

Elina Kesäniemi

YHTEISKEHITTÄMINEN MUSEOIDEN YLEISÖTYÖN MURROKSESSA

Tapaustutkimus arkkitehtuurin ja muotoilun
oppimisen verkkopalvelun konseptoinnista

Opinnäytetyö

Muotoilija ylempi AMK

Palvelumuotoilu

2021



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

| Tekijä/Tekijät | Tutkintonimike | Aika |
|---|-----------------------|----------------------------|
| Elina Kesäniemi | Muotoilija (YAMK) | Toukokuu 2021 |
| Opinnäytetyön nimi | | 115 sivua 25 liitesivua |
| Yhteiskehittäminen museoiden yleisötyön murroksessa Tapaustutkimus arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen verkko- palvelun konseptoinnista | | |
| Toimeksiantaja | | |
| Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo | | |
| Ohjaaja | | |
| Marjo Suviranta | | |
| Tiivistelmä | | |
| <p>Perinteisesti kulttuuriperinnön ja taiteen tallentamiseen, tutkimiseen ja kansan sivistämiseen keskittyneet museot ovat viimeisen parinkymmenen vuoden aikana kehittyneet yhä asiakas-keskeisimmiksi palveluorganisaatioiksi sekä vuorovaikutteisiksi sosiaalisen kanssakäymisen ja oppimisen ympäristöiksi. Muutoksen ytimessä on yleisösuhteiden kehittämiseen keskittyvä yleisötyö. Digitaalisen transformaation myötä suhde yleisöihin on jälleen murroksessa. Palveltavista asiakkaista on tullut aktiivisia toimijoita, jotka tuottavat, julkaisevat ja jakavat sisältöjä omissa verkostoissaan. Palveluita ei enää voida tehdä vain <i>jollekin</i> vaan ne tehdään <i>jonkun kanssa</i>.</p> <p>Tässä tutkimuksessa etsittiin keinoja vastata edellä kuvattuun muutokseen yhteiskehittämisestä. Yhteiskehittämisessä on kyse toimintalogiikan muutoksesta, jossa asiakas tai käyttäjä nostetaan palvelujen arvonluonnin ja kehittämisen keskiöön. Samalla se avaa uudenlaisen näkymän kansalaisten ja yhteiskunnan väliseen suhteeseen. Kansalaiset tulisi nähdä aktiivisina toimijoina ja julkisen arvon tuottajina, joiden toimintaa julkinen sektori tukee ja mahdollistaa.</p> <p>Kyseessä on konstrukttiivinen tapaustutkimus yhteiskehittämisen hyödyntämisestä Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon yleisötyön kehittämisessä. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten museoiden kehittämisen valtakunnallisen arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen verkkopalvelu voisi palvella verkossa ja miten se vastaisi käyttäjien tarpeisiin. Tutkimuksen tuloksena syntyi museoammattilaisten, opettajien ja arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijoiden yhteiskehittämä verkkopalvelun konsepti. Ado.fi-verkkopalvelun tarkoituksena on aluksi toimia arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen, oppimisen ja museoiden ammattilaisten palveluna, mutta myöhemmin laajentua muillekin kohderyhmille. Konsepti sisältää käyttäjäymmärryksen kiteytyksen, palvelun kehittämisen tiekartan sekä sitä konkretisoivat sisältökonseptit, ja toteutuksen ensimmäistä vaihetta tukevan rautalankamallin. Prosessin tuloksena syntyi myös museoiden yhteiskehittämisen suunnitteluun ja reflektointiin tarkoitettun työkalun prototyyppi.</p> <p>Kehitetty konsepti heijastaa laajempaa museotyön murrosta ja tukee yleisötyön tavoitteita. Sen myötä Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo voisivat myös implementoida yhteiskehittämistä toimintaansa sekä käyttäjäkeskeisenä toimintaperiaatteena, kehittämisen prosessina ja työkaluna sekä aktiivista kansalaisuutta tukevana, sosiaalisten innovaatioiden alustana.</p> | | |
| Asiasanat | | |
| museot, yleisötyö, yhteiskehittäminen, digitalisaatio, palvelukonsepti, muotoilukasvatus, arkkitehtuurikasvatus, taidekasvatus, verkko-oppiminen | | |

| Author (authors) | Degree | Time |
|--|----------------------------|-------------------------------------|
| Elina Kesäniemi | Master of culture and arts | December 2016 |
| Thesis title | | |
| Co-creation and the Flux of Audience Development in Museums Case Study of Creating Web Service Concept for Architecture and Design Learning | | 115 pages 25 pages of appendices |
| Commissioned by | | |
| Museum of Finnish Architecture and Design Museum | | |
| Supervisor | | |
| Marjo Suviranta | | |
| Abstract | | |
| <p>Since 1990's there has been a shift towards more user-centric approach in museums. Traditionally museums have been occupied with protecting and researching cultural heritage and art as well as educating people on it. Now, they have turned into service organizations and spaces for social interaction and learning. Audience development that focuses on visitor relations is in the core of this change. However, due to digital transformation audience relations are in flux once again. Customers, the objects of services, have turned into active subjects who want to create, publish and share content in their own networks. Services can no longer be just made <i>for</i> someone but rather they should be made <i>with</i> someone.</p> | | |
| <p>This research considers co-creation as a utile approach to respond to the on-going change. In co-creation the customer or user is the centre of value creation and development of services. Consequently, it offers new perspectives on relationships between citizens and society. Citizens should be perceived as active subjects and producers of public value facilitated by the public sector.</p> | | |
| <p>This research is a constructive case study of an audience development co-creation project in Museum of Finnish Architecture and Design Museum. The objective of the study was to examine how a new national architecture and design learning centre could offer services online and how would it cater to user needs. As a result of the research, a concept for the Ado.fi web service was co-created with museum professionals, teachers as well as architecture and design learning actors. In the beginning, the web service will be targeted towards professionals in the fields of museums, architecture, design and learning. In the future it can grow to host other user groups as well. The concept includes a summary of customer insights, roadmap and content concepts, as well as wireframe for the first published version. Additionally, a prototype for a tool to plan and reflect co-creation in museums was created.</p> | | |
| <p>The developed concept reflects the broader shift in museum field and contributes to the current aspirations of audience development. It opens up new possibilities for Museum of Finnish Architecture and Design Museum to implement co-creation in practice as a user-centric approach, process and tool for development, and a platform for social innovations that support the idea of active citizenship.</p> | | |
| Keywords | | |
| museums, audience development, co-creation, digitalization, service concept, design learning, architecture learning, art education, online education | | |

SISÄLLYS

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 6 |
| 1.1 | Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo – toimintaympäristönä koko Suomi | 8 |
| 1.2 | Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus A&DO | 9 |
| 2 | TUTKIMUSASETELMA | 11 |
| 2.1 | Tutkimusstrategiana konstruktivinen tapaustutkimus | 14 |
| 2.2 | Tutkimuskysymykset ja työn rakenne | 16 |
| 2.3 | Aineistonkeruu | 17 |
| 3 | MUSEOIDEN MUUTTUVA ROOLI (DIGITAALISEN) INFORMAATION AIKAKAUDELLA | 21 |
| 3.1 | Museoiden yleisöt ja saavutettavuus | 23 |
| 3.2 | Yleisötyön tavoitteet ja muodot | 25 |
| 3.3 | Digitalisaation mahdollisuudet ja haasteet museoissa | 26 |
| 3.3.1 | Materia: autenttinen artefakti versus digitaalinen reproduktio | 27 |
| 3.3.2 | Osallisuus: museo hajautettuna oppimisen verkostona | 29 |
| 3.3.3 | Representaatio: kansalaiskuratointi ja oikeus tulkita | 32 |
| 3.4 | Museoiden murroksen suunta | 34 |
| 4 | YHTEISKEHITTÄMINEN | 36 |
| 4.1 | Arvoa luova yhteiskehittäminen | 38 |
| 4.2 | Kehittämisen menetelmä | 40 |
| 4.3 | Yhteiskehittäminen julkisen sektorin uutena paradigmana | 44 |
| 4.4 | Yhteiskehittäminen museossa | 48 |
| 5 | TAPAUSESIMERKKI: ARKKITEHTUURIN JA MUOTOILUN OPPIMISEN KESKUKSEN VERKKOPALVELUKONSEPTIN YHTEISKEHITTÄMINEN | 52 |
| 5.1 | Toimeksianto | 52 |
| 5.2 | Osallistujat | 54 |
| 5.3 | Yhteiskehittämisen prosessi | 56 |
| 5.3.1 | Käyttäjäymmärryksen muodostaminen ja kiteyttäminen | 60 |

| | | |
|---|--|-----|
| 5.3.2 | Ideointi yhdessä käyttäjien kanssa | 63 |
| 5.3.3 | Prototyyppien testaus | 66 |
| 5.4 | Tuloksena verkkopalvelun konsepti..... | 70 |
| 5.4.1 | Käyttäjäpersoonat..... | 72 |
| 5.4.2 | Tiekartta..... | 77 |
| 5.4.3 | Sisältökonseptit | 80 |
| 5.5 | Prosessin arviointi | 82 |
| 6 | TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS | 86 |
| 7 | JOHTOPÄÄTÖKSET | 89 |
| 8 | POHDINTA | 94 |
| 8.1 | Palvelumuotoilu on kysymys, ei vastaus | 95 |
| 8.2 | Etämuotoilua pandemian aikaan | 96 |
| 8.3 | Museo yhteiskehittämisen ympäristönä..... | 98 |
| LÄHTEET | | 101 |
| KUALUETTELO | | 113 |
| TAULUKKOLUETTELO..... | | 115 |
| LIITTEET | | |
| Liite 1. Teemahaastattelun runko, taidetoimijat | | |
| Liite 2. Sähköinen kysely, opettajat | | |
| Liite 3. Teemahaastattelun runko, opettajat | | |
| Liite 4. Verkkopalvelun konsepti | | |

1 JOHDANTO

Museoiden toiminta on murroksessa. Perinteisesti kulttuuriperinnön ja taiteen tallentamiseen, tutkimiseen ja kansan sivistämiseen keskittyneet laitokset ovat viimeisen parinkymmenen vuoden aikana kehittyneet yhä asiakaskeskeisimmiksi palveluorganisaatioiksi sekä vuorovaikutteisiksi sosiaalisen kanssakäymisen ja oppimisen ympäristöiksi (Black 2018, 3). Museoiden välittämät narratiivit ovat monipuolistuneet voittajien historiasta heijastamaan ihmisten arkea sekä yhä useammin nostamaan esiin myös marginaaliin jätettyjen ihmisryhmien todellisuutta (Hooper-Greenhill 1994, 118–119). Mielikuva menneisyyteen tuijottavista, tästä päivästä irrallaan olevista instituutioista lienee kauan sitten unohnut stereotypia.

Lisäksi suomalaiset museot näyttävät olevan kävijämäärissä mitattuna suosionsa huipulla. Trendi on ollut voimakkaasti nouseva vuodesta 2015 alkaen. Vuonna 2019 suomalaisissa museoissa vieraili 7,64 miljoonaa kävijää, kun 2000-luvun alkuvuosina vuosittainen kävijämäärä oli noin 4–5 miljoonan tasolla. (Suomen museoliitto 2019; Suomen museoliitto 2020.)

Samaan aikaan olemme ihmiskunnan yhden suurimman murroksen keskellä. Informaatioteknologian nopea kehittyminen ja sen myötä palveluiden, prosessien ja käytännössä koko elämämme digitalisoituminen on mullistanut maailman ennennäkemättömän lyhyessä ajassa. Hilbertin (2020) mukaan menossa on historiamme kolmas merkittävä muutosaikakausi. Ensimmäisessä oli kyse materian transformaatiosta kivistä pronssiin ja rautaan. Toisen tunnemme paremmin nimellä teollinen vallankumous. Nyt on menossa digitaalinen transformatio, joka kiteytyy informaation muodon, käyttötapojen ja merkityksen murrokseen. Sen seurauksena ihmisten arki, toiminta- ja kommunikaatiotavat sekä niiden myötä esimerkiksi yhteiskuntaan ja palveluihin kohdistuvat odotukset ovat muuttuneet. Kansalaisista, palvelujen käyttäjistä, palveltavista asiakkaista on tullut monipuolisesti verkottuneita aktiivisia toimijoita, jotka tuottavat ja jakavat sisältöjä nopeassa tahdissa. (Vaughan Jones ym. 2017, 16–17.) Palveluita ei enää tehdä heitä *varten* vaan heidän *kanssaan* (Bautista 2013, 225).

Tällainen murros avaa uusia mahdollisuuksia, mutta asettaa myös vaatimuksia vastata siihen. Monet näkevät museoissa uuden teknologian tarjoamilla mahdollisuuksilla vahvistetun yleisötyön olevan vastaus yleisöjen muuttuneisiin tarpeisiin ja tukevan vuorovaikutusta ja osallisuutta (Cerquetti 2016, 32). Toiset taas miettivät seurauksia. Mitä käy museoiden ytimelle, jos autenttisten artefaktien arvo himmenee ja korvataan teknologiavälitteisillä elämyksillä? Ohjaako Instagram näyttelyiden rakentamista, kun ”selfien” arvoiset lavasteet ratkaisevat näyttelyiden suosion (Trujillo 2019)? Ovatko museot liukumassa markkinavoimien imussa kulttuurin ostoskeskuksiksi (Booth & Powell 2016, 4)?

Tässä tutkimuksessa etsitään keinoja vastata tähän muutokseen yhteiskehittämisestä. Kyse on toimintalogiikan muutoksesta, jossa asiakas tai käyttäjä nostetaan tuotteiden ja palvelujen arvonluonnin, suunnittelun ja kehittämisen keskiöön (Vargo ym. 2008, 148). Samalla se avaa uudenlaisen näkymän kansalaisten ja yhteiskunnan väliseen suhteeseen. Kansalaiset tulisi nähdä aktiivisina toimijoina ja julkisen arvon tuottajina, joiden toimintaa julkinen sektori tukee ja mahdollistaa. (Torfing ym. 2019, 800.)

Työ fokuksuu empiiriseen aineistoon perustuvaan tapausesimerkkiin yhteiskehittämisen hyödyntämisestä Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon yleisötyön kehittämisessä. Vuosina 2020–2023 museot pilotoivat uuden, valtakunnallisen arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen, A&DO:n, toimintaa. Hankekauden aikana maakuntiin jalkautuvan näyttelyn sekä arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen kentän toimijoita yhdistävän seminaarin lisäksi avataan arkkitehtuurin, muotoilun, oppimisen ja museotyön ammattilaisille suunnattu verkkopalvelu. Tämän tutkimuksen tuloksena verkkopalvelulle syntyi alustava konsepti, joka yhteiskehitettiin palvelun potentiaalisten käyttäjien kanssa. Tutkimus tarjoaa ajankohtaisen näkökulman keskusteluun museopalvelujen toimintamuotojen tulevaisuudesta sekä esimerkin menetelmästä, joka voi tukea museota tämän muutoksen mukana pysymisessä ja siihen aktiivisesti osallistumisessa.

1.1 Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo – toimintaympäristönä koko Suomi

Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo ovat Helsingissä sijaitsevia säätiöpohjaisia erikoismuseoita, joilla on museolaissa osoitettu ja valtakunnallisia vastuutehtäviä. Designmuseo on perustettu vuonna 1873 taideteollisuuden opetuskokoelmaksi. Toiminta saavutti nykymuotonsa vuonna 2005, kun Hackmanin Pro Design -säätiön fuusion yhteydessä Designmuseoon liitettiin säätiön kokoelman lisäksi Arabian museo, litalan lasimuseo ja Nuutajärven lasimuseo. Arkkitehtuurimuseon juuret ulottuvat 1940–50-lukujen taitteeseen Suomen arkkitehtiliiton perustamaan valokuvakokoelmaan ja siihen hieman myöhemmin liitettyyn Eliel Saarisen kokoelmaan. Virallisesti museo perustettiin vuonna 1956, mikä tekee Arkkitehtuurimuseosta maailman vanhimpia arkkitehtuuriin erikoistuneita museoita. (Auvinen ym. 2018, 15–16; Arkkitehtuurimuseo s.a.)

Tänä päivänä Arkkitehtuurimuseo tutkii suomalaista arkkitehtuuria, tallentaa erityisesti 1900-luvun rakennettua kulttuuriperintöä kokoelmaansa sekä järjestää näyttelyitä. Sitä hallinnoi Suomen arkkitehtuurimuseon säätiö, joka museotoiminnan kautta *”edistää, vaalii ja tukee Suomen rakennustaidetta”*. Kokoelmassa on 500 000 piirustusta ja 150 000 valokuvaa. Suomalaisen muotoilun tutkimiseen, tallentamiseen ja esittämiseen erikoistuneen Designmuseon ylläpidosta ja hallinnosta vastaa Designmuseon säätiö. Kokoelmassa on 75 000 esinettä, 45 000 piirrosta, 125 000 kuvaa sekä muotoilijarekisteri, josta löytyy 1000 muotoilijan tiedot. Molempien museoiden toiminnassa näkyy myös sitoutuminen monipuoliseen yleisötyöhön sekä yhteistyöhön erilaisten sidosryhmien kanssa. (Auvinen ym. 2018, 15–16; Designmuseo s.a.)

Molemmat museot ovat opetus- ja kulttuuriministeriön nimeämiä valtakunnallisia vastuumuseoita. Kävijämääriltään ne edustavat vastuumuseoiden pienintä ja suurinta: Arkkitehtuurimuseossa oli kävijöitä vuonna 2019 noin 23 000 ja Designmuseossa noin 190 000 (Museotilasto s.a.). Valtakunnallisten vastuumuseoiden tehtävänä on Museolain (15.3.2019/314, 9§) mukaan:

1. *”toteuttaa valtakunnallista museotoimintaa erikoisalallaan;*
2. *kehittää ja edistää kulttuuriperintötyötä ja museoiden yhteistyötä erikoisalallaan;*
3. *toimia erikoisalansa kulttuuriperinnön valtakunnallisena asiantuntijana;*
4. *ylläpitää ja edistää erikoisalansa kansainvälisiä yhteyksiä;*

5. *edistää erikoisalansa kulttuuriperinnön tallentamista ja digitaalista saatavuutta.*”

Museot toimivat vielä erillisinä ja itsenäisinä organisaatioina, mutta askelia yhdistymiseen on otettu opetusministeriön, Helsingin kaupungin ja museoita ylläpitävien säätiöiden vuonna 2018 tilaaman uuden yhtenäisen arkkitehtuuri- ja designmuseon selvityksen myötä. Vuonna 2019 museolle valmistui alustava konsepti ja toteutusmalliehdotus. (Auvinen ym. 2019, 3.) Viime vuonna Suomen hallitus esitti lisätalousarvioesityksessään osallistuvansa uuden museon pääomittamiseen, mitä voidaan pitää merkittävänä askeleena museohankkeen konkretisoitumisessa (Designmuseo 2020).

1.2 Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus A&DO

Vuonna 2018 Designmuseo toteutti yhdessä Arkkitehtuurimuseon kanssa selvityksen museoiden yhteyteen perustettavasta arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksista. Selvitys sai rahoituksen Suomen Kulttuurirahaston Museo-*visio*-hankkeesta, joka edistää museotoiminnan uudistumista Suomessa etenkin uusien yleisöjen tavoittelemiseksi museoihin ja kävijäkokemuksen parantamiseksi (Suomen kulttuurirahasto s.a.). Museo-*vision* jatkorahoituksen turvin museot jatkavat keskuksen toiminnan kehittämistä ja pilotointia vuosina 2020–2023. Jatkohankkeen myötä oppimisen keskus sai nimekseen A&DO.

Oppimisen keskuksen taustalla on museoiden havaitsema kiinnostuksen kasvu arkkitehtuurin ja muotoilun menetelmiä kohtaan. Suomalainen arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen kenttä pystyy vastaamaan kysyntään vain vaillinaisesti ja toimijoiden keskuudessa on jo pidemmän aikaa kaivattu kenttää yhdistävää voimaa. Hankkeen työsuunnitelmassa (Designmuseo 2019) tarvetta on kuvattu seuraavasti:

”Tarjolla olevat resurssit ovat hajanaiset: palveluita ei löydetä ja niitä on tarjolla vain paikallisesti. Vielä ei myöskään tunnisteta, mihin kaikkeen oppimiseen arkkitehtuuri ja muotoilu tarjoavat mahdollisuuksia.”

Muotoiluajattelusta näyttää tulleen yksi ydintaito pärjätä kiihtyvällä tahdilla muuttuvassa toimintaympäristössämme. Muotoiluajattelu on sekä arkkitehtuurille että muotoilulle ominainen luova ja analyttinen ongelmanratkaisuprosessi.

Nykyisin muotoilusta puhutaan lähes kaikilla aloilla, kun tarkastellaan organisaatioiden, prosessien ja palveluiden kehittämistä sekä innovaatioiden synnyttämistä. Se on kytköksissä laajempaan murrokseen, jossa asiakas tai käyttäjä on nostettu tuotteiden ja palvelujen suunnittelun ja kehittämisen keskiöön. Näin tarve muotoiluajattelulle on levinnyt teollisesta muotoilusta palveluiden muotoiluun ja yhä vahvemmin myös julkisen sektorin piiriin, kun on tarve tunnistaa ja ratkaista kiperiä yhteiskunnallisia ongelmia (Tschimmel 2012, 2–4; Björklund 2019, 12-13; Kirjavainen & Luukkonen 2019, 138; Torfing ym. 2019, 798). Näyttää siltä, että maailma ei ole ainoastaan muotoiltu vaan se myös pelastetaan muotoilulla.

A&DO:n myötä Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo haluavat entisestään syventää ihmisten kokemusta muotoilusta ja rakennetusta ympäristöstä, vahvistaa yleisösuhdettaan ja laajentaa museoiden kävijä- ja käyttäjäkuntaa sekä lisätä museoiden ja niiden sisältöjen saavutettavuutta valtakunnallisesti sekä näkyvyyttä kansainvälisesti. A&DO-kehittämishankkeen keskeisiä toimenpiteitä vuosina 2020–2023 ovat kuudelle paikkakunnalle jalkautuva pedagoginen näyttelykokonaisuus A&DO Labra, alan toimijoita yhteen tuovat vuosittaiset seminaarit sekä arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen valtakunnallista saavutettavuutta edistävä verkkopalvelu ammattilaisille. Pitkän aikavälin tavoitteena on juurruttaa A&DO osaksi uutta Arkkitehtuuri- ja designmuseota ja sen yleisötyötä. (Designmuseo 2019; Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus 2020.)

A&DO-hanketta vie eteenpäin nelihenkinen ydintiimi, johon kuuluvat A&DO:n kehittämispäällikkö Satu Silvanto, vastaava museolehtori Leena Svinhufvud (hankkeen johtaja) ja museolehtori Hanna Kapanen (A&DO Labra) Designmuseosta sekä yhteistyöpäällikkö Arja-Liisa Kaasinen Arkkitehtuurimuseosta. Hanketta tehdään tiiviissä yhteistyössä suunnittelu- ja museoalan ammattilaisten ja yhteisöjen kanssa. Hanketiimiä sparraavassa A&DO-työryhmässä on mukana alan keskeisiä toimijoita: Archinfo, Ornamo, Lasten ja nuorten arkkitehtuurikoulu Arkki sekä Suomen muotoilukasvatusseura Suomu ry. (Designmuseo 2020.)

2 TUTKIMUSASETELMA

Niin digitalisaatio kuin yleisötyökin ovat ajankohtaisia aiheita suomalaisessa kulttuuripolitiikassa. Yleisötyötä on tehty museoissa Suomessa muodossa tai toisessa jo 100 vuotta, ja se on yleistynyt kansainvälisen kehityksen tapaan 2000-luvun aikana (Sorjonen & Sivonen 2015, 11). Silti se on tullut museolakiin verrattain myöhään. Lain uudistuksessa 1996 museoiden tehtäviin kirjattiin ensimmäistä kertaa tiedonvälityksen näkökulmasta opetus (Museolaki 20.12.1996/1166, 1§) ja vuonna 2005 lakia uudistettiin tarkoituksena nimenomaisesti korostaa museoiden ja yleisöjen välistä vuorovaikutusta (Hannula 2019, 169). Vasta lain uusimmassa päivityksessä (Museolaki 15.3.2019/314, 2§) mainitaan yleisötyö nimeltä museotoiminnan tarkoituksen yhteydessä.

Digitaalisuus on nostettu esiin muun muassa sisältöjen ja palvelujen saatavuuden parantumisen, alueellisten kulttuuripalveluiden turvaamisen ja ihmisten osallisuuden näkökulmista opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategiassa vuodelle 2025 (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 27) ja museopolitiisessa ohjelmassa vuodelle 2030 (Mattila 2018, 25). Digitalisaatio näkyy myös kulttuuripalveluita koskevassa lainsäädännössä. Digitaalisen tiedon tai sisällön tallentaminen ja saavutettavuuden edistäminen on kirjattu alueellisten ja valtakunnallisten vastuumuseoiden tehtäväksi vuoden 2020 alusta voimaan tulleessa Museolaissa (2019/314). Esityksessään muutoksille Kuntien kulttuuritoimintaa koskevaan lakiin hallitus näki digitaaliset kulttuuripalvelut keinona parantaa saavutettavuutta ja saatavuutta sekä trendinä, joka tulee muuttamaan kulttuuripalveluiden järjestämis- ja tuotantotapoja (Hallituksen esitys 2018/195).

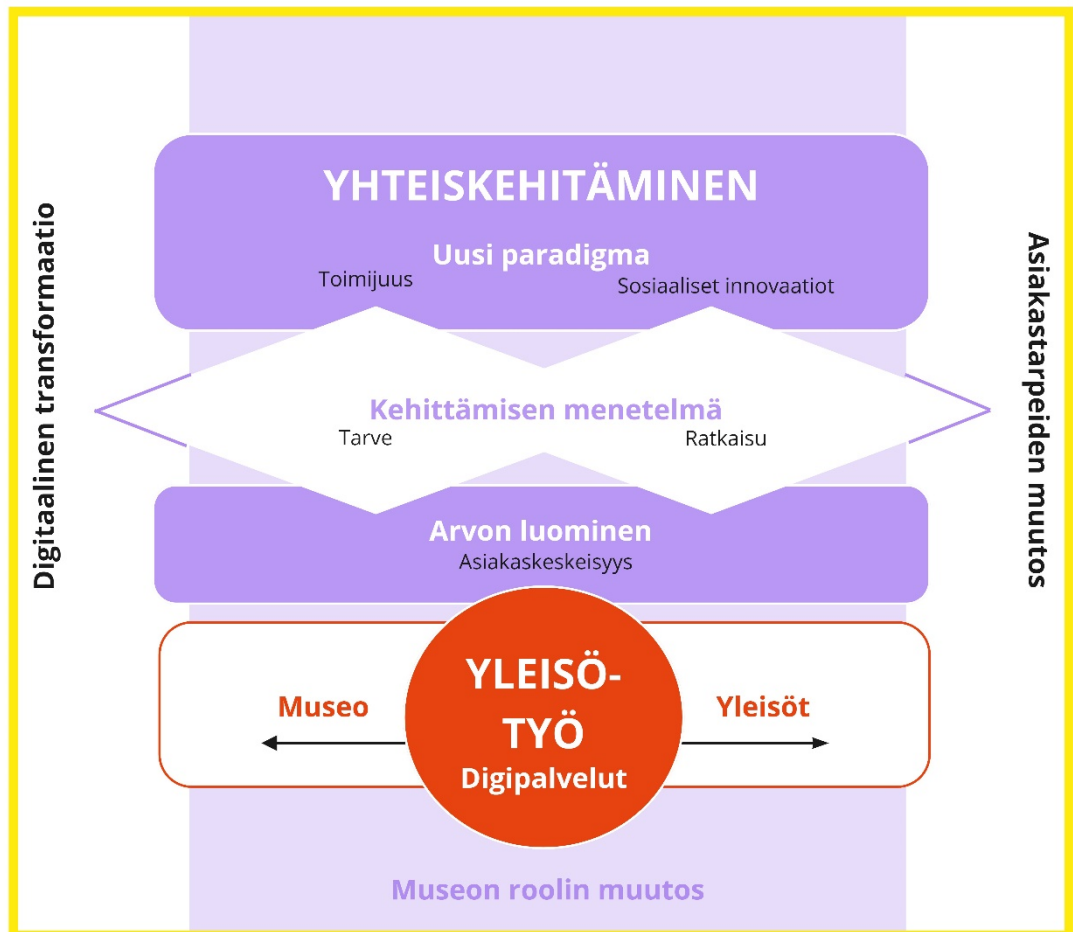
Kulttuurialan kyvystä nousta digitaalisen transformaation aallonharjalle näyttää olevan erilaisia tulkintoja. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategiassa maalataan kuvaa luovista aloista viitoittamassa tietä digitalisaation eturintamassa (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017, 27). Suomen hallitus on puolestaan arvioinut vuoden 2014 tilannekuvan perusteella sähköisten kulttuuripalveluiden käyttöönoton melko vaatimattomaksi ja nähnyt haasteena erityisesti taloudelliset ja henkilöstöresurssit (Hallituksen esitys 2018/195). Digitalisaation vaikutuksia ja näkymistä kulttuurilaitoksissa onkin tutkittu Suomessa hämmästyttävän vähän. Kulttuuripolitiikan tutkimuslaitos Cupore on kuitenkin

käynnistänyt aiheen ympärille tutkimushankkeen. Vuosien 2017–2018 selvityksessä yhdessä OKM:n kanssa Cupore totesi, että digitaalisen teknologian tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntäminen näkyy kulttuurilaitoksissa pitkälti vain viestinnän ja markkinoinnin prosesseissa sekä museoiden ja arkistojen kokoelmien digitoinnissa, mutta muuten teknologian mahdollisuuksia hyödynnetään vielä hajanaisesti (Harju & Sainio 2018, 11). Toisaalta kevät 2020 on tässäkin asiassa todennäköisesti ollut merkittävä käännekohta. COVID-19-pandemian seurauksena museot olivat muiden kulttuuripalveluiden tavoin uudenlaisen haasteen edessä, kun julkiset tilat suljettiin yleisöiltä. Tilanne on varmasti nostanut esiin puutteita digitaalisissa palveluissa sekä synnyttänyt tarpeen pikaisesti omaksua uudenlaisia tapoja toimia vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa lähikontaktia välttäen. Jää nähtäväksi, miten pysyviä vaikutuksia tällä on kenttään.

