinnin monet kasvot. Helsinki: Yrityskirjat Oy.

Jyväskylän yliopiston Koppa. 2015. Laadullinen tutkimus. Viitattu 11.12.2015. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

Kansalaisareena. 2012. Mentorointiopas. Viitattu 14.10.2015. <http://www.kansalaisareena.fi/mentorointiopas2012.pdf>

Krikmann, A. 2006. Contemporary linguistic theories of humour. Viitattu 13.11.2015. <https://www.folklore.ee/folklore/vol33/kriku.pdf>



Kupias, P. & Salo, M. 2014. Mentorointi 4.0. Helsinki: Talentum.

Lahdenmaa, M. 2010. Opettajien kokemuksia saman työyhteisön ja eri työyhteisöjen vertaismentoroinnista. Jyväskylän yliopisto. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 3.11.2015, <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/24501/URN:NBN:fi:jyu-201006232147.pdf?sequence=1>

Lahtinen, A. 2009. Osastonhoitajien kuvauksia vertaismentoroinnista hoitotyön johtamisen kehittämismenetelmänä. Kuopion yliopisto. Yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 3.11.2015, <http://docplayer.fi/4840816-Osastonhoitajien-kuvauksia-vertaismentoroinnista-hoitotyon-johtamisen-kehittamismenetelmana.html>

Lang, J. & Lee, C. 2010. Workplace humor and organizational creativity. The International Journal of Human Resource Management 21 (1), 46-50.

Lasten ja nuorten säätiö. 2015. Mentoroinnin haasteita ja vinkkejä niiden voittamiseen. Viitattu 4.11.2015, [http://www.nuori.fi/toiminta/toiminta\\_suomessa/mentorointi/mentoroinnin\\_haasteita\\_ja\\_vinkkejä\\_niiden\\_voittamiseen](http://www.nuori.fi/toiminta/toiminta_suomessa/mentorointi/mentoroinnin_haasteita_ja_vinkkejä_niiden_voittamiseen)

LeaForum. 2013. LeaF-tutkimustila. Viitattu 15.12.2015, <http://leaforum.fi/tilat/leaf-tutkimustila/?lang=fi>

Management Institute of Finland. 2015. Konsultointi, mentorointi ja työpajat. Viitattu 12.12.2015, <https://www.mif.fi/fi/mif-lyhyesti/toteutustavat/konsultointi-mentorointi-ja-tyopajat>

Morreall, J. 2012. Philosophy of Humor. Viitattu 30.11.2015, <http://plato.stanford.edu/entries/humor/#IncThe>

Myllymäki, M. 2013. Vertaisryhmämentorointi kehittämishankkeen tukena. Oulun yliopisto. Kasvatustieteellinen tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 4.11.2015, <http://herkules oulu.fi/thesis/nbnfioulu-201310291816.pdf>

Osaava Verme. 2011. Verme – Vertaisryhmämentorointi. Viitattu 4.11.2015, <http://ktl.jyu.fi/ktl/osaavaverme>

Osaava Verme. 2015. Tutkittua tietoa. Viitattu 11.11.2015, <http://www.osaavaverme.fi/osaaminen-jakoon/tutkittua-tietoa>

Rajakaltio, H. & Syrjäläinen, E. 2010. Vertaismentorointi kuntauudistusten ristipaineessa. Jyväskylän yliopisto. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 3.11.2015 [https://ktl.jyu.fi/img/portal/17725/Session\\_3D3.pdf?cs=1274180996](https://ktl.jyu.fi/img/portal/17725/Session_3D3.pdf?cs=1274180996)

Sakalauskaite, R. 2005. Huumoria Suomesta!. Viitattu 16.11.2015, [http://users.jyu.fi/~peppi/kesakurssi/index\\_files/Page319.htm](http://users.jyu.fi/~peppi/kesakurssi/index_files/Page319.htm)

Schatz, R. 2014. Suomalainen huumori – siis mikä?. Viitattu 16.11.2015, <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288731999879.html>

Schwarzmann, P. 2005. Fabulous Finns - Finnish sense of humour. Viitattu 2.12.2015, <http://www.finlandforthought.net/2005/05/29/fabulous-finns-finnish-sense-of-humor/>

Science Encyclopedia. 2015. Humor - Release Or Relief Theory. Viitattu 1.1.2015, <http://science.jrank.org/pages/9714/Humor-Release-or-Relief-Theory.html>

Smith, J. & Khojasteh, M. 2014. The Use of Humour in the Workplace. *International Journal of Management & Information Systems* 18 (1), 71-75.