Suhde yleisöön, osallisuus sekä niihin kytkeytyvä museon roolin murros ovat olleet 2000-luvulla museoita koskevassa kansainvälisessä tutkimuksessa suosittuja aiheita (Cerquetti 2017, 35; Ayala 2019, 4). Nämä tutkimukset tulevat lähelle yhteiskehittämistä, vaikkei se olisikaan niiden varsinainen fokus. Matkailun ja turismin tutkimuksessa arvon ja vierailijakokemuksen yhteiskehittäminen museossa (esim. Antón ym. 2015; Campos ym. 2015; Thyne & Hede 2016) ja niiden kytkeminen uuden teknologian luomiin mahdollisuuksiin (esim. Jung ym. 2016; Kirova 2020) herättävät innostunutta keskustelua. Tutkimusta yhteiskehittämisen laaja-alaisesta soveltamisesta museotoiminnassa ei kuitenkaan ole vielä tavattoman paljon. Simonin (2010) julkaisema *Participatory Museumia* voidaan pitää jonkinlaisena perusteoksena, jossa myös yhteiskehittäminen museokontekstissa määritellään suhteellisen tarkasti. Myös esimerkiksi Lam ym. (2013) ja Govier (2009) ovat nostaneet yhteiskehittämisen varteenotettavaksi laajemmaksi lähestymistavaksi uudistaa museoinstituutiota. Vaikka yhteiskehittäminen näyttää käsitteenä asettuneen joihinkin museoalaan liittyviin määritelmiin (esim. Euroopan komissio 2012, 1), käsitteen ympärillä on vielä paljon epäselvyyksiä myös tutkimuksen kentällä. Joissakin yhteyksissä (esim. Govier 2009, 3–4) se näyttää pelkistyneen osallisuuden tai yhteistyön synonyymiksi.

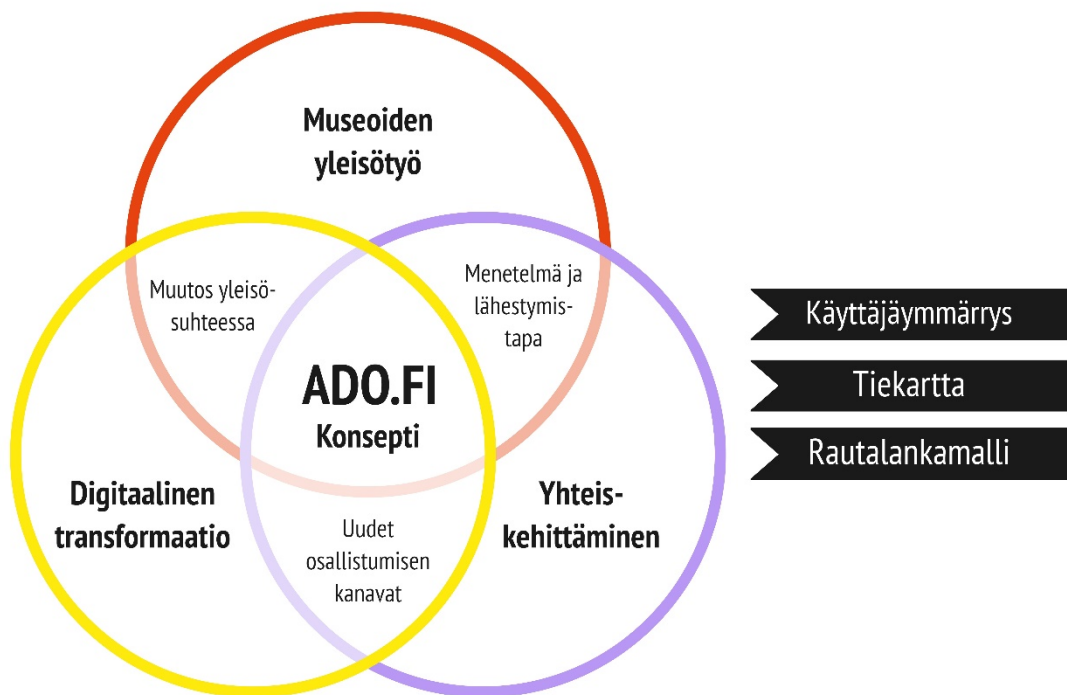
Tässä tutkimuksessa tarkastellaan, millaisia näkymiä yhteiskehittäminen avaa museoiden murrokseen ja yleisötyön merkityksen korostumiseen digitaalisen

informaation aikakaudella. Tarkastelen museoiden toiminnan muutosta digitaalisen transformaation myötä etenkin yleisötyön näkökulmasta ja esittelen yhteiskehittämisen sekä metodisena ratkaisuna muutokseen vastaamisessa, että laajempina lähestymistapana museoiden yleisö- ja yhteiskuntasuhteen kehittämiseen tässä ajassa (kuva 1).



Kuva 1. Käsittekartta (Kesäniemi 2021)

Konstruktivisen kehittämistehtävän tuloksena syntyi arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen eli A&DO:n verkkopalvelun (Ado.fi) konsepti (kuva 2, s.14). Yhtäältä se tarjoaa Arkkitehtuurimuseolle ja Designmuseolle pidemmän aikavälin tiekartan A&DO:n sähköisten palvelujen kehittämiseen käyttäjätarpeiden pohjalta ja toisaalta se tarjoaa konkreettisen rautalankamallin verkkopalvelun ensimmäisen version julkaisua varten.



Kuva 2. Viitekehys (Kesäniemi 2021)

Seuraavaksi avaan tarkemmin valittua tutkimusstrategiaa, tarkempia tutkimuskysymyksiä ja työn rakennetta sekä aineistonkeruun toteutusta.

2.1 Tutkimusstrategiana konstrukttiivinen tapaustutkimus

Lähestyn tutkimusongelmaa konstrukttiivisesti tapaustutkimuksen viitoittamalla tiellä. Tapaustutkimus pitää sisällään monenlaisia lähestymistapoja ja metodologioita, joita yhdistää keskittyminen yhteen tai muutamiin selvästi rajattuihin tapauksiin, jotka ovat tavalla tai toisella kiinni tämän hetken ilmiöissä (Eriksson & Koistinen 2005, 4–5). Konstruktivistista tutkimusta voidaan pitää tapaustutkimuksen yhtenä muotona, jossa tutkimuksen tavoitteena on kehittää ratkaisu johonkin käytännön ongelmaan (Lukka 2001).

Muutkin tutkimusstrategiat olisivat olleet mahdollisia. Koska kyseessä on palvelumuotoilun opinnäytetyö, tunsin eritoten vetoa muotoilun ja kasvatustieteen piirissä käytettyyn, ehkä hieman vähemmän tunnettuun lähestymistapaan, jota kutsutaan suomeksi kehittämis- tai muotoilututkimukseksi. Se kääntyy luontevammin englanniksi muun muassa *design researchiksi*, *research through designiksi* (RTD), *design based researchiksi* (RBT) ja *design for researchiksi*

(Stappers & Giaccardi 2017; Pernaa 2015, 1). Sen taustalla on ymmärrys niin tutkimuksen merkityksestä tuotteiden ja palveluiden suunnitteluprosesseissa kuin tiedon luomisesta ja välittämisestä osana muotoiluprosessin ydintä eli se toimii jonkinlaisena siltana teorian ja käytännön muotoiluprosessin välillä (Stappers & Giaccardi 2017). Kuitenkin lähestymistavan tutkimusprosessin suhteellisen vaativa syklisyys, edellytys yleistettävän teorian luomisesta käytännönsovelluksen ohella (Pernaa 2015, 5, 7) sekä kokonaisuudessaan siihen liittyvä polveileva koulukuntakeskustelu (Stappers & Giaccardi 2017) tuntuivat lopulta etäännyttäviltä ja opinnäytetyölle liian vaativilta.

Humanistisissa ja sosiaalitieteissä suosittu toimintatutkimus olisi ollut myös lähellä muotoilututkimuksellista lähestymistapaa. Niitä yhdistää käytäntöön suuntautuneisuus eli tavoite pelkän kuvaamisen ja selittämisen sijaan saada aikaan muutosta ja johtaa siitä tietoa, tutkittavien osallistuminen aktiivisina subjekteina, aineistonkeruumenetelmien moninaisuus sekä prosessin iteratiivisuus eli syklisyys (esim. Kuula 2006; Anderson & Shattuck 2012, 16–18; Pernaa 2015, 3–5). Toimintatutkimuksessa suhtautuminen uuden teorian kehittämiseen on kevyempi kuin muotoilututkimuksessa ja siinä keskitytäänkin enemmän paikallisen ratkaisun kehittämiseen (Pernaa 2015, 4). Lopulta tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan ollut toimintatutkimuksen tavoin tarkoitus seurata muutoksen aikaansaamia vaikutuksia (Kuula 2006), vaan työ sijoittui verkkopalvelun kehittämis- ja toteutusprosessin alkupäähän.

Vaikka konstruktiiivinen tutkimusote on suosiossa ennen kaikkea liiketalouden ja tekniikan aloilla (Lukka 2001), se tarjosi lopulta selkeimmän kehyksen tämän työn käytäntöön kytkeytyviin tavoitteisiin, tutkijan asemointiin suhteessa tutkimukseen osallistuviin ja tutkittavaan aiheeseen sekä tutkimusprosessiin. Lukka (2001) määrittelee tutkimusotteen olevan ”*innovatiivisia konstruktioita tuottava metodologia, jolla pyritään ratkaisemaan reaali maailman ongelmia ja tällä tavoin tuottamaan kontribuutioita sille tieteenalalle, jossa sitä sovelletaan*”. Sen ytimessä on kehitetty konstruktio eli ihmisen keksimä artefakti, joka ymmärretään tässä yhteydessä laajasti tuotteina, prosesseina, malleina ja niin edelleen.

Konstruktiiivisen tutkimuksessa tutkimusongelmaa pyritään ymmärtämään sekä aikaisemman teoreettisen tutkimustiedon valossa, että empiirisen aineiston

pohjalta. Sen jälkeen ongelmaan ideoidaan ja kehitetään ratkaisu, jota käytännössä testaamisen jälkeen peilataan jälleen suhteessa teoriaan. Tutkija ja tutkimukseen osallistujat työskentelevät yhdessä ja prosessiin liittyy kokemuksellista oppimista. (Lukka 2000, 4–7; Lukka 2001.) Konstruktivinen tutkimusote tuleeekin tässä hyvin lähelle muotoilun prosessia ja tarjoaa siksi erinomaisen lähestymistavan tähän työhön.

2.2 Tutkimuskysymykset ja työn rakenne

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten Arkkitehtuurimuseon ja Designimuseon valtakunnallinen arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen verkkopalvelu voisi palvella verkossa ja miten se vastaisi käyttäjien tarpeisiin. Kehittämistyön taustoittamiseksi haluan ymmärtää, kuinka museoiden tehtävät ja rooli ovat muuttuneet viimeisen parinkymmenen vuoden aikana ja miten tämä muutos vaikuttaa museoiden suhteeseen niiden yleisöjen kanssa. Lisäksi selvitan, miten yhteiskehittämällä voitaisiin vastata tuohon muutokseen. Tutkimuksen aikana yhteiskehitettävä palvelu tarjoaa konkreettisen esimerkin yhteiskehittämisen prosessista digitaalisen yleisötyön kontekstissa.

Tutkimuksen voidaan ajatella muodostuvan kolmesta osasta: 1. Ongelman määrittely ja ymmärtäminen, 2. Kehittämisprosessi ja 3. Kehittämistuotos. Olen avannut tutkimuskysymyksiä, työn tavoitteita, rakennetta sekä niiden suhdetta toisiinsa taulukossa 1.

Taulukko 1. Tutkimuskysymykset, tavoitteet ja rakenne (Kesäniemi 2021)

| | | | |
|------------------------------|---|---|--|
| Päätutkimuskysymys | Miten valtakunnallinen arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus palvelee verkossa? | | |
| Tutkimuksen osat | Ongelman määrittely ja ymmärtäminen | Kehittämisprosessi | Kehittämistuotos |
| Alatutkimuskysymykset | Miten museoiden tehtävät ja rooli ovat muuttuneet digitaalisen informaation aikakaudella? Miten muutos vaikuttaa museoiden suhteeseen yleisöjen kanssa? | Miten ja miksi yhteiskehittäminen voi tukea museoita muutoksessa? | Millainen digitaalinen arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen palvelu tuottaa arvoa varhaiskasvatuksessa, perusopetuksessa ja toisella asteella työskenteleville opettajille sekä arkkitehtuuri- ja |

| | | | |
|---------------------------------------|--|--|---|
| | | | muotoilukasvatuk- sen toimijoille? |
| Tavoite | Tutkimusongelman ymmärtäminen aiemman tutkimuk- sen pohjalta. Tutkimusprosessin aikana saadun tie- don ymmärtäminen laajemmassa kon- tektissa. | Tutkimusongelman lähestyminen toimin- nallisesti ja tiedon tuottaminen tavoista ratkaista vastaavia haasteita | Verkkopalvelun kon- septi A&DO:lle ja konkreettinen rauta- lankamalli verkko- palvelun toteutuksen ensimmäisen vai- heen visuaalisen ja teknisen suunnitte- lun tueksi. |
| Tutkimusraportin kappaleet | 3. Museoiden muut- tuva rooli (digitaali- sen) tiedon aikakau- della 7. Johtopäätökset 8. Pohdinta | 4. Yhteiskehittämi- nen 5. Tapausesimerkki | 5.4 Tuloksena verk- kopalvelun konsepti Liite 4. Verkkopalve- lun konsepti |

Ensin avaan tutkimusongelmaa aiemman tutkimuksen pohjalta. Sen jälkeen esittelen teoreettisen viitekehyksen ja avaan tutkimusongelman lähestymistä toiminnallisesti samalla tuottaen tietoa mahdollisista tavoista ratkaista vastaavia haasteita ja sitten yhdistän kaksi ensimmäistä konkreettiseksi tuotokseksi, jolla on potentiaali aiheuttaa konstruktivisen tutkimuksen hengessä muutos reaali-
maailmassa. Lopuksi tarkastelen kahden jälkimmäisen tuottamia oppeja ensimmäisen kautta ja näin peilaan käytäntöä teoriaan.

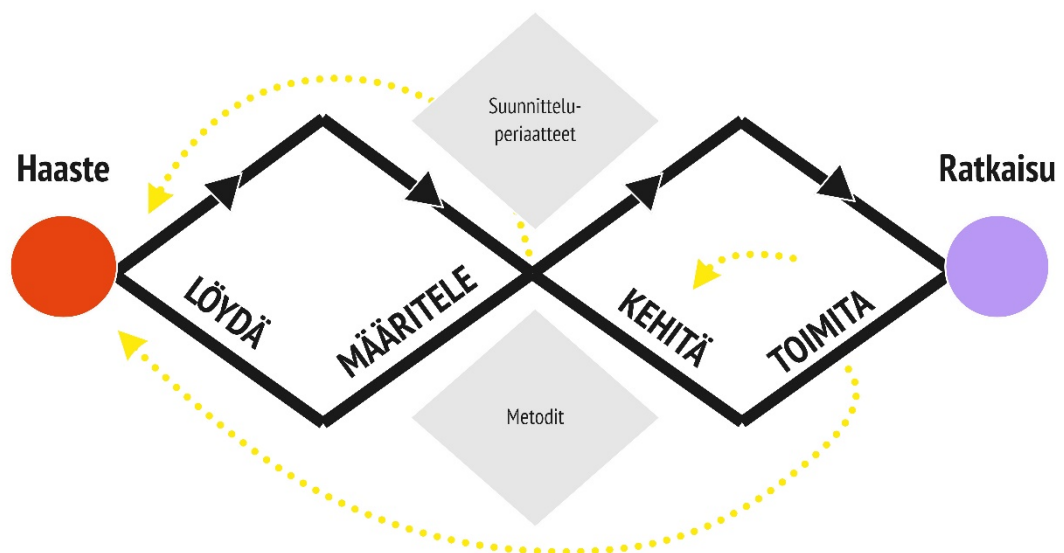
2.3 Aineistonkeruu

Olen kerännyt tutkimuksen aineiston noin viiden kuukauden ajanjaksona vuosien 2020 ja 2021 aikana laadullisin menetelmin. Tutkimukseen on osallistunut erilaisissa rooleissa 24 museoalan, arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen ja oppimisen ammattilaista sekä kehitetyn verkkopalvelun potentiaalista käyttäjää. Kehittämisen- ja aineistonkeruuprosessi on suunniteltu palvelumuotoilussa paljon hyödynnetyn kaksoistimanttimallin pohjalle (Design Council 2004). Se on sovitettavissa myös hyvin yhteen konstruktivisen tutkimusprosessin kanssa (Lukka 2000, 4–7).

Design Council lanseerasi vuonna 2004 kaksoistimanttimallin, johon on sittemmin viitattu, ja jota on varioitu sekä alan oppikirjoissa, että palvelumuotoiluyri-

tyksissä niin, että siitä on tullut palvelumuotoilun kulmakiviä. Siinä yhdeksi muotoiluperiaatteeksi määritellään yhteiskehittäminen. Tuulaniemi (2011) kuitenkin korostaa, että ”yhteiskehittäminen on palvelumuotoilua” ja ”palvelumuotoilu on yhteiskehittämistä”. Palvelumuotoilussa käyttäjien mukaan ottaminen suunnitteluprosessiin on keskiössä, joten yhteiskehittämistä ei voida erottaa yksittäiseksi menetelmäksi. Se on enemmänkin koko prosessia leimaava *periaate ja työtap*a.

Kaksoistimattimallissa (kuva 3) on kaksi päävaihetta eli timanttia, joista ensimmäisessä hahmottuu käsillä oleva ongelma ja toisessa siihen kehitetään ratkaisu. Lisäksi molemmat timantit jakautuvat kahteen osaan, joista ensimmäisen ovat ”tutki” ja ”määrittele” ja toisen ”kehitä” ja ”viimeistele”. (Design Council 2004.)



Kuva 3. Kaksoistimanttimalli (Design Council 2004 mukaan; Kesäniemi 2021)

Konstruktiiivinen tutkimus voidaan jakaa seitsemään vaiheeseen: 1. Tutkimusongelman tunnistaminen, 2. Tutkimusyhteistyöstä sopiminen, 3. Ymmärryksen syventäminen, 4. Ratkaisuidean kehittäminen ja konstruktio, 5. Ratkaisun implementointi ja testaus, 6. Ratkaisun soveltamisen arviointi ja 7. Reflektointi (Luukka 2001). Vaiheet sopivat karkeasti ottaen yhteen kaksoistimantin kanssa (kuva 4, s. 19). Konstruktiiivisessa tutkimusprosessissa on tosin kuvattu sellaisia muotoiluprosessia edeltäviä ja sen päätymistä seuraavia vaihteita, joita kaksoistimantissa ei varsinaisesti kuvata.



Konstruktioivinen malli

Kuva 4. Kaksoistimanttimalin ja konstruktioivisen mallin vertailu (Kesäniemi 2021)

Aineisto on syntynyt osana kehittämistehtävän yhteiskehittämisen prosessia ennen kaikkea tutkimushaastatteluin ja työpajatyöskentelyn kautta. Aineiston analysoinnissa on hyödynnetty temaattista analyysia, joka poikkeaa sisältö-analyysista siinä, että teemat muodostetaan aineistolähtöisesti. Aineiston pohjalta kerätään kiinnostavat seikat yhteen ja luokitellaan aineisto potentiaalsiin teemoihin. (Sarajärvi & Tuomi 2017.) Aineiston järjestelyssä on käytetty pääasiassa samankaltaisuusperiaatteeseen liittyvää luokittelua ja kiteytyksissä hyödynnetty erilaisia palvelumuotoilun työkaluja.

Teemahaastattelut ovat kenties laadullisen tutkimuksen käytetyin menetelmä (Vilka 2017). Tässä työssä tutkimushaastattelua käytettiin käyttäjäymmärrystä rakennettaessa kehittämisen prosessin alkuvaiheessa. Myös prototyypin testaus-tilanteita voidaan pitää eräänlaisena tutkimushaastatteluna, sillä teemahaastattelu voi sisältää haastateltaville tarkoitettuja erilaisia tehtäviä (Vilka 2017).

Tutkimushaastattelut käyttäjäymmärrystä rakennettaessa olisi voinut toteuttaa fokusryhminä. Menetelmä sopii hyvin ammattiryhmän näkemysten selvittämiseen ja siinä haastateltavilla on myös mahdollisuus rakentaa tietoa yhdessä vuoropuhelussa toistensa kanssa (Vilka 2017). Käytännössä eri organisaatioista tulevien ihmisten aikataulujen sovittelu oli sen verran haastavaa, että haastattelut päädyttiin toteuttamaan yksilöhaastatteluina lukuun ottamatta yhtä toisen asteen opettajien haastattelua, joka toteutui kolmen hengen ryhmässä. Opettajat vastasivat ennen teemahaastatteluun osallistumista muutamia avoi-

miin kysymyksiin sähköisellä lomakkeella. Tarkoituksena oli näin saada useampia osallistujia ja tunnistaa joukosta teemahaastatteluun suostuvat henkilöt. Käytännössä yhtä perusopetuksen opettajaa lukuun ottamatta kaikki lomakekyselyyn vastanneet suostuivat myös teemahaastatteluun. Teemahaastattelut toteutettiin pääasiassa verkon yli videokonferenssisovelluksella ja pääasiassa ilman kuvayhteyttä. Jos tekniikka ei toiminut, käytettiin puhelinta. Verkon yli tehtyjen haastattelujen ääniraita tallennettiin, mutta kaikista haastatteluista tehtiin muistiinpanot myös käsin.

Prototyypin testaus toteutettiin yksilö- ja ryhmähaastatteluina verkon yli videokonferenssisovelluksella hyödyntäen kuvayhteyttä. Yksi testaus toteutettiin kasvotusten. Testaajaryhmät olivat: Museoiden sisäinen (kolmen hengen ryhmä), satunnaiset kävijät (kolme henkilöä kahdenvälisinä testauksina), opettajat (kaksi henkilöä kahdenvälisinä testauksina) ja arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijat (kuuden hengen ryhmänä). Tarkoitus oli toteuttaa myös ryhmätestaus opettajille, mutta se ei toteutunut osallistujien puutteen ja aikatauluongelmien vuoksi.

Osallistava työpajatyöskentelyn tavoite oli tukea yhteisen ymmärryksen muodostumista ja ideoiden yhteiskehittelyä. Tämän kehittämistyön aikana järjestettiin yksi kaikille käyttäjille yhteinen työpaja palvelun ideointia ja unelmointia varten. Työpaja järjestettiin verkon yli pienryhmätyöskentelyn mahdollistavan videokonferenssisovelluksen kautta kuvayhteydellä. Siihen osallistui 12 henkilöä. Sen lisäksi A&DO:n ydinryhmälle järjestettiin pienempiä työpajoja prosessin eri vaiheissa kerätyn aineiston analysoimiseksi ja löydösten priorisoimiseksi.

Verkkopalvelun konseptoinnin prosessia ja menetelmiä avataan seikkaperäisemmin luvussa 5, jossa tapausesimerkki esitellään.

3 MUSEOIDEN MUUTTUVUUS ROOLI (DIGITAALISEN) INFORMAATION AIKAKAUDELLA

Museot ovat muuttuneet viimeisen parinkymmenen vuoden aikana kuraattori-vetoisista sivistyksen alttareista asiakaskeskeisiksi palveluorganisaatioiksi (Cerquetti 2017, 36). Muutoksen ytimessä on yleisötyö, jossa korostetaan vuorovaikutteista suhdetta yleisöön, yleisöpohjan monipuolistamista sekä yleisöä lähelle tulevaa, saavutettavaa palvelua (Sorjonen & Sivonen 2015, 11–12).

Vaikka yleisötyö on noussut mielenkiinnon kohteeksi erityisesti tällä vuosituhanella, sillä on museoissa pitkät juuret. Jo 1920–30-lukujen vaihteessa museoiden yleisötutkimuksen uranuurtaja Edward S. Robinson (1928, 66) nosti esiin, että museot voisivat tehdä yhteistyötä kasvattajien kanssa ja näin museoista tulisi psykologisesti lähestyttävämpiä jokaiselle museokävijälle. Hänen esittämänsä metodit museovieraiden havainnoinnista ja varjostamisesta kuulostavat ajankohtaisilta tänäkin päivänä myös palvelumuotoilun kentässä. Robinsonin mukaan museoiden tulisi mukauttaa toimintaansa yleisöjen ymmärrykseen ja tehdä museoista sellaisia, että kenenkään ei tarvitsisi tuntea tulevaisuutta alen- tai ylenkatsotuksi. Vaikka seuraavilla vuosikymmenillä keskityttiinkin enimmäkseen tutkimaan museoyleisöjä vapaa-ajan käyttäytymisen, markkinoinnin ja taitteen vastaanottamisen näkökulmista, 1970-luvulla tehtiin nykykontekstissakin kiinnostavia havaintoja museopalveluiden käytön eriytyemisestä eri yhteiskuntaluokkien välillä sekä lapsuuskokemusten merkityksestä palvelukäyttäytymiseen aikuisiällä (Hood 1993, 18–23).

Kuitenkin vasta tultaessa 1990-luvulle näkemys museoiden tehtävästä ja niiden toimintatavat alkoivat saada sitä muotoa, joka niillä on tänä päivänä niin yleisötutkimuksen kentällä kuin käytännön museotoiminnassa. Tutkimus- ja tallentamistehtäviä unohtamatta keskiössä ovat kävijäkokemus, oppiminen ja viihde (Booth & Powel 2016, 3–4) tai pikemminkin *edutainment* (Cerquetti 2017, 38), jonka voisi kääntää opettavaiseksi viihteeksi tai viihdyttäväksi oppimiseksi. Museologisen tutkimuksen kentässä muutoksen taustalla vaikuttavat muun muassa Peter Vergon työhön pohjautuva *uusi museologia*¹, joka haastoi museoiden siihen asti vaaliman elitistisen maailmankuvan ja pysähtyneen tulkinnan

¹ Alunperin englanniksi *“New Museology”*.

mahtimiesten historiasta, sekä uudempana *kriittinen museologia*² (Ross 2004, 85–86; Ayala ym. 2019, 2). Molemmat teoriat korostavat museoiden yhteyttä sosiaaliseen yhteisöön sekä merkitystä yhteiskunnallisen keskustelun resurssina ja areenana (Ayala ym. 2019, 2).

Yleisötyö on 2000-luvun kuluessa vakiinnuttanut asemansa etenkin suurimmissa museoissa. Kansainvälinen museoneuvosto ICOM (2007) nostaa museon määritelmässään oppimisen ja nautinnon tutkimuksen ohella museoiden toiminnan päämääräksi ja sitoo museoiden olemassaolon oikeutuksen sekä yhteiskuntavastuuseen että yleisöihin:

”Museo on pysyvä, taloudellista hyötyä tavoittelematon, yhteiskuntaa ja sen kehitystä palveleva laitos, joka on avoinna yleisölle ja joka tutkimusta ja opetusta edistääkseen ja mielihyvää tuottaakseen hankkii, säilyttää, tutkii, käyttää tiedonvälitykseen ja pitää näytteillä aineellisia ja aineettomia todisteita ihmisestä ja hänen ympäristöstään.”

Myös Euroopan Unionin neuvoston ulostuloissa kulttuuriperinnön vaaliminen on kiinnitetty hyvin selvästi kansalaisten osallistumismahdollisuuksien tukemiseen vuorovaikutuksessa kansalaisyhteiskunnan kanssa sekä hyvään elämään ja sosiaaliseen koheesioon. (Euroopan Unionin neuvosto 2005; Euroopan Unionin neuvosto 2014, 3.)

Cerquetti (2017, 39) kiteyttää museoiden muuttuneen eksklusiivisista sivistyksen jakamiseen keskittyneistä paikoista inklusiivisiksi oppimisen ympäristöiksi, jotka on tehty jollekin sen sijaan, että ne vain kertoisivat jostakin. Muutosta ajaa edelleen tarve säilyä relevanttina palveluna suurten yhteiskunnallisten muutosten keskellä sekä demokraattinen mandaatti tuottaa arvoa mahdollisimman moninaisille yleisöille. Omaksumalla yleisötyön lähestymistapoja sekä yleisöjen osallisuutta, interaktiivisuutta ja immersiiivisiä kokemuksia lisääviä uusia teknologioita tätä muutosta viedään eteenpäin. Digitalisaation myötä museoissa onkin ehkä käynnistynyt uusi murros. Enää ei voida ajatella, että museoissa työskennellään yleisöjä varten vaan niiden kanssa (Bautista 2013, 225).

² Alunperin englanniksi *”Critical Museology”*.

Tässä luvussa avaan aluksi yleisötyön käsitettä tarkastelemalla yleisötyön tarvetta museoiden yleisöjen kautta sekä kuvaamalla yleisötyön tavoitteita ja tarkoitusta. Sen jälkeen käyn läpi, miten digitalisaatio on vaikuttanut museoihin ja niiden yleisösuhteeseen. Lopuksi suuntaan katseen tulevaan selvittämällä, mihin suuntaan kehitys vie museoita seuraavaksi.

3.1 Museoiden yleisöt ja saavutettavuus

Suomessa on eletty 2010-luvun jälkimmäisellä puoliskolla jonkinlaista museoiden renessanssia, mikä näkyy museokävijämäärien voimakkaana kasvuna (Suomen museoliitto 2020). Tästä huolimatta museoiden yleisöpohja ei ole laajentunut samalla vauhdilla. Kasvaneet kävijämäärät eivät siis automattisesti indikoi, että yhä useampi ihminen kävisi museoissa vaan museopalveluita käyttävät ihmiset käyvät museoissa useammin.

Suomessa kasvavaa kiinnostusta museoita kohtaan on selitetty muun muassa Museokortin julkaisemisella. Kortti tuli markkinoille vuonna 2015 ja sen jälkeen Suomen museot ovat rikkoneet kaikkien aikojen kävijäennätyksensä joka vuosi ainakin vuoteen 2019 asti. Kävijämäärän suhteellinen kasvu on kuitenkin ollut maltillisempaa kuin pääsylipputulosten (Museokortti-liput + muut pääsylipputulot) kasvu. Ilmiön taustalla on eräänlainen positiivinen kierre. Museokortti-kävijät käyvät museoissa noin kolme kertaa useammin kuin he kävisivät ilman korttia ja tuovat usein mukanaan seuralaisia, joilla ei ole korttia. (Nordic Institute of Business and Society 2019, 2; Suomen Museoliitto 2020.)

Samaan aikaan maksuttomien käyntien määrä on kääntynyt laskuun, ei vain suhteellisesti, vaan myös absoluuttisesti. Vuonna 2019 ilmaisia kävijöitä oli hie- man alle puolet kaikista kävijöistä ja ilmaiskävijöiden määrä laski 11 000 kävijällä. Ilmaiskävijöitä ovat tyypillisesti alle 18-vuotiaat. Osa museoista järjestää myös erillisiä ilmapäiviä. Julkisesti rahoitetulle palvelulle on niiden yhteiskunnallisen tehtävän näkökulmasta tärkeää, että maksullisten kävijöiden ja ilmaiskävijöiden kehitys seuraa toisiaan. (Suomen Museoliitto 2020.) Suomen Museoliiton ja Suomen Kulttuurirahaston tilaaman tutkimuksen mukaan 40 % aikuisväestöstä käy museossa harvemmin kuin kerran vuodessa ja noin 15 % ei käy lainkaan (Holm ym. 2017, 2).

Museokortti siis lisää museoiden kävijämääriä ja pääsylipputuloloja, mutta näyttäisi aktivoivan eritoten jo valmiiksi aktiivisia. Holmin ym. (2017, 7) toteuttamassa museoiden kävijätutkimuksessa aktiivisinta kävijäryhmää edustivat 5 kertaa vuodessa tai useammin museossa käyvät ja toiseksi aktiivisinta ryhmää 2–4 kertaa vuodessa museossa käyvät. Näistä ryhmistä yhteensä 24 %:lla oli museokortti. Kaksi vuotta myöhemmin toteutettu Museokortti 2019 -tutkimus osoitti, että Museokortin käyttäjät arvioivat keskimäärin omien museokäyntikertojensa lisääntyneen kortin myötä noin neljästä käynnistä lähes 13 käyntiin vuodessa (Nordic Institute of Business and Society 2019, 12). Ero vuoden 2017 tutkimukseen on huima ja kertoo vähintään kehityksen suunnasta, vaikka myös tutkimusasetelmien eroavaisuudet selittäisivät sitä osaltaan.

EU:n tasolla tarkasteltuna suomalaiset ovat kuitenkin muiden pohjoismaalaisten vanavedessä Euroopan aktiivisimpia kulttuuripalveluiden käyttäjiä – myös museopalvelujen. EU:ssa harvemmin kuin kerran vuodessa museoissa käyviä yli 16-vuotiaita on keskimäärin lähes 60 % väestöstä. Erityisen heikkoa osallistuminen on eteläisessä ja kaakkoisessa Euroopassa. (European Union 2019, 125–129.)

Yhteiskunnallisesti merkittävän asiasta tekee, että museoissa käymättömyys ainakin EU-tasolla korreloi tilastoissa sosio-ekonomiseen asemaan liittyvien tekijöiden kuten koulutustason ja ammatin kanssa (Cerquetti 2017, 34–35). Vaikka ihmisten vapaa-ajanviettotapoja ei tule arvottaa, kulttuuriyleisön valikoituneisuutta tulee tarkastella saavutettavuuskysymyksenä. Kyse onkin kulttuuriorganisaatioiden toimintatapoihin sisäänrakennettujen esteiden tunnistamisesta. (Lindholm 2015, 26.) Vaikka museoissa käymättömät eivät välttämättä tunnista erityistä syytä käymättömyydelleen (Holm ym. 2017, 10), Suomessakin on viitteitä sosioekonomisten ja asuinpaikkaan liittyvien tekijöiden vaikutuksesta kulttuuripalvelujen käyttöön (Heikkilä 2015, 39–41). Asuinpaikkaan liittyvät erot voi tulkita johtuvan pidemmistä välimatkoista palvelujen äärelle ja vaikkapa huomommista joukkoliikennepalveluista. Silti esimerkiksi Helsingin sisällä kantakaupungin ja Itä-Helsingin välillä on palvelujen käytössä valtava ero, jota ei pysty täysin selittämään edeltävillä argumenteilla (Räisänen 2016). Maahanmuuton myötä monikulttuuristuva yhteiskunta voi olla museoille haaste. Kuinka hyvin

museoiden kokoelmat ja niiden välittämät tarinat puhuttelevat uusia suomalaisia?

Saavutettavuuteen liittyviä esteitä voikin olla erilaisia: esimerkiksi taloudellisia, maantieteellisiä, fyysisiä (esteettömyys), sosiaalisia (yhdenvertaisuus), viestinnällisiä ja kognitiivisia (Kulttuuria kaikille 2021). Oli este mikä hyvänsä, on julkisin varoin tuettujen museo-organisaatioiden toiminnan oikeutuksen näkökulmasta ongelmallista, jos osa ihmisistä jättäytyy pois, koska eivät koe kaikille tarkoitetun palvelun olevan todellisesti myös heille.

3.2 Yleisötyön tavoitteet ja muodot

Ratkaisuna pyrkimykseen purkaa elitististä rooliaan museot käänsovät aikanaan huomionsa yleisöihinsä. Saavutettavuuden esteiden tunnistaminen ja poistaminen ovat yleisötyön ytimessä yhä ja vaativat edelleen työtä. Euroopan komissio (2012, 3) määrittelee yleisötyön strategiseksi ja interaktiiviseksi prosessiksi, jonka myötä taiteista tehdään laajalti saavutettavia. Yleisötyön tavoitteena on monia eri toimintatapoja hyödyntäen saada yksilöt ja yhteisöt kokemaan, nauttimaan, osallistumaan ja arvostamaan taiteita. Yleisötyön tarkoitus on saada mukaan lisää kävijöitä, uusia yleisöryhmiä ja syventää suhdetta olemassa oleviin yleisöihin parantamalla osallisuutta. Kyse ei ole vain yleisömäärän kasvattamisesta vaan yleisöpohjan monipuolistamisesta (Conolly & Hindad Cady 2001, 7; Solima 2017, 213; Harju & Sainio 2018, 3).

Kawashiman (2000) mukaan yleisötyö muodostuu neljästä osa-alueesta: kulttuuriin osallistamisesta, laajennetusta markkinoinnista, maun kehittämisestä ja yleisökasvatuksesta³. Kaksi ensimmäistä liittyvät yleisöpohjan monipuolistamiseen eli erilaisten vähemmistöihin tai sosioekonomisesti heikommassa asemassa olevien ihmisten osallistumista tukemiseen ja vaikeasti tavoitettavien, uusien yleisöjen saavuttamiseen. Kahden jälkimmäisen tavoitteena on taas olemassa olevien yleisöjen altistaminen uusille elämyksille ja kasvattaminen ymmärtämään ja nauttimaan taiteista.

³ Englanniksi: *cultural inclusion, extended marketing, taste cultivation ja audience education* (Kawashima 2000).

Kawashiman jaotteluun viitataan usein, mutta mielestäni siinä korostuu tänä päivänä jo hieman vanhahtavalta kalskahtava kasvatuksellinen tenho ja uupuu nyky-yleisötyön osallisuutta ja yleisöjen aktiivista toimijuutta korostava ote. Esimerkiksi Soliman (2017, 231) käyttämä tiivistys yhteiskehittämisen tavoitteista on joustavammin sovitettavissa jatkuvasti kehittyvän yleisötyön eri muotoihin. Hän tiivistää yleisötyön tavoitteet yleisöjen kehittämiseen, yleisöjen moninaistamiseen ja yleisösuhteen parantamiseen. Näistä ensimmäinen keskittyy yleisömäärän kasvattamiseen, toinen uusien ja vaikeasti tavoitettavien yleisöryhmien osallistamiseen ja kolmas asiakaskokemuksen parantamiseen. Keskeistä on ensin tavoittaa yleisö ja sen jälkeen eri keinoin mahdollistaa heidän osallisuutensa.

Yleisötyön yksiselitteisen määritelmän puuttuminen kuvaakin hyvin yleisötyön luonnetta ja sitä, että museot vielä etsivät uomaansa suhteessa yleisöihinsä. Ehkä se kertoo myös museokentän moninaisuudesta. Yleisötyö ei siis ole yhtenäinen teoria tai tietty lähestymistapa vaan prosessi, jossa museokontekstissa yhdistyvät ainakin museologia, kasvatustiede, sosiologia, psykologia, vapaa-aika, informaatiotiede, kuluttajakäyttäytyminen ja markkinointi (Cerquetti 2017, 36; Ayala ym. 2019, 3). Käytännössä se voi olla kaikenlaisia palveluja markkinoinnista, vierailijapalveluihin ja museokasvatukseen sekä liittyä prosessina päätöksentekoon osallistumiseen, suunnitteluun, optimointiin, käyttöönottoon, jakeluun ja arviointiin. Se voi viitata museon sisällä tapahtuvaan, laitoksen seinien ulkopuolelle jalkautuvaan (Sorjonen & Sivonen 2015, 11) ja nykyisin myös verkossa tapahtuvaan toimintaan.

3.3 Digitalisaation mahdollisuudet ja haasteet museoissa

Digitaalisessa transformaatioissa on kyse mittakaavaltaan ja vaikutuksiltaan valtavasta muutoksesta, joka näkyy ihmisten elämän arjessa päivittäin ja heijastuu heidän käytökseensä ja odotuksiinsa. Teknologia on kietoutunut jokapäiväiseen elämäämme ja sekoittunut siihen sekä esinemaailmaamme erottamattomalla tavalla. (Stolterman & Fors 2006, 689; Piccinini ym. 2015.)

Kenties suurin muutos liittyy tietoon. Digitaalinen transformaatio on lisännyt saatavilla olevan tiedon määrää ja tarjonnut ihmisille välittömän pääsyn sen luokse. Mukana kulkevat laitteet tarjoavat aivan uudenlaisia mahdollisuuksia

päästä erilaisen tiedon lähteille sekä kuluttaa, luoda, editoida, julkaista ja levittää sisältöjä. Lisäksi niistä on tullut lyhyessä ajassa monelle pääasiallinen vuorovaikutuksen ja verkostoitumisen alusta. Tiedon lisääntymisestä seuraa myös halu vaikuttaa ja vahvistaa hallinnantunnetta oman elämän eri osa-alueisiin liittyen. (Vaughan Jones ym. 2017, 12, 16–17.) Uusien välityskanavien myötä ihmisillä on käytössään laajemmat oppimisen, vapaa-ajan ja viihteen resurssit kuin koskaan aikaisemmin, mikä tekee nyky-yleisöistä myös vaativampia ja heidän ajastaan ja huomiosta kilpaillumpaa (Euroopan komissio 2012, 4).

Muutos näkyy myös museoiden suhteessa yleisöihin. Ihmiset pääsevät käsiksi taiteeseen ja kulttuuriin itsenäisemmin ja aiempaa useampia reittejä. Museoiden on löydettävä uusia keinoja tavoittaa yleisönsä, kun ne hajaantuvat yhä moninaisimpiin digitaalisiin kanaviin. Toisaalta teknologia tarjoaa mahdollisuuksia rakentaa yhteyksiä yleisöihin aivan uudella tavalla ja kenties tavoittaa entistä moninaisempia yleisöjä kuin perinteisten markkinointikanavien kautta on tavoitettu. Kyse ei kuitenkaan ole vain viestinnästä ja markkinoinnista vaan syvemmästä yleisösuhteen muutoksesta. Digitalisaation myötä museot eivät ole enää ainoa kokoelmiansa tulkitseva ääni, eivätkä ne pysty täysin kontrolloimaan toiminnastaan välitettyjä viestejä. Yleisöt tulisikin nähdä aktiivisina sisältöjen luojina ja kuraattoreina. (Trant 2010, 306; Vaughan Jones ym. 2017, 16-18).

Tarkastelen digitaalisen transformaation vaikutuksia museoihin tarkemmin Welshin (2004) museoiden tarkoituksen kolmijakoa hyödyntäen. Hänen mukaansa museoiden tarkoituksena on materia, sitouttava osallisuus ja representaatio. Oppiminen luo sillan kahden ensimmäisen väliin eli kokoelmista osallistuviin yleisöihin. Jälkimmäinen taas linkittyy näyttelytoimintaan ja tulkintojen tekemiseen. (Booth & Powell 2016, 8–9.)

3.3.1 Materia: autenttinen artefakti versus digitaalinen reproduktio

Museoesineellä tai *artefaktilla* on suuri merkitys museoiden historiassa. Koko museoinstituutio on kehittynyt Euroopassa uuden ajan myötä aristokraattisista yksityiskokoelmista ja niin kutsutuista *kuriositeettikabineteista*, jotka heijastivat omistajiensa statusta ja olivat harvojen huvia. 1700-luvulla kokoelmat muuttuivat vähitellen julkisiksi ja alkoivat saada ammatillisempia muotoja (Conn 2010, 20; Booth & Powell 2016, 3, 8). Toiminnan muuttuessa kuraattorivetoiseksi

suhde esineistöön muuttui. Kokoelmiin liittyi tunne velvollisuudesta ja tarpeesta suojella yhteistä kulttuuriperintöä. Esineistä tuli lähes pyhiä. (Booth & Powell 2016, 16.)

Museoartefakteista muodostuvasta kokoelmasta, sen kartuttamisesta, vaalimisesta, tutkimisesta ja esittelystä yleisölle, tuli museotoiminnan ydin. Museoissa keskityttiin pitkään esittelemään mahdollisimman runsaasti niiden mittaavaa esineistöä. Esineiden itsessään ajateltiin välittävän yleisölle tietoa ja ymmärrystä, sivistyksen valoa. Vähitellen museot alkoivat kuitenkin lisätä toimintaansa erilaista pedagogista ohjelmaa. Tämä heijastui näytteillä olevan esineistön määrän dramaattisena laskuna. (Conn 2010, 25–26.) Nyt, kun museoiden toiminnassa korostuu vuorovaikutus asiakkaiden kanssa, kokoelmat nähdään enemmänkin keinona toteuttaa erilaisia päämääriä kuin päämääränä itsessään (Booth & Powell 2016, 16). Uusi teknologia on kiihdyttänyt tätä kehitystä entisestään mahdollistamalla elämyksiä, jotka korvaavat esineet (Conn 2010, 158–159) ja voivat irrottaa kokonaisten kulttuuriperintöympäristöjen kokemisen niiden alkuperäisistä lokaatioistaan (Jung ym. 2016, 7).

Vaikka ”pyhä aura” esineiden ympäriltä olisikin hälvennyt, juuri kokoelmat erottavat museot muista toimijoista (Booth & Powell 2016, 10). Museoesineet eivät vain välitä tietoa menneestä tai kerro valmistajiensa, kuraattoreiden tai museopedagogien tarkoittamia merkityksiä (Silverman 2010, 15) vaan museokävijät voivat peilata, haastaa ja kirjoittaa uudelleen oman elämänhistoriansa narratiiveja museoesineiden herättämisen tunteiden, ajatusten ja muistojen äärellä (Paris & Mercer 2003, 408, 420). Nämä henkilökohtaiset merkitykset, joita museokävijät luovat itse kohtaamisissa museoesineiden kanssa voivat olla heille tärkeämpiä kuin museossa esineisiin ladatut merkitykset (Silverman 2010, 15). Niiden kautta museoilla on keinoja piirtää kuvaa menneestä ja spekuloida tulevalle. Avaamalla yhteyttä yleisöjensä ja kokoelmien välille museoilla on kyky levittää ajatuksia, kannustaa uteliaisuuteen ja vahvistaa yhteisymmärrystä. (Booth & Powell 2016, 5.)

Toisaalta fyysisen ja digitaalisen vastakkain asettava keskustelu kuulostaa tänä päivänä jo vanhentuneelta. Käsitys autenttisuudesta on helposti kyseenalais-

tettavissa. Muller (2010, 297) korostaa, että ”virtuaalisuus” on keskeinen näyttelytoimintaan liittyvä käytäntö. Museon kokoelmiin tallennettu esine on aina irrotettu sen autenttisuudesta eli alkuperäisyydestä, historiallisesta, fyysisestä ja emotionaalista kontekstistaan. Lisäksi museoissa hyödynnetään usein teknologiaa, valaistusta sekä ääni- ja videotallenteita, kehystämään näytteillä olevan esineen tarinaa ja lisäämään draaman tuntua. Sitä paitsi nykykulttuurin tallentaminen on pitkälti digitaalisten artefaktien tallentamista. Digitaalinen ei ole enää yhtä kuin reproduktio vaan digitaaliset artefaktit voivat yhtä lailla olla *autenttisia* museoesineitä.

Lopulta digitalisaatio ei ole kyennyt muuttamaan alkuperäisyyden rikkumatonta arvoa vaan se on vain laajentunut myös periaatteessa helposti ja loputtomasti kopioitavien digitaalisten produktien maailmaan. Tänä vuonna Christie’sin verkkohuutokaupassa myytiin 69 miljoonalla dollarilla amerikkalaisen Beeplen digitaalinen teos ”*Everydays – The First 5 000 Days*”. Teos koostuu kuvista, joita taiteilija on julkaissut netissä vuodesta 2007 alkaen. Teoksen aitouden ja omistusoikeuden todistamisessa hyödynnetään kryptovaluutoissakin käytettyä lohkoketjutekniikkaa. (Kajander 2021.)

Digitalisaatio ei siis horjuta museotoiminnan perustaa vaan korkeintaan laajentaa käsitystämme autenttisuudesta. Se myös avaa aivan uudenlaisen sillan museon kokoelmien ja yleisöjen väliin. Samalla kun museot pitävät esillä yhä rajatumpaa valikoimaa kokoelmistaan (Conn 2010, 23) tai pyrkivät rajoittamaan turistimassojen pääsyä mittaamattoman arvokkaiden taideaarteidemme äärelle suojellakseen niitä, museot tietyllä tavalla kontrolloivat kansalaisten mahdollisuuksia nauttia yhteisestä kulttuuriperinnöstämme. Virtuaalisia reproduktioita on – ainakin periaatteessa – mahdollista tutkia missä ja milloin vain, usein lähemmin kuin alkuperäisiä objekteja. Vaikka esineen fyysisen läsnäolon aura puuttuisikin, digitaaliseen replikaan voidaan sisällyttää sellaisia kerroksia ja tietoa, jota alkuperäistä objektia etäältä tarkastelemalla ei voisi tavoittaa (Muller 2010, 295, 297.)

3.3.2 Osallisuus: museo hajautettuna oppimisen verkostona

Museo on paljon muutakin kuin paikka, joka suojelee ja pitää näytteillä esineitä. Se on informaalin oppimisen ympäristö (Hiu-Lam Lau 2012, 170; Bautista &

Balsamo 2013, 58). Museon kaltaisessa oppimisen ympäristössä osallisuuden kokemuksen muodostuminen ja merkitys on korostunut, koska oppimistilanne ei rakennu suoraan opettajan ja oppijan välille, vaan museossa ihminen joutuu pikemminkin oman ajattelun kautta prosessoimaan esille aseteltua informaatiota merkitykselliseksi tiedoksi. Museon tehtävä on pyrkiä esittämään tietoa mahdollisimman saavutettavasti erilaisille yleisöille ja niin kiinnostavasti, jotta se kutsuu oppimaan. (Hiu-Lam Lau 2012, 170.)

Informaalilla oppimisella viitataan oppimisen kaikkiallisuuteen. Oppimista voi tapahtua missä tahansa ja usein se voi olla jopa tahatonta. Opimme siis tekemällä asioita ja elämällä elämäämme. (Ala-Mutka ym. 2008, 15.) Museoiden näkeminen informaalin oppimisen ympäristöinä on tärkeää ainakin kahdesta syystä. Ensiksi, koska sen myötä oppiminen ja osallisuus tulevat keskeiseksi osaksi kaikkien museokävijöiden kokemusta, eikä niitä rajata koskemaan esimerkiksi vain lapsia ja nuoria. Heille museoissa on usein tarjolla suunniteltuja ja ohjattuja non-formaalin oppimisen kokemuksia (Ala-Mutka ym. 2008, 15). Monissa museoissa toiminta myös sulautuu osaksi formaalia, kuten koulun järjestämää, opetusta (Bautista & Balsamo 2013, 58).

Toiseksi se heijastaa yleisöjen todellista tapaa käyttää museoita ja tarjoaa siksi ammattilaisille paremman ymmärryksen, kuinka vastata yleisön tarpeisiin. Blackin (2018, 6) mukaan museot ovat keskittyneet näyttelysuunnittelussaan liiaksi mimikoimaan lopputuloksiin keskittyvän formaalin oppimisen malleja ja jättäneet huomioimatta sen, että museovierailijat eivät tutki näyttelyitä formaalin didaktiikan vaatimalla keskittyneisyydellä vaan enemminkin informaalille oppimiselle tyypillisellä järjestäytymättömämmällä tavalla. Black korostaa oppimisen sosiaalista ulottuvuutta, jossa korostetaan lopputuloksen sijaan oppimisen prosessia eli sitä, miten opitaan. Vallalla olevan oppimiskäsityksen mukaan tieto tai ymmärrys rakentuu vuorovaikutuksen, keskustelun ja reflektoinnin tuloksena sosiaalisessa ympäristössä (McLean 2011, 72). Kun museo nähdään sosiaalisena ympäristönä, jonne tullaan nauttimaan ja seurustelemaan, tullaan myös tukeneeksi oppimisen sosiaalista luonnetta (Black 2018, 7).

Bautista & Balsamon (2013, 55, 58) mukaan digitaalisen ajan museota voisi kuvata hajautettuna informaalin oppimisen ympäristöjen verkostona. Se on

myös osa laajempaa, monitoimijaista oppimisen ekosysteemiä. Hajautetussa museossa teknologiaa hyödynnetään oppimisen tukena sitouttamisen, osallisuuden ja luovan innovoinnin työkaluina. Teknologian käyttöä voidaan tarkastella kolmen jatkumon kautta. Ne ovat fyysinen–virtuaalinen, kiinteä–mobiili ja suljettu–avoin. Ensimmäinen liittyy lokaatioon, toinen kokemuksen rajoihin ja kolmas toiminnan mahdollistaman luovuuden laajuuteen:

1. **Fyysinen–virtuaalinen**

Teknologia voi mahdollistaa fyysiseen lokaatioon ankkuroituja digitaalisia kokemuksia. Esimerkkejä tällaisista ovat erilaiset museotiloihin sijoitetut yleisöjen käyttöön museokokemuksen syventämiseen tarkoitettut tietokoneet, iPadit ja muut laitteet. Jatkumon toisessa päässä ovat verkossa koettavat elämykset ja resurssit kuten verkkopelit, tieto- ja tehtäväpankit, virtuaalinäyttelyt sekä etäopastukset.

2. **Kiinteä–mobiili**

Kiinteät toiminnot tapahtuvat jossakin määrättyssä fyysisessä kontekstissa ja mobiilit puolestaan avautuvat kävijän liikkuesssa tilassa. Esimerkki ensimmäisestä on QR-koodi, jonka avulla kävijä saa mobiililaitteellaan avattua esimerkiksi lisätietoa jostakin teoksesta tai kohteesta. QR-koodin hyödyntäminen vaatii läsnäoloa yhdessä kiinteässä paikassa. Liikkumista vaativia, mobiileja esimerkkejä voisivat olla lisättyä todellisuutta (AR) hyödyntävät tai paikkatietoon perustuvat peli tai muut applikaatiot.

3. **Suljettu–avoin**

Avoimet toiminnot tarjoavat käyttäjille mahdollisuuden luoda sisältöä vapaasti joko yksin tai yhdessä muiden käyttäjien kanssa. Suljetuissa taas toimintaa on rajoitettu esimerkiksi niin, että museoammattilaiset ovat valinneet ja järjestäneet sisältöä, johon käyttäjillä on pääsy ja jonka parissa heidän annetaan työskennellä ohjeistetulla tavalla.

(Bautista & Balsamon 2013, 59–65.)

Edellä esitetty Bautista & Balsamon (2013) analyysi osoittaa, että fyysinen–kiinteä–suljettu ei ole yhtä kuin analoginen ja virtuaalinen–mobiili–avoin yhtä kuin digitaalinen. Teknologian myötä rajatuissa fyysisissä lokaatioissa tapahtuvia elämyksiä voidaan ehkä syventää tai tehdä saavutettavammaksi joillekin yleisöille tai lisätä tapoja olla vuorovaikutuksessa muiden museokävijöiden kanssa niiden äärellä. Samalla teknologia on mahdollistanut uudella tavalla osallisuuden ja oppimisen museon kokoelmien ja näyttelyiden äärellä ajasta ja paikasta riippumatta laajemmissa tai eri tavoin rakentuneissa yhteisöissä. Nämä toiminnot eivät olekaan toisiaan korvaavia vaan täydentäviä ja kuvastavat hyvin ajatusta museosta verkostona yhden seinillä ympäröidyn sijainnin sijaan.

Tässä kappaleessa on kuvattu museoissa jo käytössä olevia tapoja hyödyntää teknologiaa. Yksi suurimpia haasteita on pysyä ajan hermolla uusien teknologioiden ja niiden käyttötapojen sekä viestintäkanavien kehityksessä (Bautista & Balsamon 2013, 66). Toinen merkittävä haaste liittyy museoissa vaalittuun ammattilaisten auktoriteettiin. Toiset korostavat, että museoiden tulisi pitää kiinni asiantuntijaroolistaan osallistavista toimintatavoista huolimatta (esim. Govier 2009, 38; Bautista & Balsamon 2013, 66). Toiset taas nostava esiin tarpeen uudistaa suhtautumista asiantuntijuuteen (Satwicz & Morrisey 2011, 196). McLean (2011, 71) huomauttaa, että dualistinen noviisi–asiantuntija-asetelma sopii huonosti nykyiseen käsitykseen oppimisen sosiaalisesta luonteesta. Sen takia museoissakin pitäisi ymmärtää museoammattilaisten ja yleisöjen moninainen asiantuntijuus ja autoritäärisen kontrolloinnin sijaan antautua keskustelulle. Syvennyn tähän vallan ja demokratian teematiikkaan seuraavassa kappaleessa kansalaiskuratoinnin viitekehyksessä.

3.3.3 Representaatio: kansalaiskuratointi ja oikeus tulkita

Museot ja niiden näyttelyt eivät ole neutraaleja vaan representaationa jostakin ne ovat rajattuja näkymiä johonkin, ideologioiden värittämiä kertomuksia, monimutkaisia arvoja ja uskomuksia heijastavia retorisia rakennelmia (mm. Hooper-Greenhill 1994, 115; Knutson 2002, 5–6). Sen sijaan, että museot olisivat korostaneet subjektiivisuuttaan, ne ovat perinteisesti pikemminkin pyrkineet vahvistamaan illuusiota puolueettomuudesta. Museoiden artefaktit voivat olla hyväksikäyttöön tai vakaviin ristiriitoihin pohjautuvien sosiaalisten prosessien synnyttämiä. Usein tämä tausta on ohitettu tai häivytetty museoissa tuomalla esiin neet museoiden luomaan neutraalin faktuaaliseen viitekehykseen. Tällä tavalla pahimmassa tapauksessa kyseenalaistamatta on vahvistettu olemassa olevia ja historiallisia valtasuhteita sekä vaiennettu kriittisiä tai sorrettuja äänenpajoina. Kun suhde yleisöihin nousi 90-luvulta alkaen enenevässä määrin museoiden toiminnan kehittämisen kärjeksi, myös tähän vanhanaikaiseen tapaan neutralisoida museoesineitä on alettu kiinnittää enemmän huomiota. Yksi syy oli halu puhutella entistä laajempaa joukkoa ihmisiä ja tuoda museoiden sisällöt akateemisen tietämisen tasolta helpommin samaistuttavien arjen kokemusten ja emootioiden piiriin. (Hooper-Greenhill 1994, 116, 119.)

Silti yhä museoiden näyttelyt ovat tyypillisesti lähtöisin kuraattorien ideoista ja kysymyksistä, joita museon yleisöyöntekijät yrittävät avata yleisöille (McLean 2011, 72). Digitaalisen transformaation myötä yleisöjen odotuksen ovat kuitenkin muuttuneet ja museoiden on muututtava säilyäkseen merkityksellisenä muun muassa nuoremmille sukupolville, joista kasvaa museoiden tulevaa yleisöä (Black 2018,1). Digitalisaation myötä informaation määrä on kasvanut ja ihmisillä on entistä helpompi pääsy monenlaisten, myös niin sanotusti kanonisoidun historiatiedon kyseenalaistavien, lähteiden äärelle. Ulkoa päin valmiina annettu ei enää riitä vaan ihmiset haluavat olla itse mukana tuottamassa sisältöä ja välittämässä viestejä. (Vaughan Jones ym. 2017, 16–17.)