Suomen akatemia. 2015. Life as learning (LEARN). Viitattu 26.11.2015, <http://www.aka.fi/fi/tiede-poliittinen-toiminta/akatemiaohjelmat/paattyneet-tutkimusohjelmat/uusi-sivu122/>

Tarvin, A. 2014. What is humour. Viitattu 12.11.2015, <http://www.humorthatworks.com/learning/what-is-humor/>

Wiseman, R. 2015a. Incongruity theory. Viitattu 13.11.2015, <http://www.richardwiseman.com/LaughLab/incon.html>

Wiseman, R. 2015b. Superiority theory. Viitattu 13.11.2015, <http://www.richardwiseman.com/LaughLab/super.html>

Wiseman, R. 2015c. Freudian funnies. Viitattu 13.11.2015, <http://www.richardwiseman.com/LaughLab/freud.html>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. Yhteiskuntatieteellinen tietokirjasto. Havainnointi. Viitattu 11.12.2015, [http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_4.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_4.html)

Yle uutiset. 2013. Suomalainen huumori syntyy tutuista hahmoista. Viitattu 16.11.2015, [http://yle.fi/uutiset/suomalainen\\_huumori\\_syntyy\\_tutuista\\_hahmoista/6825279](http://yle.fi/uutiset/suomalainen_huumori_syntyy_tutuista_hahmoista/6825279)

**ENNEN TAPAAMISTA**

- 1) **Palauttakaa mieliin** mitä olemme Humos-hankkeessa tähän mennessä keskustelleet ja pohtineet yritystenne ajankohtaisista haasteista sekä siitä miten huumori näyttäytyy toiminnassanne.

Viime kevään työskentelyssä on noussut esiin seuraavat asiat:

**Huumori markkinoinnissa ja viestinnässä**

- Mainosviestintä
- Brändi
- Oman osaamisen esiintuominen huumorin kautta

**Huumorin vaikutus vuorovaikutuksessa työyhteisössä ja asiakasrajapinnassa**

- Huumorin siirtäminen yrityksessä
- Rekrytointi ja huumori
- Huumori ja arvot
- Tuotekehitys
- Huumori organisaatiomuutoksessa
- Businesspotentiaalin tunnistaminen

**Huumori ja työyhteisön haasteelliset ongelmanratkaisutilanteet****Ennakkotehtävä yritysosallistujille:**

1. Keskustelkaa työpaikallanne yllä mainituista teemoista. Mitkä haasteet/ongelmat esitetyissä aihepiireissä ovat yrityksessänne ajankohtaisia. Valitkaa 1-3 tärkeintä haastetta ja kuvatkaa ne lyhyesti.
2. Miettikää yhdessä konkreettisia tilanteita yrityksenne jokapäiväisestä toiminnasta, joissa huumorilla on ollut merkittävä rooli. Valitkaa yksi tilanne ja kuvailkaa se kirjoittamalla, videoimalla tai jotenkin muuten luovalla tavalla esittäen ja tekniikka hyödyntäen. Päästäkää huumori ja luovuus valloilleen! ☺

Ennakkotehtävän tekemiseen voi mielellään osallistua yrityksestänne muitakin kuin mentorointiprosessiin osallistuvia henkilöitä. Palauttakaa tehtävät viimeistään **keskiviikkoon 23.9.2015 mennessä** osoitteeseen: [tia.kallio@axico.fi](mailto:tia.kallio@axico.fi) Vahvistakaa saman

**Ennakkotehtävä opiskelijoille ja humoslaisille:**

1. Miettikää 1-3 konkreettista tilannetta, joissa huumorilla on ollut merkittävä rooli. Tilanteet voivat liittyä kokemuksiisi opiskeluissa, töissä tai vapaa-ajalla. Valitkaa yksi tilanne ja kuvailkaa se kirjoittamalla, videoimalla tai jotenkin muuten luovalla tavalla esittäen ja tekniikkaa hyödyntäen. Päästäkää huumori ja luovuus valloilleen! ☺

Palauttakaa tehtävät viimeistään **keskiviikkoon 23.9.2015 mennessä** osoitteeseen: [tia.kallio@axico.fi](mailto:tia.kallio@axico.fi)