Yksi tapa lähestyä tätä muutosta on kansalaiskuratointi. Museokontekstissa sillä viitataan yleisölähtöiseen sisällöntuotantoon, mutta se voi tarkoittaa kaikkea museoissa tapahtuvaa yleisöjä museoiden sisältöjen ja prosessien suunnitteluun osallistavaa toimintaa. (Satwicz & Morrissey 2011, 196.) Vaikka kansalaiskuratointi kiinnittyy vahvasti museoihin, gallerioihin, kirjastoihin ja arkistoihin, kuuluisin ja ehkä vaikuttavin esimerkki siitä tulee instituutioiden ulkopuolelta. Jemielniakin (2014) mukaan Wikipediaa voidaan pitää ihmiskunnan suurimpana omaehtoisena ja yhteisöllisenä voimaponnistuksena. Wikipedia-esimerkki osoittaaakin, että kansalaiskuratointi voi olla myös kansalaisten itsensä initoimaa eikä vaadi välttämättä instituutiota aloitteentekijäksi tai edes fasilitaattoriksi. (O'Neill 2017, 24.)

Siitä huolimatta kansalaiskuratointia ei tulisi ohittaa museoissakaan. Simone (2011, 20–21) muistuttaa, että museokokemus rakentuu objektien tulkinnan ympärille. Yleisöjen osallistaminen tulkintojen tekemiseen ammattilaisten rinnalla rikastaisi kaikkien kokemusta sekä mahdollistaisi personoidun ja jatkuvasti muuttuvan sisällön. Se myös kiinnittäisi kulttuuriperinnön osaksi ihmisten arkea ja elämäkokemuksia sekä lisäisi kerroksia museoiden välittämiin narratiiveihin, koska yleisöt tuovat joka tapauksessa omat henkilökohtaiset kontekstinsa osaksi museovierailuaan (Paris & Mercer 2003, 408, 420). Kansalaiskuratointi tarjoaa menetelmän ihmisten osallistamiseen. Samalla se haastaa koko museoinstituutiota näkemään kuratoinnin yhteisöllisenä, iteratiivisena ja demokraattisena prosessina. Mitä suurimassa määrin digitaalisen ajan ilmiönä, kansalas-

kuratointi muuntaa kuratoinnin staattisten, fyysisen objektien järjestelystä digitaalisten muuntuvien objektien käsittelyksi ja uudelleen jakamiseksi. Ennen kaikkea kuratoinnin painopiste siirtyy objekteista yhteisönä toimimiseen. (O'Neill 2017, 169–170.)

Kansalaiskuratoinnilla voidaan nähdä olevan myös museoita velvoittava perustansa eurooppalaisessa kulttuuripolitiikassa. Jo toista kymmentä vuotta sitten Faron edustajakokouksessa on kirjattu kaikkien ihmisten oikeus osallistua kulttuuriperinnön rikastuttamiseen (Euroopan Unionin neuvosto 2005). Museoiden on siis etsittävä ja hyödynnettävä keinoja ottaa yleisöt entistä paremmin mukaan kuraattorien rinnalle tuottamaan tulkitsevää puhetta kulttuuriperinnöstämme. Sen ei kuitenkaan tarvitse tarkoittaa museoiden asiantuntijuuden luovuttamista pois. Osallistavampi, vuorovaikutteisempi museokokemus sitouttaa ja sytyttää halun oppia lisää. Museovierailuun sitoutunut kävijä haluaa kuulla museoammattilaisilta enemmän näkemästään ja kokemastaan ja näin yhdistää sen merkitykselliseksi kokonaisuudeksi omaan kokemusmaailmaansa. Museoammattilaisen tarvitsee ehkä luopua monologeistaan, mutta ei osaamisestaan. (McLean 2011, 77.)

3.4 Museoiden murroksen suunta

1900-luvun lopun mullistus museokentässä johtui siitä havainnosta, että museot eivät vain kerro jostakin vaan jollekin eli ne on tehty yleisöilleen, asiakkaille. Nyt 2010-luvulla käynnistynyt murros on digitaalinen. On oivallettu, että asiakkaat eivät ole kohde vaan aktiivisia toimijoita. Museoissa ei siis työskennellä vain asiakkaita varten vaan heidän kanssaan mahdollistaen jaetut kokemukset. Jakamisen verkostot muodostuvat museon ja yleisöjen välille, mutta myös yleisöjen kesken. (Bautista 2013, 225.)

Ensimmäiseen murrokseen vastattiin nostamalla asiakassuhde museoiden kehittämistyön keskiöön ja panostamalla yleisötyöhön (Cerquetti 2017, 36). Toiseen reagoimiseksi ei riitä, että otetaan vain käyttöön uutta teknologiaa vaan se vaatii laajempaa näkökulman muutosta. Digitaalinen transformaatio haastaa olemassa olevat rakenteet, mutta ei välttämättä tuhoa niitä vaan muuttaa käsityksiämme niistä. Museot muuntuvat yksittäisistä fyysisistä paikoista fyysisten ja digitaalisten paikkojen verkostoiksi, joissa eri muodoissa oleva tieto, esineet

ja kokemukset yhdistyvät holistiseksi kokonaisuudeksi. Museot voidaan nähdä globaaleina yhteisöinä sekä alustoina noiden yhteisöjen sosiaalisten siteiden vahvistamiseen yhteisten kiinnostuksenkohteiden äärellä. (Bautista 2013, 226–228.) Museoiden rooli muuttuu sisältöjen tarjoajista ja elämysten suunnittelijoista sisältöjen ympärille rakentuvien elämysten mahdollistajaksi (Satwicz & Morrisey 2011, 196). Digitalisaatio purkaa museoihin liittyvää hegemoniaa, jossa museo edustaa virallista kulttuuriperintöme ja taiteen tulkitsijaa. Se avaa mahdollisuuksia moniäänisille narratiiveille ja yhdessä luoduille tulkinnoille. Teknologia ei siis ole itsetarkoitus vaan väline museoiden tavoitteiden toteuttamiseen sekä uudenlaisen, yleisöjen tarpeita palvelevan infrastruktuurin rakentamiseen. (Bautista 2013, 226–228.)

Yleisötyön uranuurtaja Suomessa, Kiasman yleisötyön päällikkö Minna Raitmaa on todennut museoiden siirtyvän sosiaalisin perustein kohdennetuista jalkautuvista museokasvatusprojekteista entistä enemmän vuorovaikutusta ja yleisöjen omaa tuottavaa roolia korostavaa osallistavaa yleisötyötä kohti, sillä ensimmäinen tavoittaa hyvin marginaalisia ryhmiä ja vaatii paljon resursseja (Sorjonen & Sivunen 2015, 38). Onko Kawashiman (2000) yleisötyön keskeiseksi tehtäväksi määrittämät heikommassa asemassa olevien ihmisten osallistumisen tukeminen ja vaikeasti tavoitettavien yleisöjen saavuttaminen siirtymässä museoiden agendalla sivuun?

Lindholm (2015, 28–29) muistuttaa, että niin sanotut vaikeat yleisöt saattavat olla suorastaan vihamielisiä elitistisiksi kokemiaan kulttuurin muotoja kohtaan ja siksi usein ongelmallisia kohderyhmiä kulttuuri-instituutioiden toiminnalle. Sorjosen & Sivusen (2015, 64) tutkimuksen mukaan ei-kävijät eivät ole suomalaisen yleisötyön varsinainen kohderyhmä ja yleisötyön menetelmät ovatkin usein riittämättömiä näiden ryhmien tavoittamiseen. Tästä huolimatta tai ehkä juuri tämän takia museoiden sosiaalinen ja yhteiskunnallinen rooli näyttää nousevan keskiöön, kun tarkastellaan museoiden yleisösuhdetta käsittelevistä tutkimusartikkeleista esiin nousevia teemoja (Ayala ym. 2019, 3). Ja haasteista huolimatta myös yleisötyöntekijät pitävät tärkeänä keinojen keksimistä uusien yleisöjen tavoittamiseksi (Sorjonen & Sivunen 2015, 95).

Palaamme jälleen arvon tuottamisen ja julkisin varoin tuetun palvelun oikeudellisuuden kysymysten äärelle. Kenelle museot ovat ja kenelle niiden pitäisi olla? Ainakin Suomessa taiteen ja kulttuurin arvoa määritellään yhä vahvasti hyvinvointivaikutuksiin vetoavin argumentein. Tällainen hyvinvointidiskurssi on vahvistanut taide- ja kulttuuritoimijoiden kytköksiä sosiaalisiin ja yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Se heijastuu myös harkinnanvaraiseen julkiseen tukeen kulttuurisektorille ja näin ohjaa toimintaa myös museokentällä. Viimeistään sen myötä tietyt ryhmät kuten lapset, nuoret ja ikäihmiset ovat vakiintuneet kulttuuritoiminnan erityisiksi kohderyhmiksi. (Sorjonen & Sivunen 2015, 12; Sosiaali- ja terveysministeriö 2015, 48.) Saavutettavuuden esteiden purkaminen ja uusien yleisöjen tavoittelu pysynee siis museoiden yleisötyön ytimessä. Se ei kuitenkaan ole, eikä saisikaan olla, koko kuva.

Esimerkiksi Graham (2018, 18) toteaa – ehkä hieman tarkoituksellisen provosoivastikin – museoiden menettävän 2000-luvulla ydinyleisönsä, jos ne eivät tee strategisia muutoksia pysyäkseen relevantteina myös heille. Hän ehdottaa ratkaisuksi osallisuutta tukevan toimintatavan ottamista museotoiminnan selkärangaksi. Hän näkee keskeisenä tunteen siitä, että kuuluu jonnekin. Osallisuuden museo on avainasemassa luomassa tätä kuuluvuuden tunnetta, luomassa kulttuurisia osallistujia ja näin lisäämässä museoiden merkityksellisyyttä yhteisöille, joiden keskuudessa se toimii. Ehkä Grahamin kuvaama kokemus kuuluvuuden tunteesta voisi olla lopulta se johon kiteytyy yleisötyön tarkoitus sekä suhteessa olemassa oleviin yleisöihin, että uusien houkutteluun ja laajemmassa mielessä museoiden yhteiskunnalliseen rooliin.

4 YHTEISKEHITTÄMINEN

Edellisessä luvussa olen kuvannut museoiden muutosta etenkin viimeisen 20–30 vuoden aikana sekä digitaalisen transformaation merkitystä ja suhdetta tähän muutokseen. Seuraavaksi esitän, että yhteiskehittäminen tarjoaisi museoille paitsi menetelmällisen työkalun myös laajemman periaatteellisen lähestymistavan, joka auttaisi vastaamaan tämän muutoksen synnyttämiin uudenlaisiin odotuksiin.

Ajatus ei ole missään nimessä uniikki vaan yhteiskehittäminen on nähty osana kulttuurilaitosten yleisötyötä ja museoiden osallistavia toimintatapoja. Euroopan

komission (2012, 1) yleisötyön kuvauksessa se on mainittu erikseen yhtenä keinona päästä tavoitteisiin: *"[...] taiteiden kokemisessa, nauttimisessa, osallistumisessa ja arvostamisessa erilaisten kulttuuritoimijoiden käytössä olevien keinojen kautta, aina digitaalisista työkaluista vapaaehtoistyöhön ja yhteiskehittämisestä yhteistyösuhteisiin."*⁴ Simon (2010) kuvaa yhteiskehittämistä yhdeksi neljästä museoiden osallistavan asiakassuhteen muodoista, joita ovat asiakkaat myötävaikuttajina, yhteistyökumppaneina, yhteiskehittäjinä ja initaattoreina. Lam ym. (2013) lähestyvät asiaa hieman toisesta näkökulmasta kritisoimallaan eurooppalaisia designmuseoita, jotka keskittyvät liiaksi kuuluisien artefaktien esittelyyn sen sijaan, että ne auttaisivat suurta yleisöä ja nuoren polven muotoilijoita paremmin ymmärtämään muotoiluajattelua ja -prosessia sekä tällä tavalla osallistumaan yhteiskunnallisten ratkaisujen etsimiseen. Heistä museoiden tulisi luovan talouden kasvun imussa ottaa itselleen rooli alustoina innovaatioiden synnyttämiseksi. Sittenkin tämä tavoite on kirjattu myös EU 2020 strategiaan Creative Europe ja Horizon 2020 ohjelmiin (Cerquetti 2017, 31). Tyypillisimmin yhteiskehittämistä museoissa on kuitenkin tarkasteltu vierailukokemuksen yhteiskehittämisenä ja osana siitä kumpuavaa arvon luontia (esim. Binkhorst & den Dekker 2009).

Yhteiskehittäminen näyttäytyy ennen kaikkea toimintamallina tehdä asioita yhdessä muiden ihmisten kanssa. Usein yhteiskehittämisestä puhutaankin muotoiluprosessin yhtenä vaiheena tai menetelmänä. Niitä onkin lähes mahdotonta erottaa toisistaan. Tuulaniemi (2011) muistuttaa, että käyttäjän ymmärtäminen ja osallisuus on niin syvään piirtynyt muotoilulliseen ajatteluun palvelumuotoilussa, että toinen ei ole oikein olemassa ilman toista. Tässä tutkimuksessa käytetään käsitettä yhteiskehittäminen, koska se voidaan nähdä myös laajempaan lähestymistapana.

Yhteiskehittämisen juuret ovat markkinointitutkimuksessa palvelukeskeisessä liiketoimintalogiikassa, johon museokentälläkin arvon luontiin liittyvät tutkimukset nojaavat. Se on eräänlainen perusta asiakaskeskeisen toimintatavan omaksumiseen, sillä siinä perustellaan huomion siirtäminen palveluntuottajan prosesseista kohtaamiseen asiakkaan kanssa sekä asiakkaan prosesseihin.

⁴ Alkuperäinen englanniksi: *"[...] in experiencing, enjoying, participating in and valuing the arts through various means available today for cultural operators, from digital tools to volunteering, from co-creation to partnerships."*

(Vargo ym. 2008, 148). Lisäksi yhteiskehittäminen avaa uudenlaisen näkymän julkisen sektorin rooliin sekä kiinnittää monitoimijaisen yhteistyön ja resurssien jakamisen sosiaalisten innovaatioiden synnyttämiseen (Torfing ym. 2019, 800).

Tässä luvussa avaan yhteiskehittämistä näistä kolmesta näkökulmasta eli yhteiskehittäminen 1. arvon luomisena, 2. kehittämisen menetelmänä ja 3. julkisen sektorin uutena paradigmana.

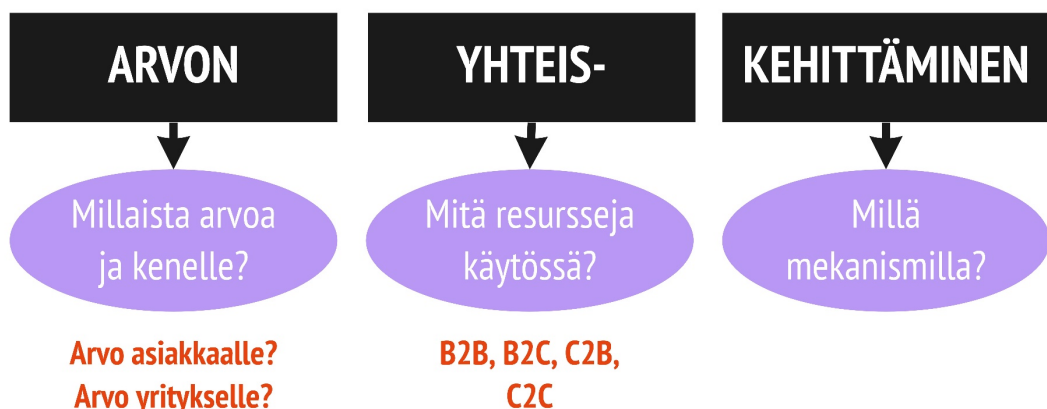
4.1 Arvoa luova yhteiskehittäminen

Yhteiskehittämisen juuret ovat markkinointitutkimuksessa palvelukeskeisessä liiketoimintalogiikassa. Erotuksena sitä edeltäneelle tuotekeskeiselle logiikalle, jossa keskityttiin resurssien vaihdantaan, palvelukeskeisessä logiikassa keskiöön nousevat kuluttajien tiedot ja taidot (Vargo ym. 2008, 148). Yhteiskehittäminen nähdään vuorovaikutteisena prosessina, jonka kautta tuotetaan arvoa sekä asiakkaille että palveluntuottajalle (Chathoth ym. 2013, 13). Asiakkaiden toivotaan tuovan oma näkökulmansa tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen, koska sen odotetaan näkyvän parantuvana asiakaskokemuksena (Zine ym. 2014, 37). Palvelukeskeinen toimintalogiikka sisältää ajatuksen, että arvoa yhteiskehitetään kaikissa palvelukohtaamisissa asiakkaiden kanssa. Mahdollinen tuote on vain väline, jolla resursseja kuljetetaan ja saatetaan käyttöön eli niiden kautta välitetään aina palvelua. Arvo syntyy yrityksen, sen työntekijöiden, asiakkaiden ja muiden mahdollisten sidosryhmien yhteisistä ponnistuksista, kun tuotetta tai palvelua käytetään. Ajatus on päinvastainen kuin tuotekeskeisessä toimintalogiikassa, joka perustuu resurssien vaihdannalle. (Vargo ym. 2008, 147–148.) Tyypillisiä esimerkkejä tästä ovat erilaiset personoitavat palvelut kuten vaikkapa hotelliyöpyminen. Hotellivieras voi tehdä erilaisia omiin tarpeisiin pohjautuvia valintoja koko palveluprosessin ajan liittyen aina huoneen koosta ja varustelusta vierailun aikana hyödynnettäviin palveluihin. (Torfing ym. 2019, 801.)

Palvelukeskeistä toimintalogiikkaa ja arvon yhteiskehittämistä on kritisoitu käsitteellisistä epämääräisyyksistä (mm. Grönroos 2011; Ranjan & Read 2016). Korjaaviksi tai vaihtoehtoisiksi lähestymistavoiksi on tarjottu muun muassa palvelulogiikkaa (Grönroos 2011) ja asiakaskeskeistä toimintalogiikkaa (Heinonen

& Strandvik 2015). Ensimmäinen pyrkii täsmentämään käsitteellisiä epämääräisyyksiä ja esittää, että jos arvon ymmärretään syntyvän käytössä, arvon luominen tapahtuu aina osana asiakkaan toimintaa ja palvelun tuottava yritys voi vain tukea asiakkaan arvonluomista. Tällöin arvon yhteiskehittämistä tapahtuisi ainoastaan silloin, jos yritys pystyy olemaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, kun tämä ottaa tuotteen tai palvelun käyttöönsä. (Grönroos 2011, 282, 288–289.) Jälkimmäisessä taas huomio käännetään kokonaan asiakkaaseen, pois palvelun tuottavan organisaation prosesseista. Tällöin ollaan kiinnostuneita enemminkin niistä päätöksistä, joita asiakas tekee valitessaan palveluekosysteemeistä itselleen palveluja. (Heinonen & Strandvik 2015, 2.)

Tässä keskustelussa on kyse ennen kaikkea markkinoinnin kohdentamisen loogikasta eli siitä, mietitäänkö mitä me voimme tarjota asiakkaalle, jotta hän kiinnostuu meistä vai mietitäänkö sitä, miten asiakas toimii ja miten me voisimme kytkä tarjontamme tukemaan tätä toimintaa (Heinonen & Strandvik 2015, 9). Pelkkää markkinointia laajemmassa, museoiden toiminnan kehittämisen kontekstissa Saarijärven ym. (2013) lähestymistapa tähän keskusteluun tuntuu lopulta relevanteimmalta. Heidän mukaansa arvon yhteiskehittämisestä puhuessa tulisi mieluummin keskittyä pohtimaan, millaista arvoa, kenelle ja miten tuotetaan. He ovat kehittäneet tähän käytännönläheisen arvon syntymisen analysointiin soveltuvan viitekehyksen (kuva 5).



Kuva 5. Arvon yhteiskehittämisen viitekehys (Saarijärvi ym. 2013 mukaan; Kesäniemi 2021)

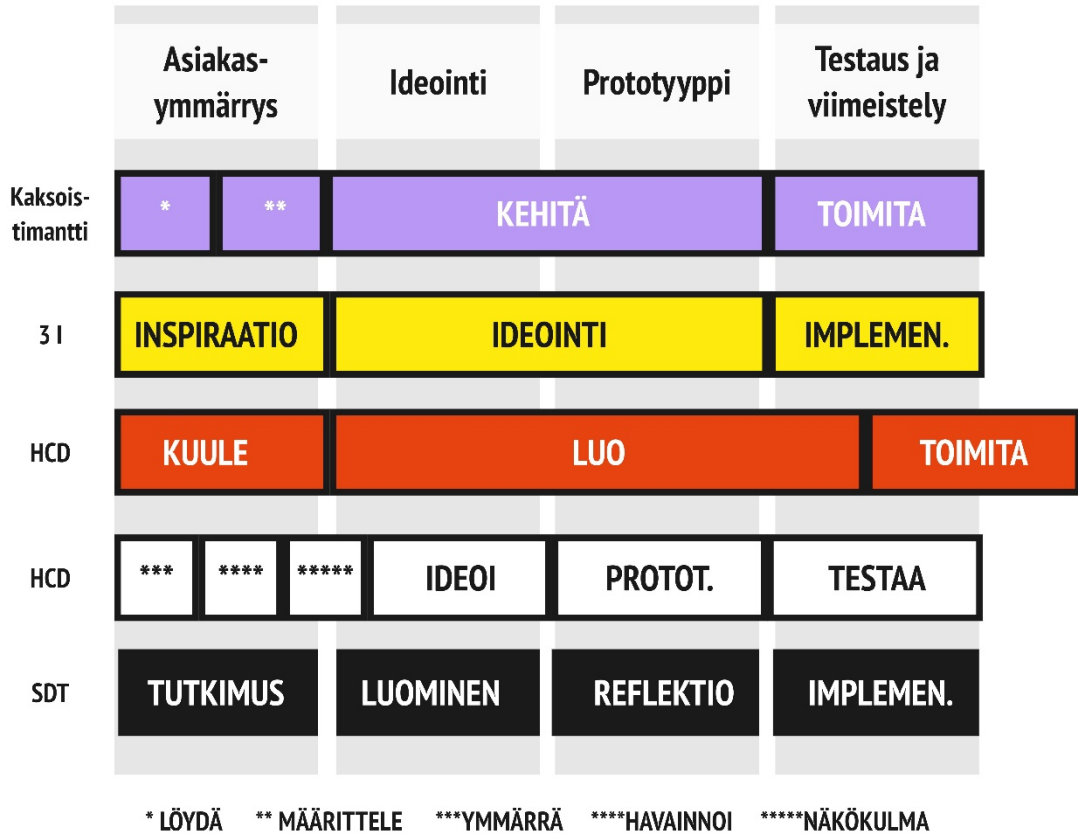
Se auttaa tunnistamaan, millaista arvoa jokin palvelu synnyttää asiakkaalle ja palveluntuottajalle, millaisia resursseja eri toimijat tuovat arvon luomiseen ja millä toimintamekanismilla arvo syntyy.

4.2 Kehittämisen menetelmä

Ehkä useimmin arkisessa kielenkäytössä yhteiskehittämisellä viitataan kuitenkin ihmiskeskeistä suunnittelueetosta tukeviin toimintatapoihin ja menetelmiin, jotka mahdollistavat uutta luovan ajattelun. Muotoiluajattelu liitettiin aikaisemmin vain muotoilijoiden työskentelyyn, mutta nykyisin sen nähdään tarjoavan uusia malleja ja työvälineitä innovointiin mille tahansa moniammatilliselle tiimille (Tschimmel 2012, 2). Niiden avulla voidaan yhdessä eri sidosryhmien kanssa suunnitella, tuottaa ja kehittää esimerkiksi uusia tai paranneltuja palveluja, prosesseja ja toimintatapoja. Yhteiskehittäminen on siis käytännössä sitä, että muotoiltavaan ratkaisuun liittyvät sidosryhmät kuten asiakkaat tai palvelun käyttäjät ovat mukana luomassa palvelusisältöä, muokkaavat palvelujen luonnetta tai ylipäättään tavoiteltavaa, tulevaisuuteen suuntautuvaa muutosta. (Cottam & Leadbeater 2004, 6; Murray ym. 2006, 10–11; Lee ym. 2018, 15.) Yhteiskehittämisen ajatellaan johtavan paremmin toimiviin palveluihin, prosesseihin ja toimintatapoihin sekä asiakaskokemukseen, koska sen myötä kehitetyt ratkaisut vastaavat paremmin käyttäjien todellisiin tarpeisiin ja auttavat kehittämään yksilöllisempiä palveluja kohdennettuihin tarpeisiin (Steen ym. 2011, 6). Se lisää myös käyttäjien sitoutumista muutokseen (Govier 2009, 24) tai esimerkiksi asiakkaiden brändiuskollisuutta (Tschimmel 2012, 4).

Kun yhteiskehittämistä halutaan soveltaa menetelmänä käytännössä, on tärkeää ymmärtää, miten yhteiskehittämistä tehdään. Tässä tutkimuksessa yhteiskehittämisen prosessiksi on valittu jo aikaisemmin esitelty kaksoistimanttimalli, mutta muotoiluajattelua tukevia prosessimalleja on muitakin ja mikä tahansa niistä voi tarjota hyvän rungon yhteiskehittämisen prosessin suunnittelulle. Yhteistä malleissa on se, että ne kaikki alkavat jonkinlaisesta asiakasymmärryksen keräämisen vaiheesta. Toinen vaihe liittyy yleensä ideoiden generoimiseen ja kehittämiseen. Yhteistä on myös prototyypin rakentaminen ja testaaminen sekä erilaiset kehitetyn ratkaisun viimeistelyyn liittyvät toimenpiteet. Vertaan viittä eri prosessimallia kuvassa 6 (s. 41). Ensimmäinen on tässä tutkimuksessa hyödynnetty kaksoistimanttimalli, toinen ja kolmas IDEO:n 3 I -malli ja HDC-malli, neljäs Hasso-Plattner Instituutin kehittämä malli ja viimeinen Stickdornin ja Schneiderin julkaisema Service Design Thinking -malli (SDT). Lopulta kaikki sisältävät jokseenkin samanlaiset vaiheet, vaikka painotus eri mallien välillä voi-

kin hieman vaihdella. HCD-malli poikkeaa selkeimmin muista, sillä siinä ”Toimita”-vaihe suuntaa enemmän jo ratkaisun pilotointiin ja käyttöönottoon. (Tschimmel 2012, 7–10.)



Kuva 6. Muotoiluajattelun eri prosessimallit (Kesäniemi 2021)

Lopulta prosessi on vain työkalu tai keino, eikä päämäärä itsessään. Ratkaistavan suunnitteluhaasteen tulisi ohjata sen valintaa eikä toisin päin (Stickdorn ym. 2018, 82). Siksi yhden tyhjentyvän prosessin kuvaaminen ei ehkä olekaan mielekästä. Lee ym. (2018) ovat kehittäneet yhteiskehittämisen arviointikehyksen, jonka avulla on mahdollista tarkastella erilaisia muotoiluvalintoja, joita yhteiskehittämisen prosessin aikana tehdään (taulukko 2, s. 42). Yhteiskehittämistä tukevien muotoiluvalintojen tarkastelu kehittämisprosessia suunniteltaessa ja prosessin arvioiminen niiden kautta auttaa kehittämään toimintatapaa edelleen. Viitekehys tukee sekä yhteiskehittämisen valmistelua, että sen onnistumisen arviointia.

Taulukko 2. Yhteiskehittämisen muotoiluvalintojen viitekehys (mukaillen Lee ym. 2018)

| Kategoria | Muotoiluvalinnat | Tarkenne |
|--------------------------------------|-----------------------------|--|
| Projektin lähtötilanne | Toimeksiannon avoimuus | Usein edellytyksenä, koska sidosryhmät tunnistavat keskeisiä ongelma-alueita projektin kuluessa |
| | Muutoksen tarkoitus | Vaihtelee liittyen asiakaskokemukseen, organisaation toimintatapoihin ja -kulttuuriin, yhteistyöverkostoihin sekä uusiin arvoihin ja kulttuuriin yhteiskunnassa |
| | Suunnitteluhaasteen laajuus | Mitä prosessin aikana muotoillaan vaihtelee liittyen palvelupolkuun ja asiakasvuorovaikutukseen, organisaation prosesseihin ja työkaluihin, organisaatorajat ylittäviin työskentelymalleihin sekä palvelukonsepteihin ja liiketoimintamalleihin. |
| Osallistujat | Moninainen tieto | Osallistujilla tulisi olla yhdessä kaikki tarvittava tieto muotoiltavasta asiasta sekä tuoda yhteiskehittämiseen kaikkien tunnistettujen sidosryhmien kokemukset. |
| | Erot kiinnostuksissa | On tärkeää tunnistaa eri sidosryhmien moninaiset motivaatiot osallistua sekä mahdolliset ristiriidat eri ryhmien intressien välillä. Moninaisuus huomioitava prosessiin liittyvien toimintojen suunnittelussa. |
| | Vallan jakautuminen | Osallistujilla on erilaista valtaa johtuen asemasta organisaatioissa, asiantuntijuudesta tai muista taustekijöistä. Muotoilijan tehtävä tasata vallan epätasaista jakautumista prosessin aikana valitsemalla sopivia työskentelytapoja. |
| Yhteiskehittämisen tapahtumat | Toiminnot | Yhteiskehittäminen etenee askel askeleelta sisältäen kokemusten sanoittamista, yhteisen ymmärryksen rakentamista ja ideoiden generointia yhdessä. |
| | Asetelma | Tukee vallan tasaista jakautumista ja ideoiden yhteiskehittelyä |
| Yhteiskehittämisen tulokset | Projektin tuotokset | Välittömiä tuloksia ja tuotoksia kuten uusia ideoita konkreettisista muutoksista, uusia palvelukonsepteja ja tulevaisuuden strategioita. |
| | Projektin seuraukset | Analysoitavissa projektin onnistumisen arvioimiseksi |

Muotoiluvalinnat on jaettu neljään ryhmään, joista ensimmäinen liittyy projektin lähtötilanteen selvittämiseen. Toimeksiannon avoimuus on keskeinen lähtökohta yhteiskehittämislle. Jos heti prosessin alussa on tarkasti tiedossa, miten halutaan ratkaista jokin tunnistettu tarve, yhteiskehittämislle ei usein ole edellytyksiä (Kauppinen ym. 2020, 5). Voikin ajatella, että yhteiskehittämisprosessiin pitäisi aina liittyä oppimista. Muutoksen tarkoitus ja suunnitteluhaasteen laajuus kuvaavat sitä, että yhteiskehittämisellä tavoitellaan aina muutosta ja se

voi olla hyvin konkreettista kuten asiakkaan palvelupolun kohtaamispisteiden hiominen tai liittyä laajempiin kokonaisuuksiin. (Lee ym. 2018, 21.)

Osallistujien valinnassa on tärkeää saada suunnitteluhaasteeseen liittyvät eri sidosryhmät yhteen ja huomioida, että osallistujajoukko edustaa mahdollisimman moninaisia taustoja (Lee ym. 2018, 22). Eri toimijat tuovat yhteiskehittämisessä resurssinsa samaan pöytään oli kyse sitten rahasta, osaamisesta, kokemuksista, infrasta, verkostoista tai jostakin muusta. Yksikään toimija ei pystyisi yksin ratkaisemaan ongelmaa vaan he tarvitsevat näitä toistensa resursseja. Kyse ei kuitenkaan ole niiden vaihtamisesta vaan avaamisesta ja jakamisesta toiselle. Tämä tarkoittaa myös sitä, että jokaisen yhteiskehittämiseen osallistuvan tulisi kokea hyötyvänsä siitä jollakin tavalla. (Kauppinen ym. 2020, 5.)

Kolmantena tarkastellaan yhteiskehittämisprosessiin liittyviä erilaisia tapahtumia tai toimintoja. Leen ym. (2018, 23–24) malli keskittyy tässä erityisesti käyttäjäymmärryksen rakentamista ja yhteisen ideoinnin mahdollistaviin toimintoihin. Nämä vaiheet ovat osa yhteissuunnittelua, jossa muotoilija ja käyttäjä työskentelevät yhdessä. Yhteiskehittämistä voidaan kuitenkin pitää yhteissuunnittelua laajempänä käsitteenä. Usein korostetaan, että siinä sidosryhmät ovat varsinaisen suunnittelun lisäksi mukana prosessin alusta alkaen asettamassa tavoitteita ja loppuun asti arvioimassa lopputulosta (esim. Simon 2010; Tschimmel 2012, 4; Kauppinen ym. 2020, 5, 14). Yhteiskehittämiseen osallistuvien toimijoiden kohtaamisten suunnittelussa ja fasilitoinnissa on tärkeää tiedostaa ja purkaa mahdollisia valta-asetelmia (Lee 2018, 25). Eri taustoista tulevat osallistujat kohtaavat haasteen edessä yhdenvertaisina ja riisuttuina mahdollisista asemaan ja asiantuntijuuteen liittyvistä valtahierarkioista (Kauppinen ym. 2020, 5). Johtajan tai asiantuntijan sana ei saa painaa enemmän kuin vaikkapa palvelun maallikkokäyttäjän vaan häneen suhtaudutaan yhtä lailla kokemuksensa puolesta asiantuntijana (Tschimmel 2012, 4).

Lopuksi yhteiskehittämisen tulisi johtaa johonkin välittömään, melko konkreettiseen tuotokseen, joka summaa prosessin löydökset. Aina kyse ei ole valmiista uudesta palveluratkaisusta. Etenkin kehitettäessä uutta tämä voi viedä oman aikansa ja vaatia mahdollisesti useampia yhteiskehittämisen syklejä. Kyse voi olla myös konseptista tai strategiasta. Lisäksi prosessi tuottaa usein pidemmän

aikavälin seurauksia, jotka tukevat prosessin onnistumisen arviointia. (Lee 2018, 25–26.)

Tässä yhteydessä voidaan ehkä puhua myös vaikutuksista ja vaikuttavuudesta. Usein niitä käytetään ristiin tai synonyymeina. Täsmällisemmin vaikutukset ovat välittömästi todennettavia, toiminnasta syntyneitä muutoksia, ja vaikuttavuudella tarkoitetaan niiden seurauksena pidemmällä aikavälillä aiheutuvia ihmisten hyvinvointia tai yhteiskuntaa hyödyttäviä muutoksia (Heliskoski et al. 2018, 5–6). Vaikutukset voivat olla myös tahattomia ja kielteisiä, mutta vaikuttavuus on aina ennakoitua ja tavoiteltua. (Valovirta 2017, 5). Vaikuttavuuden arviointi vaatii toiminnan tarkastelua ja arviointia pidemmällä aikavälillä, mutta kuvaamalla toiminnan vaikutusketjun (taulukko 3), voidaan tarkastella lyhytkestoisempienkin projektien vaikutuksia ja reflektoida mahdollista pidemmän aikavälin vaikuttavuutta.

Taulukko 3. Viitekehys vaikutusketjun muodostamiseksi (Kettunen 2017; Valovirta 2017 pohjalta Kesäniemi 2021)

| Tarve ja tavoite | Resurssit | Toimenpiteet, kohderyhmä ja tuotokset | Vaikutukset |
|---|---|---|--|
| <p>Mihin palveluympäristöstä nousevaan haasteeseen vastataan?</p> <p>Vaikuttava tarve on riittävän yleinen. Tavoite puolestaan on konkreettinen ja realistinen, vaikka sen taustalla olisikin suuri yhteiskunnallinen haaste. Tavoite kertoo mihin toiminnalla pyritään, keitä se koskee ja millä aikavälillä ja se on todennettavissa.</p> | <p>Mitä resursseja prosessiin kohdistetaan toimenpiteiden toteuttamiseksi?</p> <p>Resursseihin voidaan kuvata erillisen rahoituksen lisäksi muuta työaika ja osaamista, materiaaleja, oikeuksia, sopimuksia, ideoita ja verkostoja.</p> | <p>Mitä tehdään tavoitteeseen pääsemiseksi? Kuka yhteiskehittämisestä hyötyy? Mitkä ovat välittömiä seurauksia?</p> <p>Yhteiskehittäminen on konkreettista ja mitattavaa tekemistä, joka saa aikaan muutosta ja vie kohti asetettuja tavoitteita.</p> | <p>Minkälaisia muutoksia yhteiskehittäminen ja sen tuotokset aikaansaavat?</p> <p>Muutokset näkyvät kohderyhmien osaamisessa ja kyvykkyydessä, mahdollisuuksissa, tilanteissa, toiminnassa, ihmissuhteissa tai hyvinvoinnissa.</p> |

Vaikutusketjuun kuvataan tyypillisesti tarve ja tavoite, toimenpiteisiin kohdennettavat resurssit, konkreettiset toimenpiteet, kohderyhmät ja tuotokset sekä toimenpiteiden seurauksena syntynyt muutos eli vaikutukset.

4.3 Yhteiskehittäminen julkisen sektorin uutena paradigmana

Yhteiskehittäminen on omaksuttu yksityiseltä sektorilta myös julkisen palvelujen piiriin, jossa se on saanut yksittäisten palvelujen kehittämisen lisäksi laajempia

merkityksiä. Olemme globaalisti ennennäkemättömän muutosvauhdin ja yhteiskuntaa ravistuttavien kiperien, talouteen, ympäristöön ja sosiaalisiin suhteisiin vaikuttavien ongelmien äärellä. Länsimaissa yhteiskehittäminen on herättänyt laajasti mielenkiintoa sosiaaliset innovaatiot mahdollistavana menetelmänä. (Daglio 2015, 32–33.) Yhteiskehittämisen myötä valjastetaan kansalaisten sekä julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin toimijoiden kokemukset, osaaminen ja muut resurssit yhteiskunnallisten ongelmien tunnistamiseen ja ratkaisemiseen (Torfing ym. 2019, 802). Kyse ei ole vain asiakaskeskeisestä palvelujen kehittämisestä, kuten edellisissä kappaleissa on kuvattu, vaan yhteiskunnan eri toimijoiden tuomisesta yhteen kehittämään sosiaalisia innovaatioita.

Torfing ym. (2019, 795, 798–799) esittävät, että yhteiskehittämisen omaksuminen julkisen sektorin ongelmien ratkaisuun ei ole ainoastaan metodinen kysymys siitä, kuinka innovaatioita synnytetään, vaan perusteellisempi mullistus julkisen sektorin roolissa suhteessa kansalaisiin. Se haastaisi vallalla olleet käsitykset julkisesta sektorista ainoana julkisten palvelujen tarjoajana tai julkisten ja yksityisten toimijoiden kilpailun synnyttämästä kustannustehokkuudesta. Yhteiskehittäminen muuttaisi julkisen sektorin kokonaisuudessaan viranomaisesta ja palveluntarjoajasta monitoimijaisen yhteistyön alustaksi. Ajatus sisältää myös kansalaisiin kohdistuvan kritiikin. Torfingin ym. mukaan puhe julkisesta sektorista palveluntarjoajana on tehnyt kansalaisista vastuutta vaatimustasoaan jatkuvasti nostavia, yksilöllistä kohtelua vaativia ja tilaisuuden tullen palvelun laadusta valittavia asiakkaita. Ymmärrys yhdessä kannettavasta vastuusta on hämärtynyt. Yhteiskehittäminen voimauttaisi (ja velvoittaisi) kansalaiset jälleen julkisen arvon tuottajiksi.

Kaikki eivät usko yhteiskehittämisen ratkaisevan julkisen sektorin kiperiä haasteita. Voorberg ym. (2014, 21–22) nostivat esiin, että julkisen sektorin yhteiskehittämisen hankkeille asetetut odotukset ja niillä lopulta saavutetut tulokset kohtaavat harvoin. Yhteiskehittämisellä väitetään tuotettavan ratkaisuja valtaviin yhteiskunnallisiin haasteisiin, mutta käytännössä monissa yhteiskehittämisen hankkeissa ei lopulta ole määritelty selkeitä tulostavoitteita ja hankkeiden lopullinen saavutettu hyöty jää ilmaan. Tällaisissa tapauksissa prosessin merkitys korostuu yli lopputuloksen. Silloin yhteiskehittäminen näyttäytyy samanlaisena

itseisarvona kuin vaikkapa demokratia tai läpinäkyvyys. Se ehkä parantaa toiminnan legitimitettä yleensä, mutta ei tuota vastauksia niihin haasteisiin, joilla sen käyttöä perustellaan. Pahimmassa tapauksessa kyse ei ole vain esimerkiksi osaamattomuudesta suunnitella ja toteuttaa tuloksellista yhteiskehittämistä vaan tarkoitushakuisesta toiminnasta. Yhteiskehittämisellä voidaan hakea prosessille hyväksyntää, vaikka aidosti ei haluta luopua vallasta ja ratkaista ongelmia yhdessä. Silloin yhteiskehittäminen kutistuu lähinnä symboliseksi eleeksi tai tokenismiksi. (Torfing ym. 2019, 809.)

Toisaalta toisessa ääripäässä yhteiskehittämistä voidaan käyttää sysäämään vastuuta vaikeista päätöksistä haavoittuvaisille yhteisöille, jolloin julkinen vastuunkanto heikkenee ja rajat julkisen, yksityisen ja vaikkapa vapaaehtoistyön välillä sumenevat (Bovaird 2007, 856). Ehkä kuitenkin merkittävin ja kaikissa yhteiskehittämisen projekteissa jollakin tasolla läsnä oleva riski liittyy yhteiskehittämisen eriarvoistavaan mekanismiin. Kaikilla ei ole yhtäläiset mahdollisuudet osallistua. Usein osallistuminen vaatii monenlaisia kyvykkyyksiä tai vaikkapa vain aikaa. Siksi yhteiskehittämisessä usein korostuvat äärimmäiset ja kovääniset tai hyvin etuoikeutetut näkökulmat. (Birchall & Simmons 2004, 2; Røiseland & Vabo 2016, 14–15.) Bovaird (2007, 856) kehottaakin pohtimaan, kuka osallistuu yhteiskehittämiseen ja miksi heidän pitäisi kokea halua osallistua.

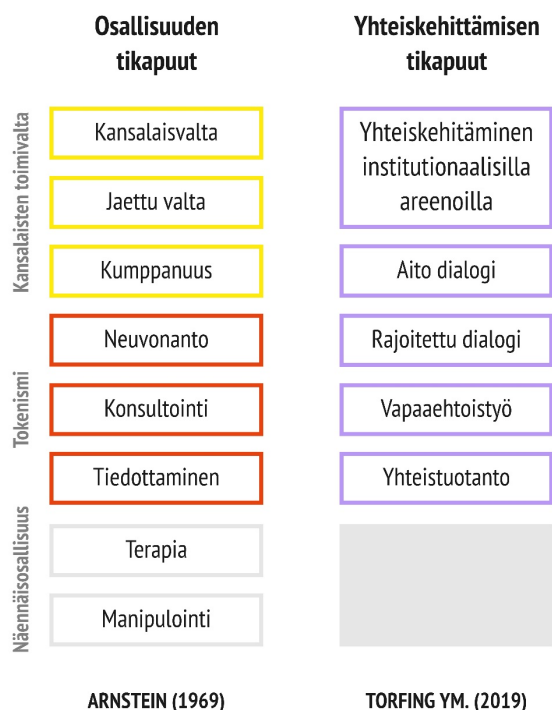
Torfing ym. (2019, 796, 805) eivät väitäkään, että julkisen sektorin yhteiskehittäminen olisi ongelmaton. He toteavat, että todennäköisesti yhteiskehittämisen täyttää potentiaalia ei koskaan saada julkisen sektorin käyttöön ja ylipäätään yhteiskehittämisen omaksuminen uudeksi paradigmaksi vaatisi laajoja institutionaalisia, johtamiseen liittyviä ja systeemisiä muutoksia. Kuitenkin yhteiskehittäminen lähestymistapana tarjoaa useita yhteiskunnallisia hyötyjä. Yhteiskehittäminen voi yhdistää hajanaista julkista sektoria tuomalla yhteen erilaisia sidosryhmiä ja parantamalla julkisen sektorin toiminnan tehokkuutta (Bovaird 2007, 857–858). Se edistää julkisen arvon syntymistä, mikä vahvistaa luottamusta demokratiaan lisäämällä kansalaisten osallisuutta päätöksentekoon ja julkisen sektorin toiminnan suunnitteluun. Se parantaa sosiaalista koheesiota ja yhteisöjen resilienssiä. (Torfing ym. 2019, 809) Lisäksi, kun yhteiskehittämällä siirretään osa vallasta ammattilaisilta asiakkaille (tai palvelun käyttäjille) tehdään

kohtaamisesta tasa-arvoisempi, mikä voi saada yhteisöistä liikkeelle sellaisia resursseja, jotka eivät muuten olisi käytössä yhteisten ongelmien ratkaisemisessa (Bovaird 2007, 855).

Ehkäpä yhteiskehittäminen ei koskaan pystykään syrjäyttämään nyt pitkälti vallalla ollutta, yksityisen sektorin toimintamalleja julkisiin organisaatioihin tuovaa uutta julkisjohtamisen oppia⁵. Se voi silti haastaa julkisen sektorin toimintatapoja ja ohjata huomiota kilpailuasetelmista entistä enemmän yhteistyöhön sekä ihmisten aktiivisen toimijuuden tukemiseen. Rock ym. (2018, 546–547) tarkastelevat yhteiskehittämistä Arnsteinin (1969) kuuluisten Osallisuuden tikkaiden kautta. Tikkaiden alimmilla puolilla kansalaiset toimivat tiedon vastaanottajina, konsultoijina tai neuvonantajina, mutta heidän valtansa on enimmäkseen edustuksellista ja jopa näennäistä. Ylemmäs mentäessä voidaan puhua kumppanuudesta, delegoidusta toimivallasta ja ylimpänä kansalaisvallasta. Rock ym. sijoittaisivat yhteiskehittämisen tikkaiden ylimmille puolille. Bovaird (2007, 847) ja Torfing ym. (2019, 804) pitävät tikkaita riittämättöminä. Ensimmäinen, koska ne antavat liian yksiulotteisen kuvan palveluntarjoajan ja käyttäjän suhteesta, ja jälkimmäinen, koska ne heijastavat aikansa ideologioita, jotka tuntuvat vanhentuneilta tässä päivässä. Koska kukaan ei pysty yksin ratkaisemaan nyky maailman monimutkaisia pulmia, kansalaisvalta ei voi olla ylin tavoiteltava päämäärä. Torfing ym. (2019, 804–805) ehdottavat tilalle yhteiskehittämisen tikapuita. Arnsteinin tikapuut ja Torfing ym. malli ovat kuvattuna rinnakkain kuvassa 7 (s. 48).

Yhteiskehittämisen ensimmäisellä tasolla on kyse arvonluomisesta itselle yhteistuottamisen kautta. Julkinen sektori voimauttaa kansalaisia aktiiviseen toimijuuteen omassa elämässään ja osallistumaan heille tarjottujen julkisten palvelujen toimeenpanoon. (Torfing ym. 2019, 804.) Toiselle puolalle Torfing ym. asettavat vapaehtoistyön myötä toteutuvan yhteistyön julkisen sektorin työntekijöiden kanssa, olemassa olevien palvelujen parantamisen ja yhteisen arvon luomisen. Kolmantena on rajoitettu dialogi kansalaisten ja julkisen sektorin välillä. Kansalaisryhmät osallistuvat uusien tehtävien ja ratkaisujen muotoiluun joukkoistamisen, fokusryhmien, kirjallisten konsultointien ja julkisten kuulemisten kaltaisten melko kontrolloitujen toimintojen kautta.

⁵ New Public Management



Kuva 7. Osallisuuden ja yhteiskehittämisen tikapuut (Arnstein 1969; Torfing ym. 2019 pohjalta Kesäniemi 2021)

Toiseksi ylimpänä on avoin dialogi ja kohtaaminen julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä. Aidossa vuorovaikutuksessa muotoillaan uusia tai parempia ratkaisuja ja koordinoidaan niiden viemistä käytäntöön. Korkeimmalla puolalla yhteiskehittäminen on hyvin suunnitelmallista, eri toimijoiden osallistuminen tapahtuu institutionaalisilla areenoilla ja tähtää uusien aiemmin testaamattomien ratkaisujen muotoiluun, testaamiseen ja implementointiin. (Torfing ym. 2019, 804–805.)

4.4 Yhteiskehittäminen museossa

Kuten luvun alussa jo totesinkin, yhteiskehittäminen museoissa ei ole enää uusi asia vaan sitä on tarkasteltu osana museoiden yleisösuhteiden kehittämistä jo yli kymmenen vuoden ajan. Yhteiskehittäminen tuntuukin sopivan museokontekstiin oikein hyvin. Kuten edellä on kuvattu yhteiskehittämisen lähtökohdat liittyvät oivallukseen asiakkaan keskeisestä roolista palvelun arvon muodostumiseen. Tämän oivallus on johtanut käyttäjäkeskeisempiin käytäntöihin palveluiden suunnittelussa ja tuotannossa, minkä on huomattu myös lisäävän palvelun käyttäjien sitoutumista palveluntarjoajaan. (Vargo ym. 2008, 148; Steen ym. 2011, 6; Tschimmel 2012, 4.) Arvon yhteiskehittämisen omaksuminen taide- ja

kulttuuripalveluiden piiriin tuntuu luontevalta ehkä senkin takia, että sen voidaan nähdä kytkeytyvän jo paljon vanhempaan keskusteluun esteettisen elämyksen mekanismeista ja taiteen määritelmästä. Teoksessaan *Art as Experience* John Dewey (1936, 2) on määritellyt taiteen syntyvän vasta ihmisen (yleisöjen) kokemuksessa ja myöhemmin Arnold Berleant teoksessa *Art and Engagement* (1991, 212) on esittänyt taiteen itsessään synnyttävän erityisen esteettisen elämyksen, joka on luonteeltaan osallistavaa ja sitouttavaa. Englannin kielen sana *engagement* kääntyy suomenkielelle huonosti, mutta käytän tässä siitä ilmaisua sitouttava osallisuus. Tämä sitouttava osallisuus on nykyisen kaltaisten museoiden toiminnan ja etenkin niiden yleisötyön tavoitteiden ytimessä. Vastaavasti se on yksi merkittävämpiä hyötyjä, joita yhteiskehittämisellä katsotaan olevan. Voisiko siis sanoa, että taide itsessään on tekijän, sille esittelykontekstin tarjoavan museon ja yleisön yhteiskehittävä elämys?

Jos näin olisi, yhteiskehittäminen tulisi nähdä museoissa yksittäisen menetelmän tai prosessin sijaan toimintaa sitovana liimana. Jos museoiden tarkoitus tiivistyy materiaan (kokoelmat), sitouttavaan osallisuuteen (yleisöt) ja representaatioon (näyttelyt), missä oppiminen ja tulkinta rakentavat sillat kokoelmista ja näyttelyistä yleisöihin (Welsh 2004; Booth & Powellin 2016, 8–9 mukaan), yhteiskehittäminen voisi läpäistä nämä kaikki. Materia muuttuu yhteiskehittämällä elämykseksi ja mahdollistaa yleisöjen, museoammattilaisten ja muiden sidoryhmien tasavertaisen kohtaamisen. Tästä syntyy moniäänisiä tulkintoja ja edelleen sitouttavaa osallisuutta, joka johtaa haluun osallistua ja syventyä sisältöön entisestään.

Huolimatta yhteiskehittämisen luonteavasta yhteydestä museoiden toiminnan ytimeen sen omaksuminen museotyön arkeen ei ole itsestäänselvyys sen enempää kuin se on muissakaan organisaatioissa tai yhteiskunnassa laajemmin. Muun muassa Govier (2009, 6–7) ja Lam ym. (2013, 7–8) ovat nostaneet esiin, kuinka museoissa ammattilaisten vallalla on erityisen vahva merkitys. Valta liittyy esimerkiksi mittaamattoman arvokkaiden ja uniikkien kokoelmien suojaamiseen. Se on johtanut myös siihen, että museoammattilaiset päättävät mitä, milloin ja miten esitellään yleisöille sekä edelleen siihen, että museoammattilaisten tulkinnoista on tullut kokoelmien oikea ääni. Siksi yhteiskehittämisen jakamiseen, tasavertaiseen kohtaamiseen ja auktoriteettiasemien purkuun

liittyvä eetos voi tuntua uhkaavalta. Lisäksi amatöörien ottaminen mukaan prosesseihin, joihin liittyy esteettisen esittämisen elementtejä tai jopa taiteellista toimintaa, haastaa arvaamattomuudellaan totutut työskentelyprosessit ja toiminnan arviointiin käytetyt mittarit tavalla, johon yksittäisen ammattilaisen innostus ja kyky joustaa eivät välttämättä riitä. Torfingin ym. (2019, 816) mukaan yhteiskehittämisen omaksuminen uutena yhteiskunnallisena paradigmana vaatii laajempaa systeemistä muutosta. Sama pätee pienemmässä mittakaavassa. Yhteiskehittämisen koko potentiaalin hyödyntämiseen ei riitä, että museon yleisöyöntekijät ottavat sen omakseen vaan kyse on suuremmasta toimintakulttuurin muutoksesta, joka vaatii myös museojohdon sekä kokoelma- ja näyttelytoiminnan sitoutumista (Govier 2009, 35; Simmons 2010).

Myös julkisen sektorin yhteiskehittäminen avaa kiinnostavia näkymiä myös museoiden toiminnan tarkasteluun, vaikka se ei varsinaisesti mitään uutta olisi-kaan. Museologi Jan Jelinek korosti jo vuonna 1975, että museoiden tulisi osallistua tärkeiden yhteiskunnallisten ongelmien ratkomiseen (Lam et al. 2013, 2). Jelinekin visio on 2000-luvun aikana tullut ehkä todemmaksi kuin koskaan. Taide- ja kulttuurialalla vaikuttavan hyvinvointidiskurssin voidaan nähdä vahvistaneen taide- ja kulttuuritoimijoiden kytköksiä sosiaalisiin ja yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Museoissakin tämä näkyy erilaisina yhteisöllisinä asukasprojekteina ja sosiaalisin perustein kohdennettuina hankkeina, joiden kautta museot ottavat aktiivisemmän roolin suhteessa ympäristöönsä. (Elkasrawy 2016, 2946). Kyse on myös voimauttamisesta: kutsumalla ihmiset tulkitsemaan ja sanoittamaan kulttuuriperintöä tuetaan yhteyttä omiin juuriin ja samalla vahvistetaan yhteisöllisyyttä, nostetaan esiin moninaisempia ääniä ja lisätään vuoropuhelua erilaisten ryhmien välillä. Huomioimalla asiakkaansa passiivisesti vastaanottavien käyttäjien sijaan todellisina toimijoina museoista itsestään voi tulla entistä merkittävämpiä yhteiskunnallisia toimijoita ja niiden toiminta kytkeytyy yhä merkityksellisemmin ihmisten arkeen. Vaikka Arnsteinin osallisuuden portaiden ylimmällä puolalla oleva kansalaisvalta ei sellaisenaan sopisi aktiivisen kansalaisuuden korkeimmaksi tavoitteeksi enää tänä päivänä (Torfing ym. 2019, 804), ehkä sitä voidaan tulkita museotoiminnan näkökulmasta tavoitteena tukea sellaista omaehtoista toimijuutta, jossa museo muuttuu yleisöjen ja sen sidosryhmien initoiman toiminnan mahdollistavaksi alustaksi. Satwicz & Morrisey (2011, 196) kuvaavat museoiden roolin muuttuneen sisällön tarjoajasta ja

elämysten luojasta sisältöjen ympärille rakentuvien elämysten mahdollistajaksi. Kansalaiskuratoinnin kaltaisten toimintatapojen omaksuminen vahvistaa museoiden demokraattista ja yhteisöllistä toiminnan eetosta ja tekee niistä aidommin ihmiskunnan kollektiivisen muistin, johon ainakin suurempi osa voi kokea kuluu-
luvuutta.

Museoiden yhteiskehittämisessä näyttäisi olevan paljon mahdollisuuksia, mutta myös haasteita. Kun yhteiskehittämistä halutaan tuoda osaksi museoiden toimintatapoja, on mietittävä, miten kynnystä tarttua siihen voidaan madaltaa. Govier (2009, 3–4) ehdottaa, että tarkkarajaisten määrittelyiden sijaan yhteiskehittämiseen tulisi suhtautua laajempuna käsitteenä, joka sisältää kaiken yleisöjä osallistavan toiminnan museossa. Tällainen lähestymistapa ehkä helpottaisi yhteiskehittämisen omaksumista, mutta johtaisiko se yhteiskehittämisen käytäntöjen kehittymiseen museoissa vai veisikö niitä lopulta kauemmaksi niistä? Rock ym. (2018, 546) huomauttavat, että yhteiskehittäminen määritellään museokontekstissa usein sosiaalisen median kautta toteutetuksi käyttäjälähtöiseksi sisällöntuottamiseksi. Harvemmassa ovat esimerkit, joissa yleisöt otettaisiin vuorovaikutteisesti mukaan kehittämään toimintaa tai sisältöjä alusta alkaen. Yhteiskehittämisen harkitsematon käyttö kaikenlaisissa yleisötyön yhteyksissä voikin syödä toiminnan uskottavuutta (vrt. Voorberg ym. 2014 kriittikki). Jos yhtäällä puhutaan yhteiskehittämisestä keinona synnyttää sosiaalisia innovaatioita, ja toisaalla sillä tarkoitetaan vaikkapa yleisön kannustamista omien reaktioiden jakamiseen sosiaalisessa mediassa sopivalla aiheutunnisteella, käsitteen sisältö herättää varmasti vähintään hämmennystä.

Yhteiskehittämisen käsitteen laimentamisen sijaan olisi parempi kyetä reflektimaan toimintaa yhteiskehittämisen tarjoamassa viitekehyksessä ja tunnistaa, kuinka yhteiskehittävää otetta voisi vähitellen syventää. Tässä luvussa olen käsitellyt yhteiskehittämistä arvon luomisena, kehittämisen menetelmänä ja yhteiskunnallisen toimijuuden näkökulmasta sekä löytänyt abstrakteja käsitteitä konkretisoivia viitekehyksiä, joiden avulla yhteiskehittämistä olisi helpompi tarkastella ja arvioida osana organisaation toimintaa. Tällaisten työkalujen omaksuminen ja edelleen kehittäminen voisi auttaa jäsentämään ja omaksumaan uudenlaista ajattelua ja toimintatapoja.

Seuraavassa luvussa konkretisoin yhden tapausesimerkin kautta yhteiskehittämistä museossa. Luvun lopussa esittelen yhden tavan reflektoida yhteiskehittämisen toteutumista tässä luvussa esiteltyjen viitekehysten pohjalta rakentamani, yhteiskehittämisen eri näkökulmat yhteen kokoavan työkalun prototyypin avulla.

5 TAPAUSESIMERKKI: ARKKITEHTUURIN JA MUOTOILUN OPPIMISEN KESKUKSEN VERKKOPALVELUKONSEPTIN YHTEISKEHITTÄMINEN

Yhteiskehittämällä luotiin Ado.fi-palvelun konsepti Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon uudelle arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskukselle eli A&DO:lle. Kehittämistyöhön osallistui Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon yleisötyön ammattilaisia sekä palvelun tulevia muita potentiaalisia käyttäjiä eli arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen kentän toimijoita sekä opettajia eri koulutusasteilta. Kehittämisprosessin perustui palvelumuotoilussa paljon käytettyyn kaksoistimanttimaliin.

5.1 Toimeksianto

Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo tilasivat minulta keväällä 2020 arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen A&DO:n verkkopalvelun Ado.fi:n yhteiskehittämisen prosessin suunnittelun ja fasilitoinnin. Verkkopalvelu tiedettiin toteutettavan museoiden omista verkkosivustoista itsenäisenä sivustona ja sille oli jo ostettu oma visuaalinen ilme. Tiedossa oli myös, että palvelun ensimmäinen versio julkaistaisiin keväällä 2021.

Kehittämistyön toteutuksen suunnittelussa tuli ottaa huomioon, että A&DO:ta eli varsinaista oppimisen keskusta ei ole vielä olemassa. Kyseessä on aivan uusi toimintamuoto museoille, merkittävä yhteinen yleisötyön kehittämishanke. Keskuksen toimintamallin kehittäminen käynnistyi keväällä 2020 ja sen toimintaa pilotoidaan vuosien 2021–2023 aikana osana toimintamallin kehittämishanketta. Yksi pilotoitavista toimintamuuodoista olisi tämä ammattilaisille suunnattu verkkopalvelu.

Toinen huomioitava seikka oli Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon mahdollinen yhdistyminen tulevaisuudessa. A&DO on toisaalta pilotti kahden museon

yhteisestä toiminnasta, joka tukee yhdistymisprosessia. Toisaalta A&DO:n rooli ja muoto uudessa museossa on vielä täysin avoin ja siksi siihen tulisi osittain suhtautua määräaikaisena projektina.

Tätä taustaa vasten kehittämistyön lähtökohdaksi tuli asettaa seuraavat asiat:

1. Ado.fi on aluksi ennen kaikkea A&DO:n kehittämishankkeen sivusto, jossa voidaan viestiä hankkeen sisällöistä ja etenemisestä.
2. Ado.fi julkaistaan oletettavasti vaiheittain useamman vuoden aikana. Ensimmäinen vaihe julkaistaan keväällä 2021 ja se sisältää vain rajatun määrän niistä toiminnoista, joita palvelu voi tulevaisuudessa sisältää. Ensimmäisessä vaiheessa kyse on ammattilaisille tarkoitettusta palvelusta.
3. Ado.fi:n konseptin tulee olla avoin, jotta se voi kehittyä A&DO:n toiminta-ajatuksen kehittymisen mukana.
4. Nyt julkaistava Ado.fi on todennäköisesti väliaikainen tai suhteellisen lyhytikäinen. Palvelu todennäköisesti uudistettaisiin uuden Arkkitehtuuri- ja designmuseon perustamisen myötä. Uudelle museolle tulisi oma visuaalinen identiteetti ja toimintaa ilmentävät sähköiset palvelut.

Toimeksiantona oli lopulta arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen verkkopalvelun konseptin yhteiskehittäminen potentiaalisten käyttäjien kanssa. Konseptilla viitataan tässä suhteellisen vapaamuotoiseen esitykseen palvelun päätarkoituksesta. Yksittäisten ideoiden sijaan tavoitteena oli luoda laajempi kuva ja jättää tilaa myös jatkokehittämiselle. (Tuulaniemi 2011.) Lisäksi avoimempaa konseptia täydennettäisiin ja konkretisoitaisiin palvelun ensimmäisen julkaistavan version sivuhierarkialla ja rautalankamallilla. Sivuhierarkia kuvaa tapaa, jolla sivuston informaatio on järjestetty ja jonka pohjalta syntyy sivuston navigaatio (Patel s.a.). Rautalankamalli on askel pidemmälle. Se on kuin verkkosivuston pohjapiirustus, joka näyttää, mihin sivuston eri elementit asettuvat ja missä suhteessa ne ovat toisiinsa nähden (Lim 2020). Koska käyttöliittymä- ja käytettävyyssuunnittelu sekä tekninen toteutus oli rajattu tämän kehittämistehtävän ulkopuolelle, sivustohierarkian ja rautalankamallin tarkoituksena oli kommunikoida käyttöliittymän suunnittelijalle ja tekniselle toteuttajalle sivuston ajateltu rakenne ja sisältö.

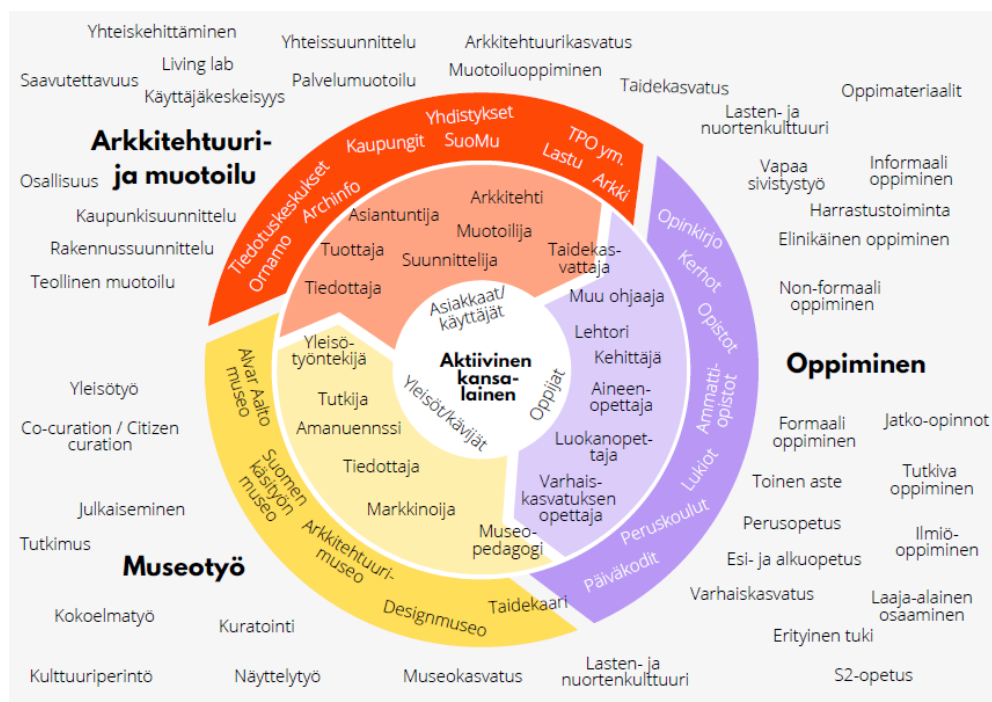
5.2 Osallistujat

Yhteiskehittämisen osallistujiksi sovimme tilaajan kanssa A&DO:n ydinryhmän lisäksi arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijat sekä opettajat varhaiskasvatuksesta, perusopetuksesta ja toiselta asteelta (Taulukko 4). Viitataan jatkossa tässä työssä ensimmäisiin lyhyemmin vain *taidetoimijoina* ja jälkimmäisiin *opettajina* tekstin sujuvuuden vuoksi.

Taulukko 4. Osallistujat (Kesäniemi 2021)

| Osallistujaryhmä | Osallistuja |
|---|--|
| Tilaaja / Museotalan ammattilaiset. Prosessin kaikki vaiheet Yht. 4 hlö | Vastaava museolehtori Leena Svinhufvud, Designmuseo/A&DO |
| | Museolehtori Hanna Kapanen, Designmuseo/A&DO |
| | Kehittämispäällikkö Satu Sillvanto, Arkkitehtuurimuseo/ Designmuseo/A&DO |
| | Väliaikainen johtaja ja yhteistyöpäällikkö Arja-Liisa Kaasinen, Arkkitehtuurimuseo/ A&DO |
| Arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijat (taidetoimijat) Haastattelut, ideointityöpaja ja testaus Yht. 8 hlö | Arkkitehtuurin tiedotuskeskus Archinfo, Valtakunnallinen |
| | Arkkitehtuuri- ja ympäristökoulu Lastu, Pohjois-Savo |
| | Kehittämiskeskus Opinkirjo, Valtakunnallinen |
| | Kulttuurikasvatusyksikkö TAITE, Tampereen kaupunki, Pirkanmaa |
| | Lasten ja nuortenarkkitehtuurikoulu Arkki, Uusimaa |
| | Ornamo ry, Valtakunnallinen |
| | Suomen muotoilukasvatusseura SuoMu ry, Valtakunnallinen |
| | Freelance muotoilukasvattaja, Uusimaa |
| Opettajat Haastattelut, ideointityöpaja ja testaus Yht. 8 hlö | Varhaiskasvatus, Uusimaa, 2 hlö |
| | Perusopetus, Uusimaa, 2 hlö |
| | Toinen aste, Uusimaa ja Itä-Savo, 4 hlö |
| Muut Testaus Yht. 5 hlö | Tiedottaja, Designmuseo |
| | Kirjastonhoitaja Suvi Juvonen, Arkkitehtuurimuseo |
| | Satunnaiset käyttäjät, Uusimaa, Itä-Savo, Keski-Suomi, 3 hlö |

Sidosryhmien tunnistamisen tukena käytimme sidosryhmäkarttaa (kuva 8). Se mahdollistaisi laajempienkin ekosysteemien, niiden sisäisten suhteiden ja mahdollisten liiketoiminnan aukkopaikkojen analysoimisen (Stickdorn ym. 2018, 58). Ado.fi:n tapauksessa sidosryhmäkarttaa käytettiin kuitenkin helpottamaan kehittämistyön rajaamista. Vaikka oppimisen keskuksen tulevaisuus onkin avoin ja toiminta voi kohdentua monille eri aloille, tässä vaiheessa sidosryhmäkartassa keskityimme arkkitehtuuriin ja muotoiluun, oppimisen ja museotyön leikkaukspisteeseen.



Kuva 8. A&DO:n sidosryhmäkartta (Kesäniemi 2021)

Verkkopalvelua käyttävät ensisijaisesti ammattilaiset ja palvelu tukee heidän työtään. Sidosryhmäkartta osoittaa, kuinka museotyön, oppimisen sekä arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimista edistävät toimijat ja aloilla työskentelevät ammattilaiset kohtaavat yhteisen kohderyhmän ja tavoitteen äärellä. Siksi asetimme kartan keskiöön aktiivisen kansalaisen. Kartan keskeltä löytyy siis palvelun lopulliset hyötyjät, vaikka he eivät palvelua suoraan käyttäisikään. Verkkopalvelu voi myös tulevaisuudessa kehittyä palveluksi, jota kansalaiset tai oppijat käyttävät. Sen tulevaisuuskuvan totesimme kuitenkin vielä liian epävarmaksi, jotta oppijoita olisi voinut pitää tässä vaiheessa sopivana ryhmänä osallistumaan yhteiskehittämiseen.

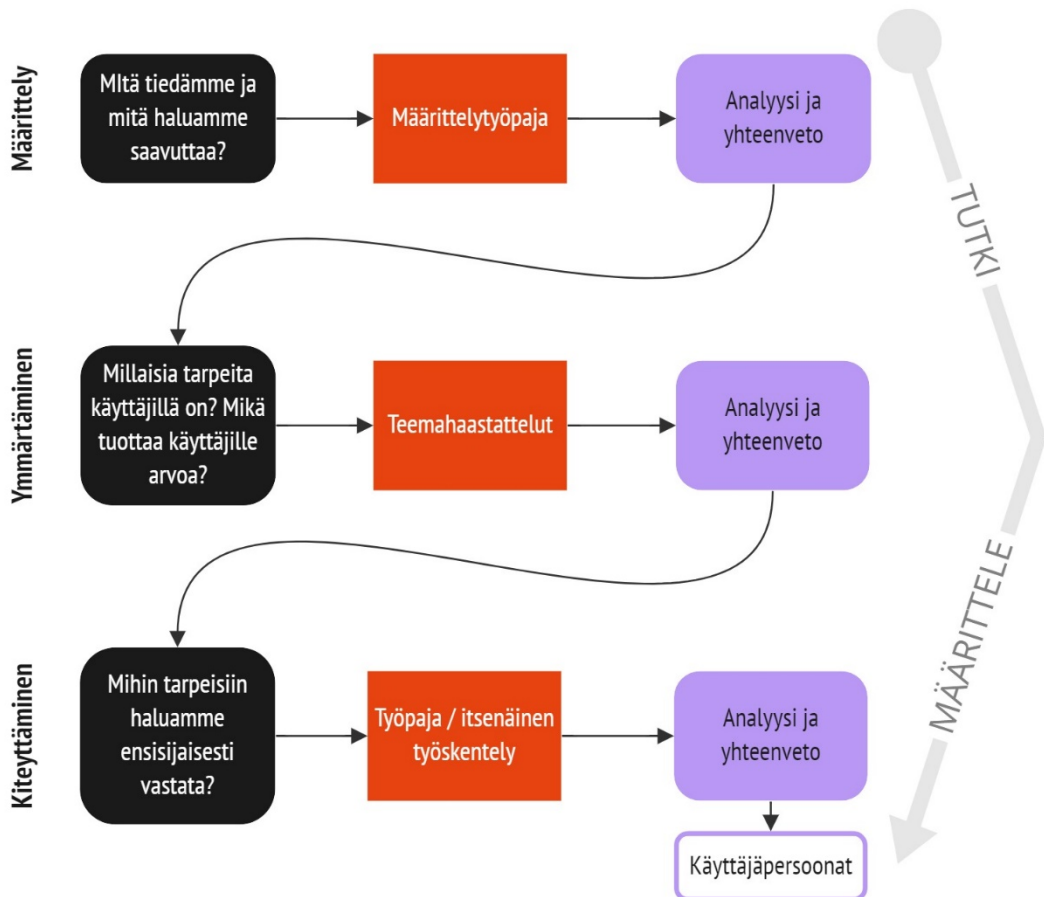
Kutsuimme taidetoimijat mukaan tilaajan A&DO-hankkeeseen kiinnittämästä asiantuntijatyöryhmästä muutamien täydennyksin. Opettajia kutsuimme mukaan sähköpostitse tilaajan opettajayhteistyökontaktien kautta. Lisäksi testaamista varten päädyimme ottamaan mukaan myös kaksi ammattilaista museoista, jotka työskentelevät saavutettavuuden ja viestinnän parissa, sekä kolme niin sanottujen satunnaisten kävijöiden edustajaa. A&DO-hankkeen toteutuksesta vastaava ydinryhmä osallistui työskentelyyn prosessin kaikissa vaiheissa. Ryhmässä oli edustus molemmista museoista sekä hankkeeseen palkattu projektiyöntekijä. He edustivat tilaajanäkökulman lisäksi museoammatillista yleisötyön näkökulmaa.

5.3 Yhteiskehittämisen prosessi

Ado.fi-palvelun kehittämisprosessin perustui palvelumuotoilussa paljon hyödynnettyyn ja varioituun (Tudor 2020), Design Councilin vuonna 2004 julkaisemaan, kaksoistimanttimalliin. Siinä prosessi on jaettu kahteen osaan, joista ensimmäisessä keskitytään ymmärryksen muodostamiseen ja toisessa ratkaisun visioimiseen. Timanttien muoto visualisoi luovassa ongelmanratkaisussa keskeisen divergenssin, konvergenssin ja iteratiivisuuden. Divergenssi on tiedon ja ideoiden tuottamista. Se on pohjimmiltaan sallivaa, mielikuvituksellista ja uusia yhdistelmiä tuottavaa. Konvergenssi on taas analyyttiseen päättelyyn perustuva karsintaa ja kiteyttämistä. Luovassa ongelmanratkaisussa nämä kaksi vaihetta vuorottelevat (laajeneva ideoiden tuottaminen – supistuva analyyttinen karsiminen ja olennaisen löytäminen). Iteratiivisuus on syklistä tai toistoa eli siinä divergenssiä ja konvergenssia toistetaan, kunnes ongelma on ratkaistu ja tavoite saavutettu. (Tuulaniemi 2011.)

Mallin mukaisesti Ado.fi:n kehittämisprosessi jakautui kahteen päävaiheeseen, joista ensimmäisen tavoitteena oli muodostaa ymmärrys suunnitteluhaasteen taustalla olevasta tarpeesta. Se jakautui edelleen kolmeen osaan: 1. Määrittely, 2. Ymmärrys ja 3. Kiteyttäminen (kuva 9, s. 57). Jokainen alavaihe alkoi kysymyksestä, johon haettiin vastausta, sisälsi vähintään yhden kohtaamisen osallistujien kanssa sekä niissä kohtaamisissa kerätyn aineiston analyysin ja yhteenvedon tekemisen.

Aluksi määrittelimme tilaajan kanssa kehittämistyön reunaehdot ja prosessiin osallistuvat toimijat määrittelytyöpajassa. Keräsin Ado.fi:n käyttäjäymmärryksen aineiston teemahaastatteluilla. Kun materiaalia oli riittävästi, sitä analysoiden ja kiteyttäen saimme ydinryhmän kanssa esiin käyttäjien tarpeiden ja ongelman ytimen sekä muodostettua suunnitteluhaasteita seuraavaa vaihetta varten. Lopulta käyttäjäymmärrys kiteytettiin käyttäjäpersooniksi.



Kuva 9. Ymmärrys tarpeesta -prosessi (Kesäniemi 2021)

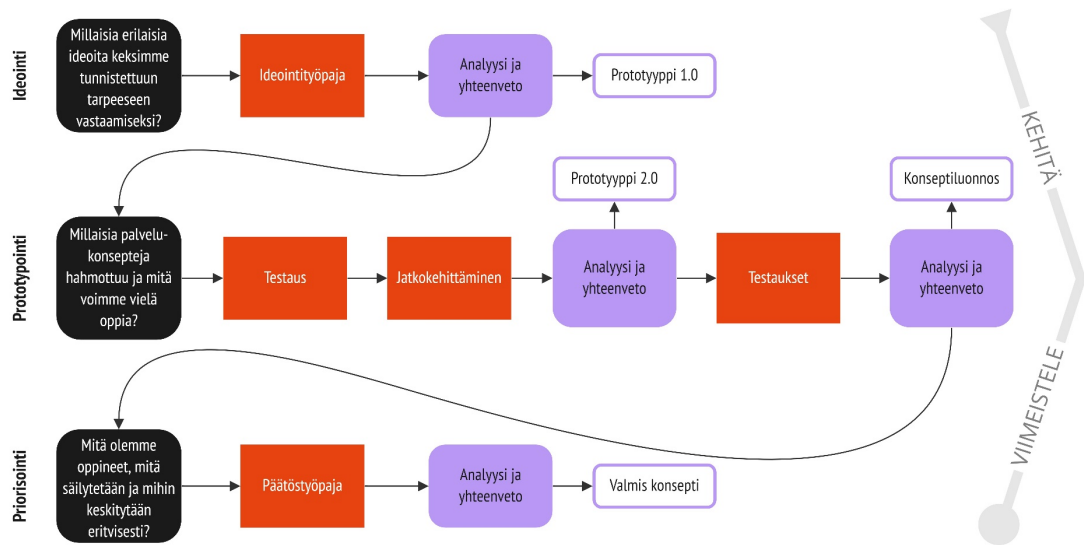
Taulukkoon 5 (s. 58) on koottu tässä vaiheessa tiedonkeruuseen ja analysointiin käytetyt menetelmät. Kun kaksoistimantin ensimmäinen, tarpeiden ymmärryksen tähtäävä prosessi, oli takana, oli muodostunut tarkentunut käsitys suunnitteluhaasteesta käyttäjätarpeiden pohjalta.

Taulukko 5. Ymmärrys tarpeesta -proessin tiedonkeruun ja analysoinnin menetelmät (Kesäniemi 2021)

| Määrittelytyöpaja ydinryhmälle | | |
|--|---|---|
| Tavoitteet | Löytää yhteinen ymmärrys lähtökohdasta | Ymmärtää, keitä Ado.fi:n käyttäjät ovat ja rajata joukkoa |
| Menetelmät | Ado.fi:n tarkoituksesta ja suhteesta muihin sivustoihin ennakkomateriaalin pohjalta muodostettujen väittämien arviointi | Ryhmäkeskustelu ydinryhmän aiemmin hahmotteleman sidosryhmäkartan pohjalta. |
| Analysointi ja yhteenveto | Vastaukset ryhmitellen ja eroavaisuuksista/samankaltaisuuksista keskustellen ryhmän kanssa. Tuotoksena yhteinen kiteytys kysymykseen "Miksi Ado.fi on?" | Korjauksia ja tarkennuksia karttaan, rajaus yhteiskehittämiseen osallistuvista käyttäjistä |
| Haastattelut A&D-toimijoille ja opettajille | | |
| Tavoite | Opettajien tarpeiden selvittäminen koskien luovien menetelmien ja sähköisten palveluiden käyttämistä osana opetusta | Taidetoimijoiden tarpeiden selvittäminen koskien arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen toimintaa ja heidän rooliaan siinä |
| Menetelmät | Sähköinen kyselylomake ja puolistrukturoitu teemahaastattelu | Puolistrukturoitu teemahaastattelu |
| Analysointi ja yhteenveto | Muotoilemalla päälöydöksiä ketjuiksi, joissa tehtävä, tavoite ja este. Lopulta kiteytyksenä kolme käyttäjäpersoonaa. | Muotoilemalla päälöydöksiä ketjuiksi, joissa tehtävä, tavoite ja este. Lopulta kiteytyksenä kaksi käyttäjäpersoonaa. |
| Kiteytystyöpaja ydinryhmälle | | |
| Tavoite | Tarpeiden priorisointi | Suunnitteluhaasteiden muodostaminen ideointivaihetta varten |
| Menetelmät | Äänestäminen haastattelumateriaalista tunnistetuista tarpeista | Miten voisimme -kysymysten muodostaminen ja priorisointi |
| Analysointi ja yhteenveto | Äänestystuloksen purku ja kiteytys 4 keskeisimpään tarpeeseen (2 opettajien ja 2 taidetoimijoiden) | Triggerikysymysten pohjalta hiotut suunnitteluhaasteet. |

Kaksoistimantin jälkimmäisen timantin tavoitteena on visioida haasteeseen ratkaisu. Tässä vaiheessa tarkoitus on aluksi tuottaa mahdollisimman monia ideoita ongelman ratkaisemiseksi ja kehittää niiden pohjalta konsepteja, joita testataan (Tuulaniemi 2011). Lopuksi, kun mahdollisista ratkaisuista on opittu tarpeeksi, kiteytetään ratkaisu ongelmaan. Vielä tässäkin vaiheessa voidaan testata prototyyppejä tai tehdä ketteriä kokeiluja kentällä. Lopulta saadaan aikaiseksi tuote, palvelu, toimintamalli, ympäristö, joka vastaa ensimmäisen timantin aikana määriteltyyn suunnitteluhaasteeseen. (Design Council 2004.)

Ado.fi:n kehittämisprosessissa etenimme ideoinnista prototyyppiin ja siitä priorisointiin (kuva 10). Käytännössä priorisointia tehtiin läpi prosessin eri vaiheissa ja lopussa oli kyse enää toteutukseen liittyvästä aikataulutuksesta.



Kuva 10. Visio ratkaisusta -prosessi (Kesäniemi 2021)

Ideointia varten järjestin verkkotyöpajan ydinryhmälle, opettajille ja toimijoille. Sen tuloksena syntyi palvelun sisältökonseptien aihiot, joiden pohjalta loin kaksi prototyyppiä, joita testattiin erilaisissa kokoonpanoissa. Taulukkoon 6 on koottu tässä vaiheessa tiedonkeruuseen ja analysointiin käytetyt menetelmät.

Taulukko 6. Visio ratkaisusta -prosessin tiedonkeruun ja analysoinnin menetelmät (Kesäniemi 2021)

| Ideointityöpaja ydinryhmälle, A&D-toimijoille ja opettajille | | |
|--|---|---|
| Tavoite | Generoida ideoita ja tunnistaa osallistujien mielestä keskeisimmät suunnitteluhaasteet, joiden pohjalta ideoida verkkopalvelua | Ratkaista suunnitteluhaaste ja tuottaa sisältökonseptia verkkopalvelulle |
| Menetelmät | Brainwriting | Ryhmäyö, sovellettu Learning Café, hyödynnettiin työskentelypohjaa (sovellus Business Model Canvas) |
| Analysointi ja yhteenveto | Purkukeskustelu ja tuotoksena kommentoidut ja rikastetut suunnitteluhaasteaihiot sekä niiden pohjalta tarkennetut suunnitteluhaasteet | Purku keskustellen, tuotoksena syntyi luonnokset sisältökonseptille |

| Testaukset | |
|----------------------------------|--|
| Tavoite | Tunnistaa tärkeimmät vähimmäisominaisuudet sivuston ensimmäiselle julkaistavalle versiolle ja vahvistaa tiekarttaan kirjattu tulevaisuuden kuva käyttäjien kanssa. |
| Menetelmät | Prototyypin esittely ja kokeilu kahdenvälisissä tai ryhmätapaamisissa. |
| Analysointi ja yhteenveto | Purkukeskustelu ja tärkeimpien palautteiden tiivistäminen taulukkoon sekä muutosten tekeminen prototyyppiin. |

Tämän vaiheen päätteeksi viimeistelin verkkopalvelun konseptin ensimmäinen version ja sivuston rautalankamallin. Kun ydinryhmä oli hyväksynyt ne, sivuston ensimmäisen vaiheen toteutus käynnistyi välittömästi. Verkkopalvelun toteutuksen ensimmäinen vaihe julkaistiin keväällä 2021 ja sitä päivitetään syksyn mitaan.

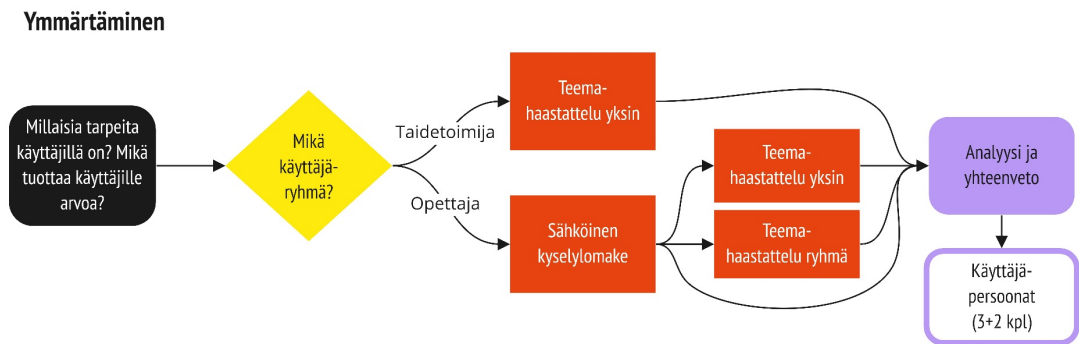
Avaan seuraavaksi prosessia tarkemmin sen keskeisimpien vaiheiden osalta, jotka olivat käyttäjäymmärryksen muodostuminen ja kiteyttäminen, ratkaisun ideointi ja prototyyppien testaus.

5.3.1 Käyttäjäymmärryksen muodostaminen ja kiteyttäminen

Tuulaniemen (2011) mukaan käyttäjäymmärryksen muodostaminen eli ”*tutkimus kohderyhmän odotuksista, tarpeista ja tavoitteista*” on palvelumuotoilun ratkaisevin vaihe, sillä tieto ohjaa suunnitteluprosessia loppuun asti. Vain muodostamalla käsityksen käyttäjien arjesta ja palvelutuotteen potentiaalisesta käyttökontekstista voidaan saada aikaan toimiva palvelu. Tiedonkeruun menetelmät voivat olla monet. Tyypillisimmin käytetään laadullisia etnografisia tutkimusmenetelmiä, jotka mahdollistavat ihmisten tutkimisen heidän arkisessa ympäristössään. Näitä menetelmiä ovat muun muassa havainnointi, erilaiset haastattelumenetelmät, itsedokumentointi ja käyttäjistä kertovien valmiiden taustaineistojen analysointi.

Ado.fi -palveluun liittyvää käyttäjäymmärrystä muodostin haastattelemalla taidetoimijoita ja opettajia (kuva 11, s. 61). Toimijoiden haastattelut olivat 1-1,5 h pituisia yksilöhaastatteluja, jotka tein joko verkon yli videokonferenssiohjelman välityksellä tai puhelimitse. Opettajat saivat ensin sähköisen kyselyn, jonka jäl-

keen haastattelin teemahaastatteluun suostuneet. Tarkoitus oli tehdä osallistumisesta mahdollisemman vaivatonta opettajille. Lopulta vastausten määrä jäi pieneksi, mutta toisaalta yhtä lukuun ottamatta kaikki vastanneet suostuivat teemahaastatteluun. Ne toteutuivat samaan tapaan yksilöhaastatteluina kuin toimijoidenkin lukuun ottamatta yhtä toisen asteen opettajien haastattelua, joka järjestettiin kolmen hengen ryhmähaastatteluna. Haastattelujen rungot ovat liitteissä 1–3.

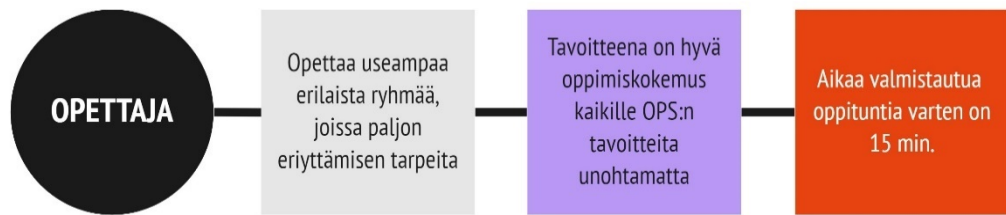


Kuva 11. Ymmärtäminen-vaihe (Kesäniemi 2021)

Haastatteluaineiston alustavan analyysin tavoite oli tunnistaa keskeisimmät löydökset. Käytin datan luokittelua ja löydösten kuvaamista helpottavaa mallia, jossa ne muodostetaan kaavalla: *[henkilö, hahmo, rooli] [toiminta, tekeminen, tilanne], koska [tavoite, tarve, lopputulos], mutta [hidaste, este, hankaluus]* (Stickdorn ym. 2018, 130). Mallin avulla esitin aineistolle mm. seuraavia kysymyksiä:

1. Mitä A&D-toimijat tai opettajat tekevät tai millaisissa tilanteissa he työskentelevät?
2. Mitä tavoitteita tai tarpeita heillä on tai millaisiin toiminnan lopputuloksiin he haluavat päästä?
3. Mikä estää heitä pääsemästä tavoitteeseen?

Tällä tavalla löydöksistä tuli ketjuja, jotka kertoivat käyttäjien toiminnasta, tavoitteista ja tarpeista sekä niiden saavuttamista hidastavista esteistä (kuva 12, s. 62).



Kuva 12. Haastatteluaineiston kiteyttäminen: käyttäjien toiminnan tarpeet ja esteet (Kesäniemi 2021)

Ydinryhmän kanssa jatkoimme löydösten käsittelyä kiteytystyöpajassa. Asiakasyymmärrysvaihe oli tarkoitus kiteyttää luonnokseksi arvolupauskartasta, joka auttaa tunnistamaan käyttäjien toiminnan motivaattoreita sekä kiteyttämään tapoja luoda palvelulla arvoa asiakkaille (Strategyzer s.a.). Työpajassa olisi validoitu ryhmässä haastatteluaineistosta tekemiäni nostoja ja tulkintoja käyttäjien tarpeista, toiminnan motiiveista ja haasteista. Sen jälkeen niitä olisi yhdistetty listaan ideoita museon digitaalisen oppimisen verkkopalvelun sisällöiksi tai toiminnallisuuksiksi, joita oli noussut esiin haastatteluissa. Työskentely oli suunniteltu virtuaaliselle valkotalulle, johon oli koottu aineistosta post-it-lapuille valmiiksi nostoja. Ryhmän oli tarkoitus yhdistelemällä näitä lappuja nostaa esiin arvon muodostumisen ketjuja. Suunniteltu työskentely osoittautui liian haastavaksi verkon yli ja ryhmä jäi vain keskustelemaan aiheen ympärille. Arvonlupauskarttaa olisi ollut hyödyllisempää käyttää työkaluna palvelun käyttäjien kanssa tiedon tuottamiseksi, ei jo tuotetun tiedon järjestelemiseksi (Jeffries 2018). Pohja olisi ollut hyvä tuki haastatteluja tehdessä. Olisimme voineet täyttää sitä yhdessä haastateltavien kanssa.

Lopulta ydinryhmä työskenteli itsenäisesti, erään kokouksensa yhteydessä, antamani ohjeistuksen pohjalta. He tunnistivat aineistosta nousseista käyttäjätarpeista ne, joihin eritoten haluttiin kehittää ratkaisua sekä priorisoivat ja johtivat tarpeiden pohjalta muodostettuja ”Kuinka voisimme...?” -triggerikysymyksiä. Menetelmä on tarkoitettu tukemaan tutkimusdataan pohjautuvaa ideointia ja herättämään toiminnan suunnittelua tarpeiden pohjalta (Stickdorn ym. 2018, 178). Triggerikysymykset ovatkin oikeastaan valmiita suunnitteluhaasteita. Ydinryhmän tehtävänä oli pisteyttää virtuaalisella valkotalulla tarpeet, merkitä keskeisimmät kysymykset sekä tarvittaessa keksiä lisää. Työskentelyn pohjalta keskeisiksi tarpeiksi ja niistä johdetuiksi suunnitteluhaasteiksi valikoituivat:

1. Miten voisimme ado.fi-verkkopalvelun avulla vahvistaa arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen kentän yhtenäisyyttä sen moninaisuutta vaalien sekä edistää toimijoiden monialaista verkostoitumista?
2. Miten voisimme ado.fi-verkkopalvelun kautta parantaa laadukkaan arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen saatavuutta ja saavutettavuutta erityisesti päiväkodeissa, kouluissa ja oppilaitoksissa valtakunnallisesti?
3. Miten voisimme ado.fi-verkkopalvelun avulla voimauttaa opettajia ja muita kasvattajia arkkitehtuuri- ja muotoilukasvattajiksi?
4. Miten ado.fi-verkkopalvelu voisi toimia yhteiskehittämisen alustana uuden oppimisen keskuksen toiminnalle ja esim. arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen oppimateriaaleille?

Kiteytimme käyttäjäymmärryksen lopulta eräänlaisiksi käyttäjäpersooniksi, jotka on avattu tässä työssä luvussa ”5.4.2 Käyttäjäpersoonat”.

5.3.2 Ideointi yhdessä käyttäjien kanssa

Kun ensimmäisen timantin käyttäjäymmärryksen muodostuminen päättyy tiedon määrän supistamiseen ja kiteyttämiseen, siirryttäessä ideointiin tavoitteena on jälleen kasvattaa tiedon määrää (Tuulaniemi 2011). Stickdorn ym. (2018, 156) muistuttavat, etteivät ideat itsessään ole hyviä tai huonoja, mutta niistä voi olla hyötyä. Tällainen kritiikittömyys pitäisi ottaa ideoinnin lähtökohdaksi, jotta voidaan generoida mahdollisimman paljon ideoita. Ado.fi-kehittämisyksikössä ideointia ja ideoiden kehittelyä varten järjestettiin taidetoimijoille, opettajille ja ydinryhmälle yhteinen työpaja videokonferenssisovelluksessa, joka mahdollisti myös pienryhmätyöskentelyn. Tavoitteena oli synnyttää aluksi mahdollisimman paljon erilaisia ajatuksia, ideoita, mielleyhtymiä verkkopalvelun ympärille ja sen jälkeen ryhmissä kehittää ideoita eteenpäin rajatumista näkökulmista.

Ideoinnin pohjana oli käyttäjäymmärrysvaiheessa tunnistetuista tarpeista johdetut neljä ”Miten voisimme” -kysymyksen muotoon kirjattua suunnitteluhaastetta sekä viides avoin haaste, jonka myötä osallistujilla oli mahdollisuus tuottaa myös jotain muuta annetun kehikon ulkopuolelta. Työskentelyssä sovellettiin aivomyrskystä johdettua *brainwriting* eli aivokirjoitusmenetelmää, jossa osallistujat kirjoittavat ensin itsekseen lyhyessä ajassa niin monta aiheeseen liittyvää ideaa kuin ehtivät ennen kuin niitä kootaan yhteen (Stickdorn ym. 2018, 179). Virtuaalisella viestiseinällä työskentely eteni käytännössä niin, että kaikki tuottivat viiden haasteen alle ideoitaan. Aluksi kukin omalle lapulleen ja sen jälkeen

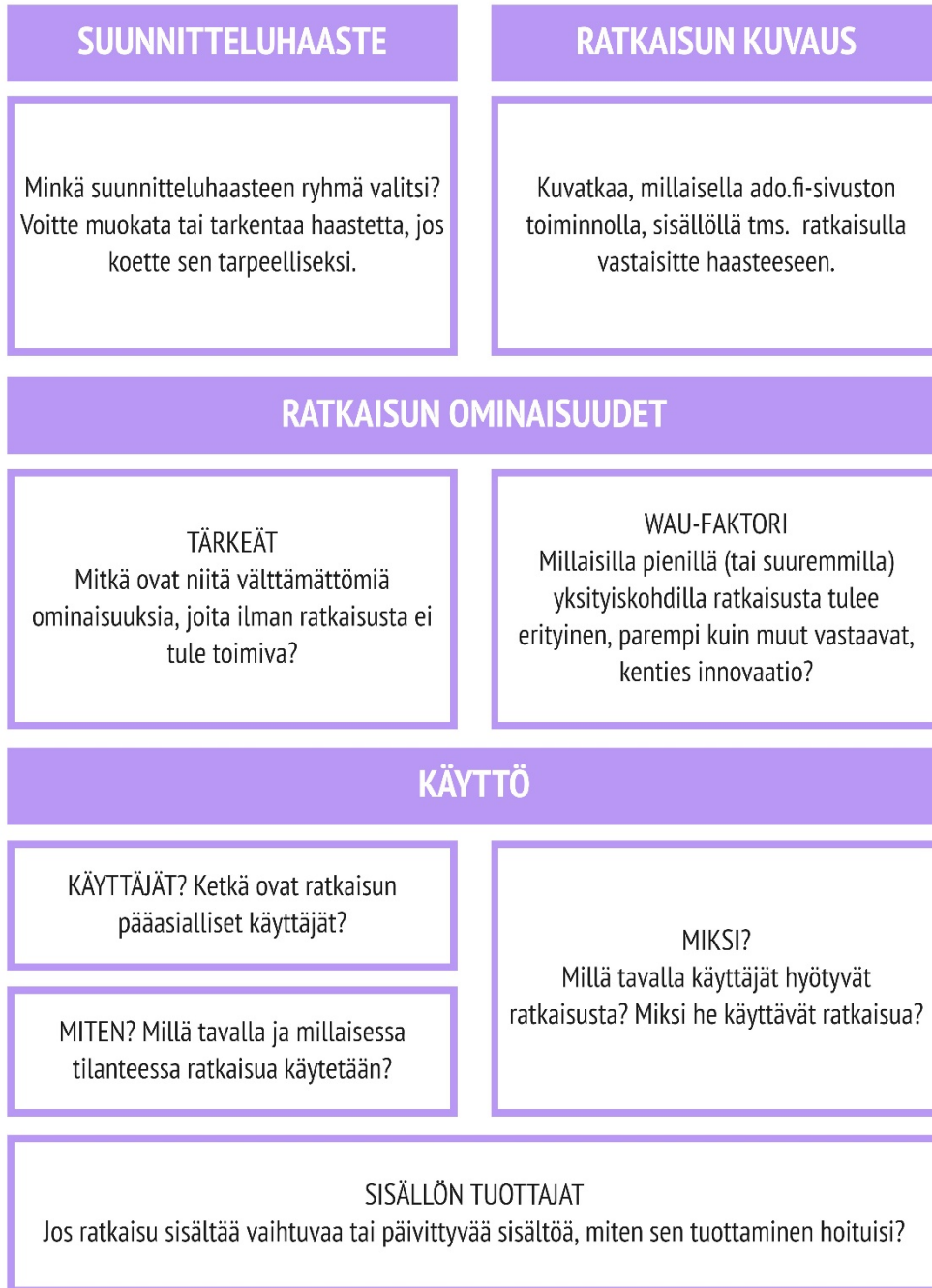
sai myös kommentoida muiden kirjoittamia ideoita. Työskentely purettiin keskustellen.

Ideoinnin jälkeen jatkoimme niiden kehittelyä ja syventämistä neljässä pienryhmässä. Ryhmät muodostimme kiinnostusten mukaan jonkin viestiseinälle kirjoitetun idean tai valmiin suunnitteluhaasteen ympärille (kuva 13). Jokaiseen ryhmään tuli mukaan taidetoimijan (T), opettajan (O) ja museon eli ydinryhmän (M) näkökulma.



Kuva 13. Ideointityöpajan ryhmät (Kesäniemi 2021)

Ryhmät purkivat idean suunnitteluhaasteeksi ja lähtivät ratkaisemaan sitä työskentelypohjalle (kuva 14, s. 65), joka oli tähän tarkoitukseen muokattu versio liiketoimintamallin kehittämiseen tehdystä *Business Model Canvasista*. Työkalu on kehitetty hahmottamaan, kuinka organisaatio voi mahdollistaa arvonmuodostumista asiakkailleen (Tuulaniemi 2011).



Kuva 14. Ideointityöpajan ryhmätyön työskentelypohja (Kesäniemi 2021)

Lopuksi ideoiden rikastamiseen ja yhdessä oppimiseen tarkoitetun Learning Café -menetelmän hengessä osallistujat vaihtoivat valitsemaansa kirjuria lukuun ottamatta toiseen ryhmään ristinpölyttämään ajatuksiaan (Vilkkä 2007). Työpajan tuloksena syntyi neljä sisältökonseptin ahiota Ado.fi-palvelulle, joita muokkasimme ydinryhmän kanssa eteenpäin. Valmiit sisältökonseptit avaam tarkemmin luvussa 5.4.4.

5.3.3 Prototyyppien testaus

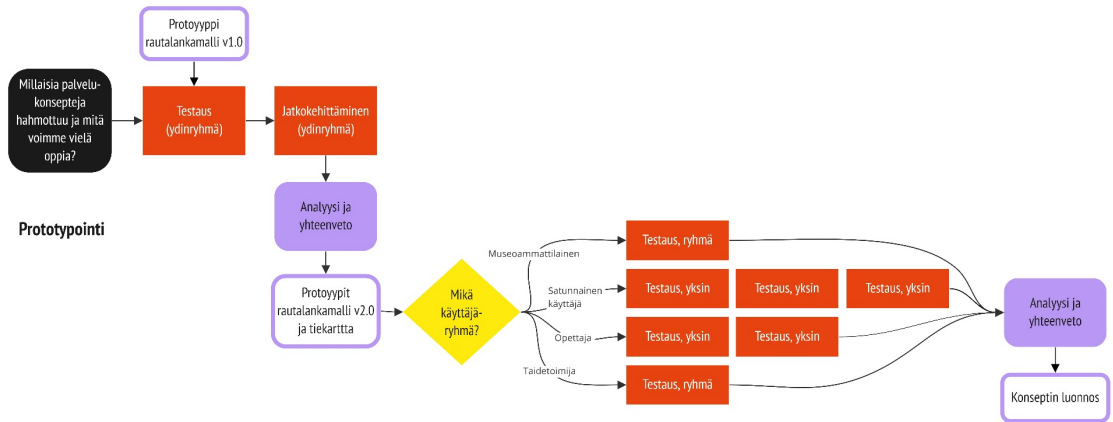
Prototypoinnin tarkoitus on tehdä tuotteesta tai palvelusta nopea malli, joka sujuvoittaa suunnittelua ja kehittämistä. Se on kustannustehokas tapa testata uutta tuotetta tai palvelua kehittämisprosessin aikana ja minimoida uuden palvelun käyttöönottoon liittyviä riskejä. (Tuulaniemi 2011.) Prototyypin suunnittelussa ratkaisee prototypoinnin tavoite. Tutkivalla prototypoinnilla etsitään uusia ideoita ja vaihtoehtoja aiemman mallin pohjalta, kun taas arvioiva prototypointi auttaa rajaamaan, kiteyttämään ja karsimaan ideoita tai ominaisuuksia. Prototyyppi voidaan rakentaa myös malliksi, jonka avulla esitellään työskentelyn tulosta tai vaihetta. Se tukee yhteisen suunnan hahmottamista, yhteistyötä vahvistavaa keskustelua ja päätöksentekoa. Prototyyppi voi oikeastaan olla muodoltaan millainen tahansa: hyvin nopea pelkän paperin ja kynän avulla tilanteessa luotu esitys tai lähellä lopullista tuotetta oleva monimutkaisempi mallinnus. Palveluita kehitettäessä kyse voi usein olla myös jotain aineettomasta kuten palvelun kuvitteellisesta läpikulkemisesta tai prosessisimulaatiosta. (Stickdorn ym. 2018, 209, 211–212.)

Ado.fi -kehittämisprosessi sisälsi kaksi prototyyppiä: ensimmäinen oli rautalankamalli verkkopalvelun ensimmäisen vaiheen toteutuksesta ja toinen tiekartta verkkopalvelun kehittymisestä pidemmällä aikavälillä. Ensimmäisen tarkoitus oli konkretisoida verkkopalvelun ensimmäisen vaiheen lanseerausta ja toisen rakentaa mielikuvaa palvelun kehittymisestä pidemmällä aikavälillä. Molempia käytettiin sekä arvioivaan että kommunikoivaan prototypointiin.

Rautalankamallia testattiin kahdessa syklissä: ensin ydinryhmän kanssa ja muutosten jälkeen eri käyttäjäryhmien kanssa (kuva 15, s. 67). Tiekartta valmistui mukaan jälkimmäiseen testaussykliin. Käyttäjätestauksen käyttäjäryhmiä oli neljä ja niissä kussakin oli oma painotuksensa:

1. Museoiden sisäinen – viestintä ja saavutettavuus
2. Satunnaiset kävijät – A&DO:n kaikille avoimen ohjelman löytyminen
3. Opettajat – palvelun houkuttelevuus ja hyödyllisyys, kohdennettujen sisältöjen löytyminen
4. A&D-toimijat – kentän näkyvyys ja hyödyllisyys

Testaukset toteutuivat aikataulusyistä joko ryhmissä tai kahdenvälisinä. Yksi opettajille suunnattu ryhmätestaussessio peruuntui osallistujien puutteen vuoksi.



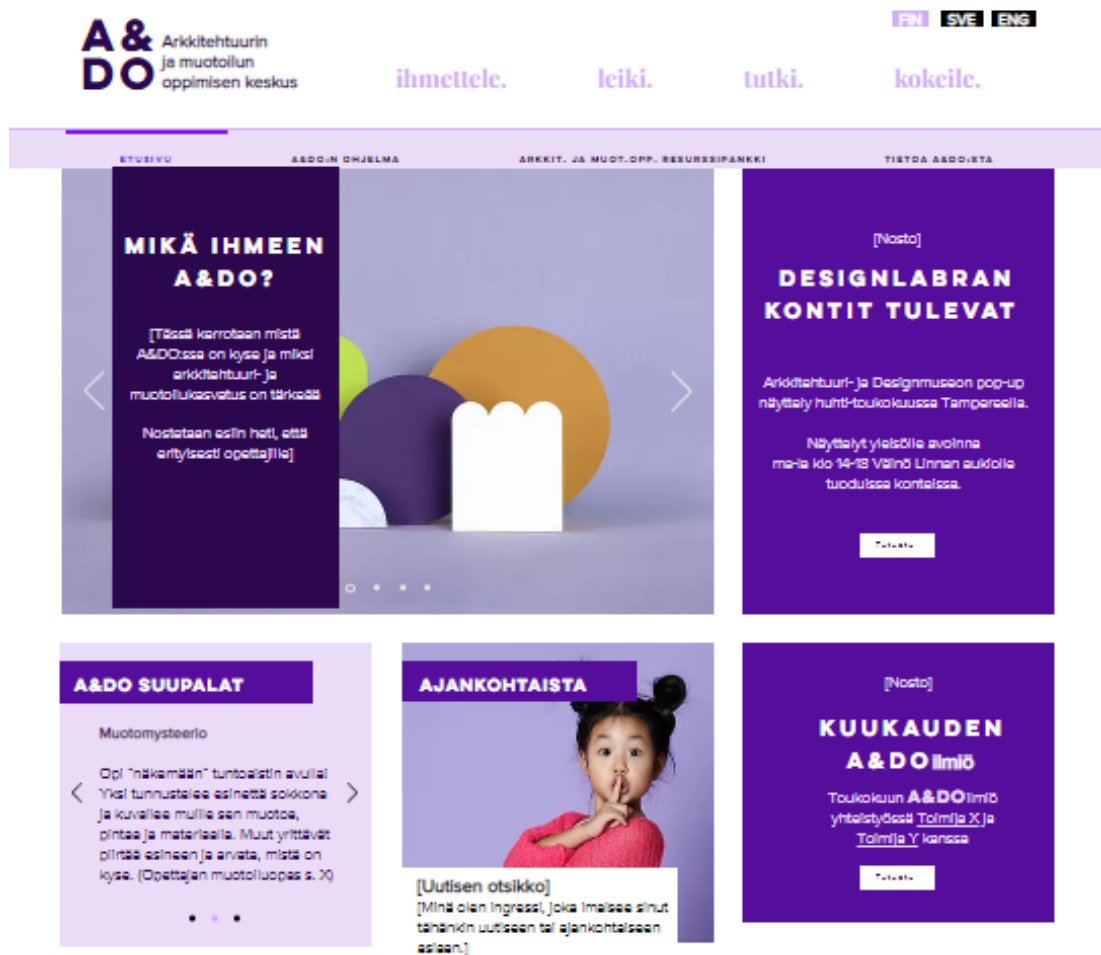
Kuva 15. Prototyypointi-vaihe (Kesäniemi 2021)

Ensimmäistä testausyksiä varten tehty Ado.fi –rautalankamalli perustui työpajassa tuotettuun materiaaliin ja ydinryhmän kanssa käytyyn työpajan purku-keskusteluun. Se oli diaesitys kaaviokuvamaisista sivunäkymistä (esimerkki etusivusta kuva 16). Ensimmäisen testauksen tavoitteena oli saada ydinryhmältä palautetta rautalangan esitystavasta ennen sen laajempaa testausta sekä tunnistaa ja priorisoida keskeisimpiä toimintoja, jotta sisältöä voitaisi tarvittaessa vielä karsia tai ensimmäisen version julkaisua porrastaa. Ydinryhmä priorisoi toimintoja virtuaalisella valkotaululla arvioimalla toisaalta sivuston eri toiminnallisuuksien merkityksellisyyttä suhteessa arvopuolaukseen sekä toisaalta sisällöntuotannon ja ylläpidon työläyttä. Testaus osoitti, että kokonaisuus ei vielä hahmottunut ydinryhmälle ja rautalankamallin esitystapa tuntui haastavalta. Lisäksi kävi ilmi, että tiettyjä sivustoon liittyviä A&DO:n kehittämishankkeen tarpeita tuli päivittää, koska hanke oli edennyt.



Kuva 16. Ado.fi-verkkopalvelun etusivun prototyyppi versio 1.0 (Kesäniemi 2021)

Toinen testausyksiö toteutui yhdessä neljän käyttäjäryhmän kanssa ja siinä käytettiin prototyyppinä uutta versiota rautalankamallista sekä opettaja- ja toimijatestauksissa tiekarttaa. Muokkasimme ydinryhmän kanssa rautalankamallista uuden version. Toteutin sen käyttäen ilmaista nettisivueditoria, koska en löytänyt tarpeisiini sopivaa, maksutonta, rautalangan tekemiseen suunniteltua ohjelmaa. Kuvassa 17 on esimerkkinä osa etusivun näkymästä. Käyttämäni editorin heikkoutena oli sen tietyt visuaaliset reunaehdot ja toisaalta jopa liika visuaalisuus. Työkalu olisi sopinut paremmin, jos tavoitteena olisi ollut tehdä käyttöliittymä- ja käytettävyyssuunnittelua. Vahvuutena oli konkreettisuus sekä mahdollisuus tehdä rautalangasta interaktiivinen.



Kuva 17. Ado.fi-verkkopalvelun prototyyppi yksityiskohta rautalankamallista versio 2.0 (Kesäniemi 2021)

Toinen prototyyppi oli verkkopalvelun tiekartta (kuva 18, s. 69), joka kuvasi verkkopalvelun kehittymistä pidemmällä aikavälillä. Tiekartan vaiheet olivat: 1. Por-

taali, 2. Jakamisen ja kohtaamisen alusta ja 3. Virtuaalinen oppimisen ympäristö. Prototyyppi sisälsi kustakin vaiheesta tiiviin kuvauksen sekä esimerkin, kuinka prosessin aikana kehitetyt neljä verkkopalvelun sisältökonseptia kehittyvät tiekartan mukaisissa vaiheissa. Kunkin tiekartan vaiheen symboli kertoi vaiheen toteutuksen ajankohtaisuudesta, todennäköisyydestä ja esitetyn kuvauksen alttiudesta muutoksille. Rautalankamalli linkittyi tiekarttaan niin, että toteutuksen ensimmäistä vaihe vastasi kutakuinkin tiekartan ensimmäistä eli Portaali-vaihetta.



Kuva 18. Ado.fi-verkkopalvelun prototyyppi yksityiskohta tiekartasta (Kesäniemi 2021)

Testaajaryhmät suhtautuivat prototyyppeihin positiivisesti, mutta kaikista ryhmistä nousi esiin myös kehittämistarpeita. Testauksen tulosten yhteenveto on kuvattu taulukkoon 7.

Taulukko 7. Käyttäjätestauksen yhteenveto (Kesäniemi 2021)

| Ryhmä | Syy sivustolla vierailuun | Opit |
|---|--|---|
| Museoiden sisäinen Rautalankamalli v2.0 | Testaus toteutettiin saavutettavuuden näkökulmasta, ei varsinaisen käyttäjättestaus. | Prototyyppi melko saavutettava. Lopulta pitkälti kiinni visuaalisesta ja teknisestä toteutuksesta. Tunnistettu joitakin riskejä: kuvakarusellit ja A&DO Labra verkossa. Saatu ajatuksia vaihtoehtoisista toteutuksista. |
| Satunnaiset kävijät | Tulee todennäköisesti etsimään tietoa A&DO Labran kiertonäyttelystä. | Selkeyttä lisää: varmistettava, että hahmottaa hänelle suunnatun sisällön ja oltava looginen asioiden nimeämisessä. Eläkeläisen näkökulmasta korostui aika, paikka, hinta |

| | | |
|--|---|---|
| Rautalankamalli v2.0 | | ym. tietojen nopea löytyminen (mobiiliin si- jaan tulostaa tiedot mieluummin mukaansa) |
| Opettajat Rautalankamalli v2.0 ja Tiekartta | Etsivät uusia ideoita, työvälineitä, toimintaa ja tekijöitä. Hyvin kohdennetusta tiedontarpeesta (A&DO Labra) laveampaan surffailuun (menetelmät) | Tiekartta innostava. Pohdintaa miksi ja milloin erilaiset opettajat tulisivat sivustolle. Oikea kohdentaminen on tärkeää! Täytyy heti näkyä, että opettajan työn tueksi. Ei saa mennä taustaorganisaatiot, rahoittajat ym. hallinnolliset asiat edellä vaan kaikessa esiin kenelle ja mikä päämäärä. Ikätaso kaikessa selvästi näkyviin, muuten turhauttavaa. Odotetaan laatua. Valmiita perusteluita, miksi tämä on tärkeää ja miten edistää opetus-suunnitelmien tavoitteita. Työkalu oppilaspalautteen keräämiseen. Gallerian toteutukseen tarkkuutta: oppilaan turvallisuus. |
| A&D-toimijat Rautalankamalli v2.0 ja Tiekartta | Kertovat toiminnastaan, tiivistävät yhteistyötä verkostona. Tarjoavat materiaaleja, osaamista, toimintaa opettajille | Prototyypit toimiva ja antaa riittävästi näkyyttä toimijoille. Esiin toiminnan merkitystä ja vaikuttavuutta ("lobbaus"). Arkkitehtuuri- ja muotoilukasvattajat opettajien tavoin kohde-ryhmä. Laadun varmistaminen tärkeää. Freelancereiden esiin nostaminen. Kansainvälisyys/kielisyys. |

Testausten jälkeen kävimme tulokset ja niiden vaikutuksen konseptiin läpi ydinryhmän kanssa. Teimme myös sen perusteella verkkopalvelun ensimmäisen vaiheen julkaisemiseen liittyvän priorisoinnin ja aikataulun vaiheistuksen.

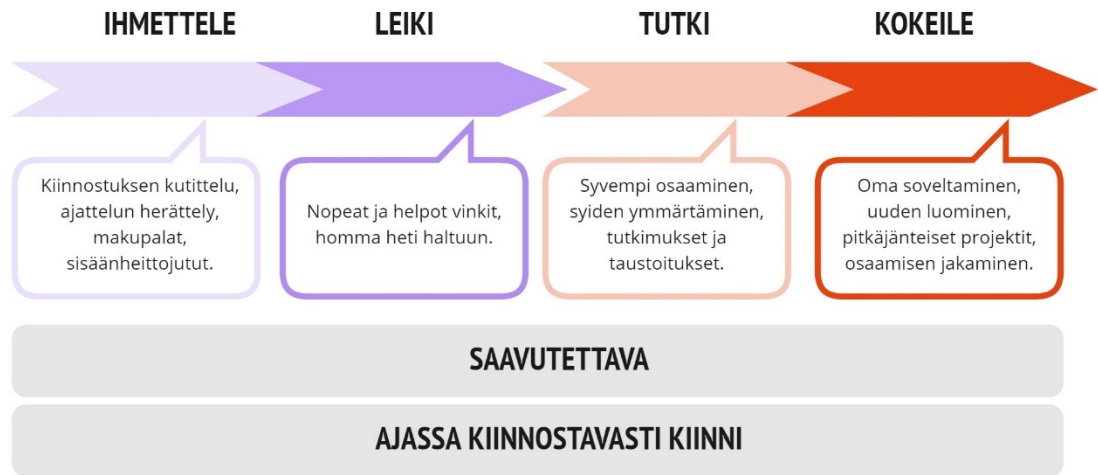
5.4 Tuloksena verkkopalvelun konsepti

Työskentelyn tuloksena syntyi Ado.fi-palvelun konsepti. Ado.fi on Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon ylläpitämän valtakunnallisen Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen eli A&DO:n verkkopalvelu, joka on suunnattu ensisijaisesti arkkitehtuurin, muotoilun, oppimisen ja museotyön ammattilaisille. Se on yksi keino toteuttaa oppimisen keskuksen tavoitteita lisätä ymmärrystä arkkitehtuurista, muotoilusta ja ympäristösuunnittelusta, innostaa oppimiseen sekä herättää aktiivinen ympäristösuhde ja halu toimia. Lisäksi tavoitteena on palvelun myötä lisätä valtakunnallista kiinnostusta Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon sekä muiden Suomessa toimivien alan toimijoiden sisältöjä kohtaan. Ado.fi kasvaa tulevaisuudessa tavoittamaan myös alan kansainväliset verkostot ja toimii näin näyteikkunana suomalaiseen arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen sekä museoiden yleisötyön osaamiseen. Aluksi Ado.fi on portaali erilaisten arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen resurssien äärelle. Se myös kertoo arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen kentästä ja sen toiminnasta Suomessa. Nettisivuilta

löytyy kaikki tarvittava tieto A&DO:n ajankohtaisesta toiminnasta. Ado.fi voi tulevaisuudessa kasvaa ja kehittyä vastaamaan erilaisten uusien käyttäjien tarpeisiin. Se tarjoaa myös mahdollisuuden museoille kulkea digitaalisten palveluiden etujoukoissa vaikkapa ajasta ja paikasta riippumattomien sähköisten elämysten ja oppimiskokemusten mahdollistajana. Tällä tavalla Ado.fi on ennakkoluulottomasti auki ja valmis tuntemattomalle tulevalle.

Verkkopalvelun ydin kiteytyy neljään sanaan: ihmettele, leiki, tutki ja kokeile. Nämä sanat A&DO:n visuaalisesta ilmeestä vastaava Dog Design oli kiteyttänyt ennen verkkopalvelun kehittämistä A&DO:n ydinryhmälle toteutetun työpajan tuloksena. Ne summaavat hyvin myös käyttäjähaastatteluissa ja työpajoissa esiin nousseen ajatuksen siitä, että verkkopalvelun pitäisi pysyä tarjoamaan sekä nopeita, helppoja ja inspiroivia vinkkejä että mahdollisuuksia syventyä, toimia resurssina niin arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen parissa vasta aloitteleville kuin siinä jo pidemmälle edistyneille. Lisäksi ne kuvaavat palvelun sisällön eri puolia sekä palvelulle tavoiteltavaa yleistä tunnelmaa. Ado.fi:n tunnelmaa leimaa kepeys ja leikkisyys, vaikka sisältö on täytää asiaa. Samalta sivustolta löytyy niin nopeita niksejä kuin materiaalia yhteiskunnallisten ilmiöiden tutkimiseen, sekä matalan kynnyksen menetelmäoppaita, että tieteellisiä artikkeleita. Ado.fi tarjoaa myös museoille yhdessä alan muiden toimijoiden kanssa alustan kokeilla uusia verkossa toteutettavia oppimisen palveluita sekä yhteistyön muotoja.

Näitä neljää sanaa voidaankin käyttää verkkopalvelun (ja miksei koko A&DO:n toiminnan) suunnittelussa ohjaavina periaatteina. Kaksi muuta aineison pohjalta tunnistettua suunnittelua ohjaavaa periaatetta ovat saavutettavuus ja ajankohtaisuus. Tuulaniemen (2011) mukaan suunnitteluohjurit ovat kiteytyksiä, joilla asiakastarpeet tuodaan suunnitteluprosessin keskiöön, ja jotka kertovat, mitä suunniteltavan palvelun pitää tarjota. Ado.fi:n ohjurit on muodostettu asiakasymmärrysaineiston pohjalta, mutta asiakastarpeiden sijaan kuvaisin niiden olevan enemmänkin kiteytys toivottavasta käyttökokemuksesta tai palvelun ”fiiliksestä” (vrt. Driver 2021). Ado.fi on siis ihmetellen leikkivä ja tutkien kokeileva, saavutettava sekä aina ajassa kiinnostavasti kiinni (kuva 19, s. 72).



Kuva 19. Suunnittelua ohjaavat periaatteet (Kesäniemi 2021)

Ado.fi -palvelun konsepti (Liite 4) jakautuu kolmeen osaan: 1. Arvo käyttäjälle, 2. Konsepti ja 3. Toteutus. Ensimmäiseen on kuvattu sidosryhmät sekä A&DO-toimijoiden että opettajien tarpeet kiteytettynä eräänlaisiksi käyttäjäpersooniksi. Toisessa osassa on palvelukuvaus, tiekartta ja palvelukonseptit. Lopuksi on tiivistettynä tiekartan ensimmäisen vaiheen osalta palvelun ydinviesti, palvelulupaus sekä suunnittelua ohjaavat periaatteet. Kolmannen osan tarkoitus oli tukea erityisesti käyttöliittymän suunnittelua ja sivuston teknistä toteutusta. Siihen on kuvattu toteutuksen ensimmäisen vaiheen sivu- ja sisältötyypit, sivuhierarkia ja sivuston toteutuksen priorisointi. Lisäksi dokumenttiin on linkitetty sivuston rautalankamalli.

Tässä aluvuossa esittelen konseptin keskeisimmät osat tarkemmin. Niitä ovat käyttäjäymmärryksen kiteyttävät käyttäjäpersoonat, palvelun tulevaisuuden suuntaa viitoittava tiekartta ja palvelun toiminnallisuuksia konkretisoivat sisältökonseptit.

5.4.1 Käyttäjäpersoonat

Tilaaajalla oli alusta alkaen toive, että prosessin osana syntyisi Ado.fi-palvelun käyttäjäpersoonat. Persoonien käyttö oli tilaajalle aikaisemmista yhteyksistä tuttua. Esimerkiksi Designmuseon museokaupalle on tehty asiakaskokemuksen kehittämistä varten asiakaspersoonat (Malila 2017). Suhtauduin itse aluksi asiaan epäillen menetelmän työläyden vuoksi. Hyvien ja kattavien persoonien

muodostaminen olisi voinut olla laajuudeltaan lähes oma tutkimustyönsä. Lopulta käyttäjäymmärryksen kiteyttäminen persooniksi tuntui kuitenkin tarkoituksenmukaisimmalta vaihtoehdolta.

Persoonat ovat käyttäjäprofileja, joiden tarkoitus on kiteyttää asiakkaiden tai käyttäjien arvonmuodostus ja tarjota konkreettinen työkalu suunnittelulle sekä apuväline palveluiden kohdentamiseen (Tuulaniemi 2011). Persoonat eivät ole sama asia kuin markkinoinnissa käytetyt asiakassegmentit, jotka muodostetaan usein iän, sukupuolen, varallisuuden, koulutustaustan ja vastaavien muuttujien perusteella. Pikemminkin niiden tavoitteena on purkaa markkinoinnin siiloutumista ja yhdistellä eri segmenttejä ymmärtämällä eri ihmisiä yhdistäviä tarpeita (Stickdorn ym. 2018, 40).

Vaikka persoonat ovat vakiintuneet osaksi käyttäjäkokemuksen muotoilua, menetelmän toimivuus herättää keskustelua sekä puolesta että vastaan (Chapman & Milham 2006,1; Long 2009). Persoonien ei pitäisi olla stereotyyppisiä vaan enemminkin arkkityyppejä (Stickdorn 2018, 40). Stereotyyppi on usein loukkaava ja yksinkertaistava klisee, kun taas arkkityyppi viittaa jungilaiseen ajatukseen siitä, että ihmisten käyttäytymistä voi ymmärtää tunnistamalla perimmäiset syyt heidän toiminnalleen. Eli voisi ajatella ensimmäisen perustuvan mielikuviin ja toisen tutkittuun tietoon. Palvelumuotoilussakin persoonien taustalla tulisi olla aina systemaattisesti analysoitu tutkimusaineisto. Chapmanin & Milhamin (2006, 1, 3-4) mukaan persoonat perustuvat aina heppoisin perustein rakennettuihin kuvitteellisiin hahmoihin, joiden todenperäisyyttä ei voida luotettavasti osoittaa. Heistä menetelmä pahimmassa tapauksessa heikentää kykyä ratkaista ongelmia pohjautuen dataan ja näin ollen tuottaa lopulta enemmän haittaa kuin hyötyä. Long (2009) puolestaan osoittaa omassa tutkimuksessaan persoonien olevan muotoiluprosessissa hyödyllinen menetelmä, mutta korostaa menetelmän vaativuutta:

“Aikaa ja vaivaa, joita persoonien tutkiminen, analysointi ja dokumentointi vievät, ei tulisi aliarvioida. [...] Ennen kaikkea supistetun tai pienen budjetin version tekeminen persoonista voi aiheuttaa enemmän harmia kuin hyvää. Jos tutkimus ja analyysi eivät ole perusteellisia, luottamus aikaan saatuja persoonia kohtaan heikenee.”

nee, ja kuten tutkimus osoittaa, jos persoonien yksityiskohdat ja tavoitteet eivät ole oikein muodostettuja, ne voivat johtaa muotoilua harhaan.”⁶

Tätä taustaa vasten arkailenkin sanan “persoonaa” käyttämistä tässä yhteydessä. Tämän tutkimuksen tavoitteena ei ollut luoda palvelulle persoonia sellaisessa mielessä kuin tätä menetelmää usein palvelumuotoiluprosesseissa käytetään. Koska haastatteluaineisto oli suppea ja työn toteutusta rajattava, varsinaisia kokonaisia persoonia ei olisi pystytty luotettavasti muodostamaan. Käyttäjyymmärrys oli kuitenkin selkeimmin kiteytettävissä eräänlaisiin käyttäjätyyppeihin, joista kerrotaan tehtävät, sekä tavoitteisiin pääsemistä tukevat ja estävät tekijät. Selkeyden vuoksi, mutta näillä varauksilla, käytän kuitenkin tässä yhteydessä ilmaisua käyttäjäpersoonaa.

Taidetoimijoista syntyi omat käyttäjäpersoonansa ja opettajista omansa. Opettajiä koskevan aineiston luokittelin kolmeen pääryhmään: taustatekijöihin, arvoa luoviin tekijöihin ja temperamenttitekijöihin. Taustatekijöitä olivat mm. koulutusaste (jolla työskentelee), oma koulutustausta, työkokemus, työpaikan maantieteellinen etäisyys kulttuurilaitoksesta. Arvoa luovia tekijöitä olivat tehtävät, tehtävistä suoriutumista edistävät/motivoivat tekijät (eli hyöty) sekä suoriutumista hidastavat tai estävät tekijät. Persoonatekijöihin olin nostanut avoimuuden, tunnollisuuden ja neuroottisuuden (Costa & McCrae 1992; Matthews ym. 2003, 24 mukaan). Taidetoimijoiden kohdalla yhtä yksityiskohtainen luokittelu tuntui tarpeettomalta. Aineisto oli järjestetty Taustatekijöihin (taiteenala, toiminnan laajuus, toiminnan rahoitus) ja arvoa luoviin tekijöihin vastaavalla tavalla kuin opettajien kohdalla.

Taidetoimijoita kuvaavasta datasta nousi esiin erottavina tekijöinä toiminnan luonne (viestivä versus tekevä tai lobbaava versus opettava), kohderyhmä (arkkitehtuurin ja muotoilun kentän sisäinen versus ulkopuolinen kuten opettajat ja oppijat) sekä vaikuttamisen suunta ja laajuus (yhteiskunnallinen versus arjen

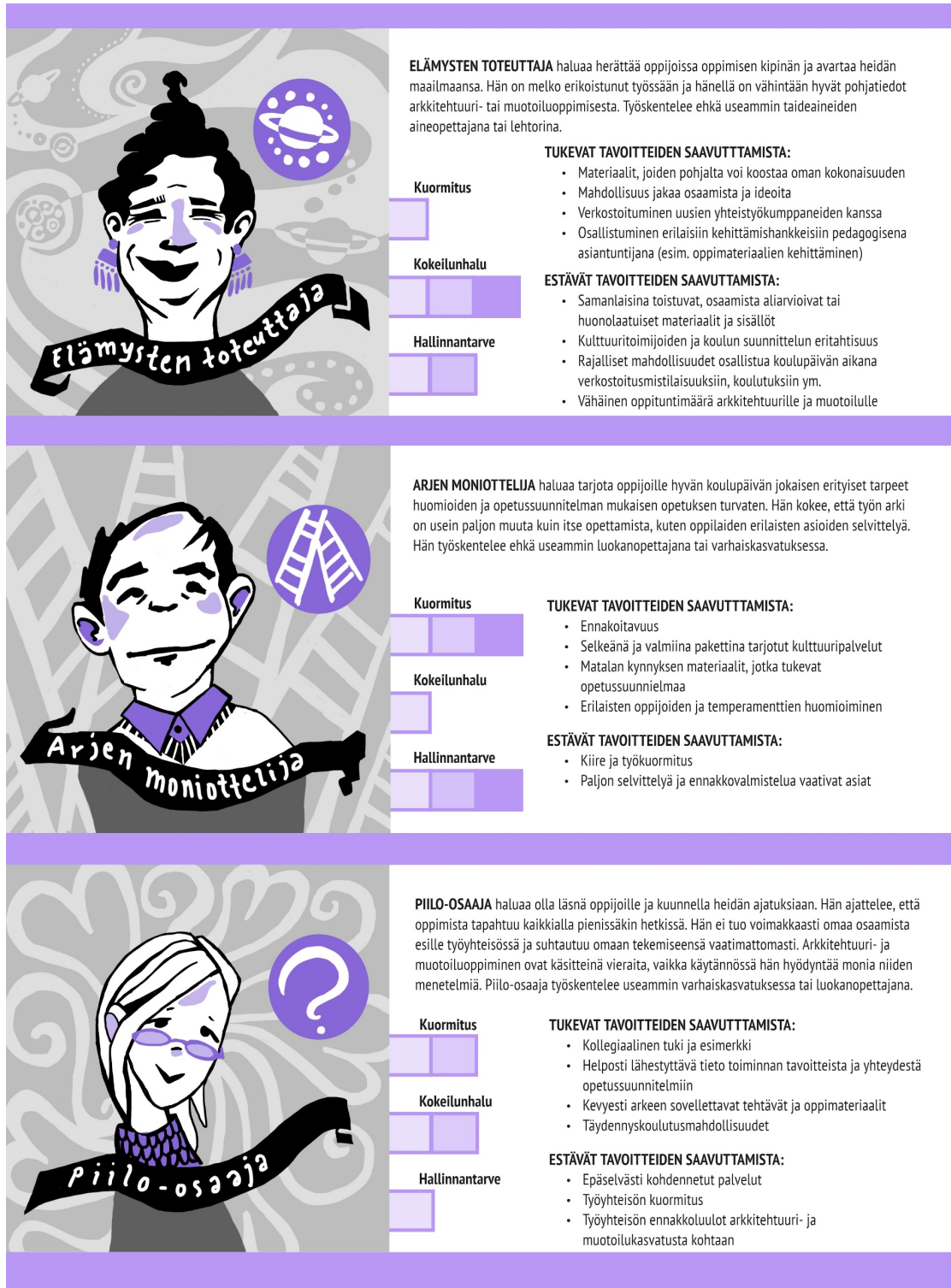
⁶ Alkuperäinen englanniksi: “The time and effort required to research, analyse and document personas, should not be underestimated. [...] Furthermore, attempting a scaled-back or low-budget version of personas can cause more harm than good. If the research and analysis is not thorough, confidence in the resulting personas will be undermined and as identified in the study, if the persona details and goals are not correct then the design direction can be inappropriate.”

taso). Kaksi muodostettua käyttäjätyyppiä olivat: Mahdollistaja ja Tekijä (kuva 20).



Kuva 20. Taidetoimijoiden käyttäjäpersoonat (Kesäniemi 2021)

Opettaja-aineistosta syntyneet kolme persoonaa olivat: Oppimisen elämysten toteuttaja, Arjen moniottelija ja Piilo-osaaja (kuva 21, s. 76). Persoonien muodostamisessa erottavina tekijöinä nousivat esiin näkemys opettajan ydintehtävästä (esim. arjen hallinta, turvallinen ja hyvä päivä kaikille, oppimisen elämykset, uusien kokemusten tarjoaminen) sekä tunnollisuuteen kytkeytyvä hallinnan tarve, avoimuuteen kytkeytyvä kokeiluhalu ja neuroottisuuteen liittyvä kokemus kuormittavuudesta.



Kuva 21. Opettajien käyttäjäpersoonat (Kesäniemi 2021)

Opettajien kohdalla erottelu oli monimukaisempaa, erottelevia tekijöitä ja erilaisia yhdistelmiä oli enemmän. Ensiksikin havaitsin, että opettajien toimintaan ja arvonmuodostukseen vaikuttaa, työskentelevätkö he varhaiskasvatuksessa, perusopetuksessa luokanopettajina vai aineenopettajina vai toisella asteella. Lisäksi päiväkodin, koulun tai oppilaitoksen maantieteellinen sijainti suhteessa kulttuuripalveluihin vaikuttaa selvästi palvelutarpeisiin.

Toisaalta riippumatta koulutusasteesta tai sijainnista opettajat korostivat oikean, ikätasaisen kohdentamisen merkitystä opetukseen suunnatuissa palveluissa. Toinen yhdistävä tekijä oli opetuksen yksilöllistäminen. Moninaisten oppijoiden ja temperamenttien huomioiminen oli opettajille arkipäivää. Edellä mainittuja tekijöitä en lopulta täydellisesti sisällyttänyt käyttäjätyyppeihin, koska niissä oli pitkälti kyse segmenteistä. Tein maantieteellisen sijainnin ja koulutusasteen merkityksestä erilliset kuvaukset osaksi konseptia (liite 4).

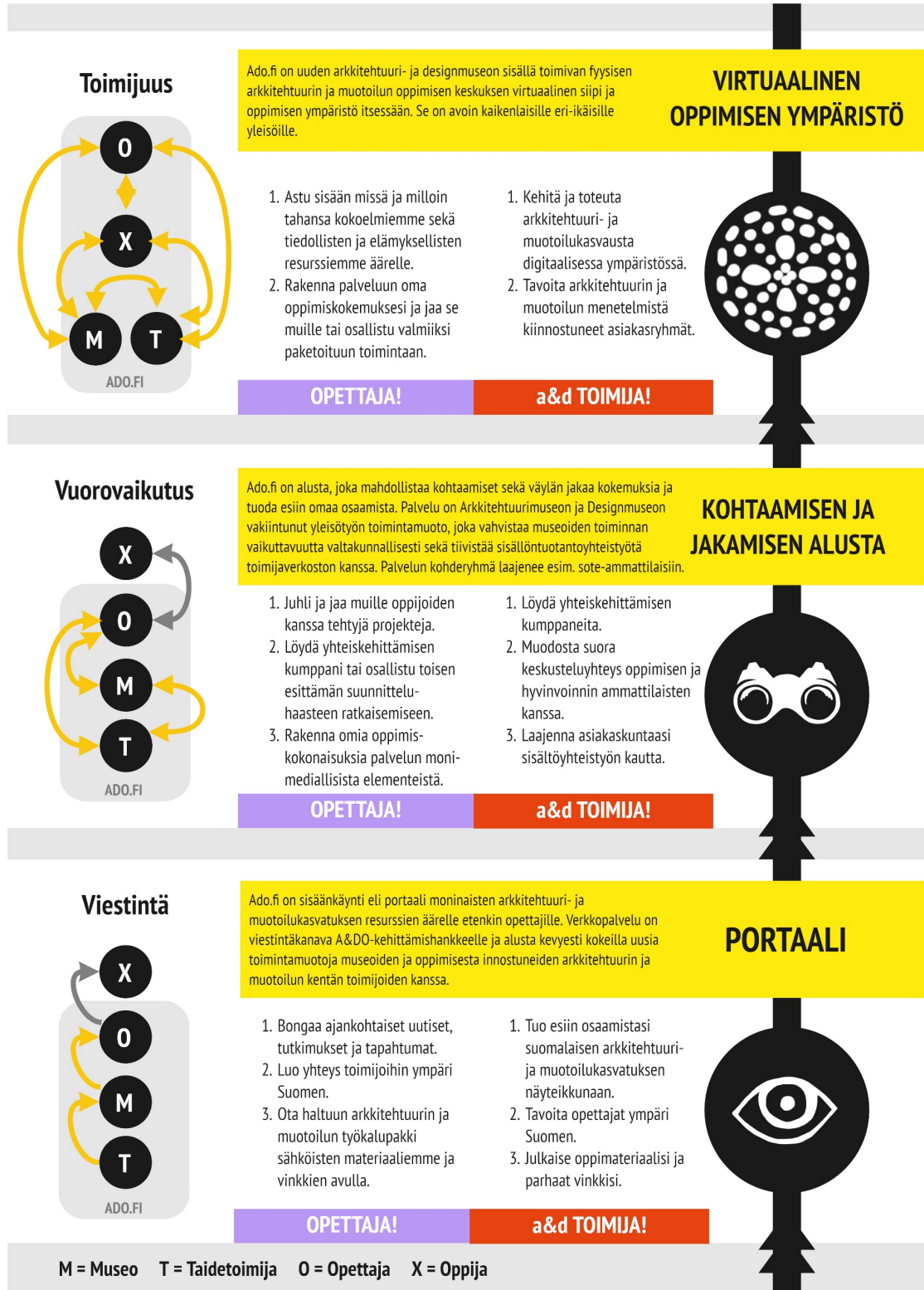
Rakensin käyttäjätyypit haastatteluaineiston analyysin pohjalta. Niitä ei validoitu prosessin aikana tätä aineistoa lukuun ottamatta muuten. Ne on tehty viestimään ja kiteyttämään muodostunutta käyttäjäymmärrystä. Ne eivät kuvaa tyhjentävästi palvelun kaikenlaisia käyttäjiä.

5.4.2 Tiekartta

Ado.fi-palvelusta oli tarkoitus alun perin luoda muutama erilainen skenaario eli tulevaisuuden käsikirjoitus. Skenaarioita käytetään kuvaamaan vaihtoehtoisia tulevaisuuksia. Niiden avulla voidaan myös havainnollistaa erilaisia mahdollisia konsepteja suunniteltavalle palvelulle. Skenaarioiden tarkoitus on vahvistaa yhteistä näkemystä ja siksi ne sopivatkin käytettäväksi yhteiskehittämisen yhteydessä (Tuulaniemi 2011).

Lopulta Ado.fi:n eri skenaariot eivät tuntuneetkaan vaihtoehdoilta toisilleen vaan ne maalasivat pikemminkin kuvaa palvelun kehittymisen polusta. Ajatus kehittyvästä palvelusta sopi hyvin tähän prosessiin senkin vuoksi, että koko oppimisen keskuksen toiminta-ajatus on edelleen muotoutumassa ja siksi sen verkkopalvelun konseptiinkin sopii tietynlainen avoimuus. Siksi nämä kolme skenaariota asettuivat suhteessa toisiinsa ennemminkin tiekartaksi. Ohjelmistokehityksessä käytetään usein tiekarttaa, joka kuvaa kehittämistyön etenemistä ja siihen liittyviä erilaisia virstanpylväitä (Phaal ym. 2004, 5). Tiekartta kertoo toisaalta ympäristön muutoksista eli mitä todennäköisesti tulee tapahtumaan sekä sovituista toimenpiteistä jollakin ajanjaksolla (Kappel 2001, 39). Tässä tutkimuksessa käytetään ”tiekartta”-käsitettä hyvin väljässä mielessä. Kyseessä ei ole tarkka kuvaus sovituista askelista vaan ennemmänkin mahdollinen hahmotelma suunnasta.

Ado.fi-verkkopalvelun tiekartta jakautuu kolmeen vaiheeseen: 1. Portaali, 2. Jakamisen ja kohtaamisen alusta ja 3. Virtuaalinen oppimisen ympäristö (kuva 22).



M = Museo T = Taidetoimija O = Opettaja X = Oppija

Kuva 22. Ado.fi tiekartta (Kesäniemi 2021)

Kutakin tiekartan vaihetta kuvastaa symboli. Silmä kertoo siitä, että ensimmäinen vaihe eli portaali avautuu edessämme jo hyvin selvärajaisena ja on sellaisenaan toteutettavissa tiedossa olevilla resursseilla. Toisen vaiheen eli jakamisen ja kohtaamisen alustan symboli on kiikarit, koska toinen vaihe siintää hie-man kauempana horisontissa ja sen toteutuminen vaatinee vielä jatkokehittelyä tai mahdollisesti resurssien hakemista. Kolmannen vaiheen metaforana on kaleidoskooppi, sillä Ado.fi virtuaalisena oppimisen paikkana on vielä unikuva, jonka toteutuminen on riippuvainen monista pienistä ja toisiinsa monimutkaisesti kiinnittyvistä tekijöistä. Pieni liike siirtää yhtä palaa, mutta voi muuttaa koko näkymän.

Portaali viittaa sisäänkäyntiin ja ensimmäisessä vaiheessa Ado.fi onkin ennen kaikkea väylä arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen resurssien äärelle. Tässä vaiheessa palvelu on melko perinteinen verkkosivusto, joka esittelee A&DO-kehittämishankkeen tavoitteita ja toimintaa sekä laajemman toimijaverkoston olemassa olevia materiaaleja ja toimintaa. Tarkoitus on ennen kaikkea tiedottaa ammattilaisilta ammattilaisille ja innostaa kokeilemaan saatuja vinkkejä omassa työssä. Tässä vaiheessa Ado.fi tarjoaa kuitenkin jo mahdollisuuden testata pienessä mittakaavassa uudenlaisia digitaalisen yleisötyön toimintamuotoja.

Toisessa vaiheessa verkkopalvelu vakiintuu ja saa enemmän vuorovaikutteisia muotoja. Se mahdollistaa ammattilaiset kohtaamiset sekä tarjoaa joustavampia mahdollisuuksia tuoda esiin museoista riippumatonta sisältöä, esimerkkejä ja osaamista. Edelliseen vaiheeseen verrattuna museoiden kontrolli sisällöstä hellittää. Kyse on enemminkin alustasta, joka mahdollistaa käyttäjien tarpeiden ja kiinnostuksen suuntaaman toiminnan. Viimeistään tässä vaiheessa kohde-ryhmä myös laajentuu koskemaan opettajien lisäksi muita ammattiryhmiä. Museoiden tarkoitus on tunnistaa ja tavoittaa uudenlaisia yleisöjä, jotka voisivat hyötyä arkkitehtuurin ja muotoilun menetelmistä. Tällaisia ryhmiä löytyisi varmasti muun muassa sosiaali- ja terveystalvelujen kentältä.

Kolmannessa vaiheessa Ado.fi ei ole enää erillinen palvelu, vaan lähestytään luvussa 3 kuvatun kaltaista tulevaisuuden museota, joka on yhden rakennuksen seinien rajaaman tilan sijaan fyysisten ja digitaalisten tilojen hajautettu verkosto (Bautista & Balsamon 2013, 55). Tällöin kyse ei ole enää vain ammattilaisille

suunnatusta palvelusta vaan käytännössä museon kaikille yleisöille tarkoitusta ympäristöstä, joka voi syventää oppimiskokemusta ennen museovierailua, sen yhteydessä tai sen jälkeen. Se voi myös tarjota täysin virtuaalisen museokokemuksen, jolloin museotoiminnan saavutettavuus rikkoo maantieteellisen ja fyysisen saavutettavuuden rajat.

5.4.3 Sisältökonseptit

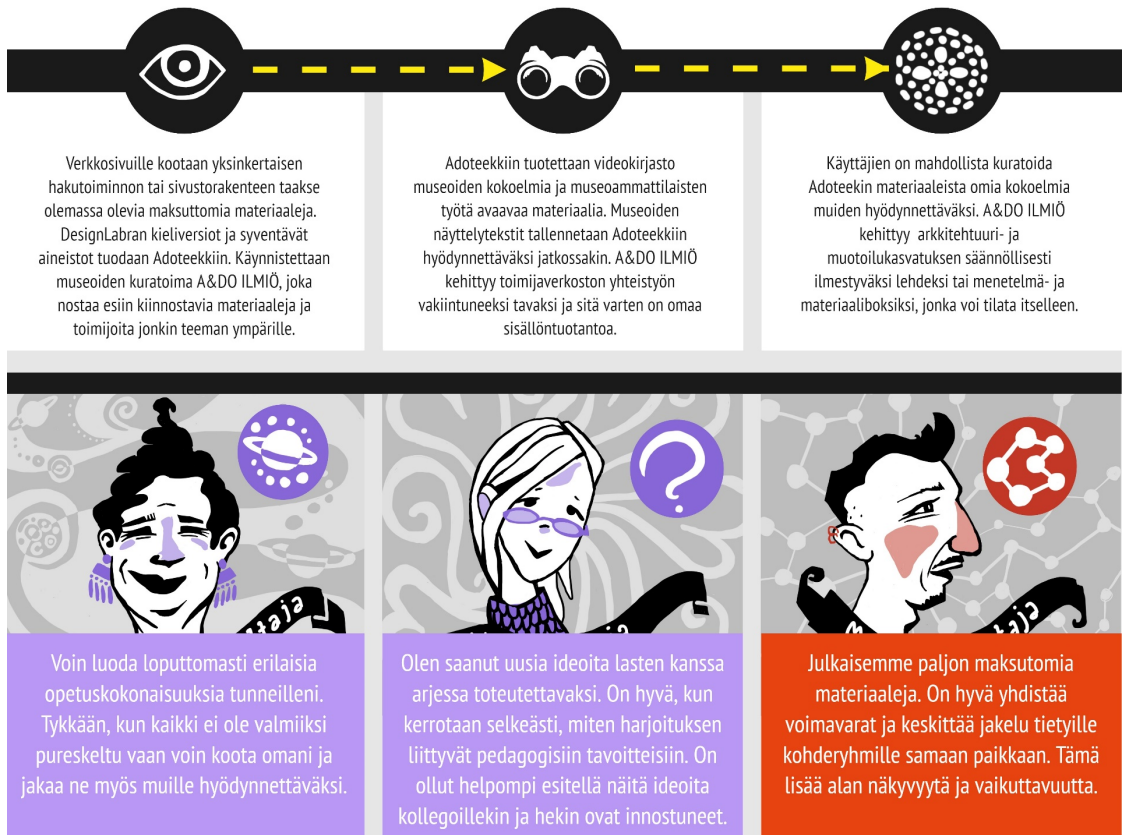
Tässä kappaleessa kuvatut sisältökonseptit täydentävät ja konkretisoivat edellisen kappaleen tiekarttaa. Työskentelyn tuloksena syntyi neljä käyttäjien ideointiin ja tarpeisiin pohjautuvaa sisältökonseptia: 1. Adoteekki, 2. eStudio, 3. Co-Design Hubi ja 4. eGalleria.

Adoteekki on arkkitehtuuri-, muotoilu- ja museo-oppimisen resurssipankki. eStudio ja eGalleria tarjoavat digitaalisen alustan toiminnalle, jota toteutetaan perinteisesti museon fyysisissä puitteissa. eGalleria on omistettu pedagogiselle näyttelytoiminnalle ja eStudio erilaisille vuorovaikutteiselle tai muuten elämykselliselle ohjelmalle, joilla avataan museoiden näyttelyitä tai niiden teemoja, kuten opastuksille, työpajoille ja koulutuksille. Co-Design Hubin tarkoitus on edistää monitoimijaista yhteistyötä ja tuoda yhteiskehittäminen osaksi museoiden yleistyötä. Olen koostanut kustakin sisältökonseptista oman kortin, josta löytyy eri käyttäjien rooli, sisältökonseptin tiivis kuvaus, konseptin kehittyminen tiekartan vaiheiden mukaisesti sekä konseptin arvo muutamalle käyttäjäpersoonalle (liite 4). Avaan näitä tarkemmin käyttämällä esimerkkinä Adoteekin korttia (kuva 23, s. 81).

Adoteekin kohdalla museon rooleja ovat tuottaja ja kuraattori, taidetoimijan tuottaja ja kävijän soveltaja ja kuraattori. Tuottajat tekevät ja tallentavat sisältöjä verkkopalveluun. Kuraattorit rajaavat, koostavat ja tulkitsevat sisältöjä muiden käyttöä varten. Soveltajat käyttävät sisältöjä omiin tarkoituksiinsa. Muita rooleja näiden lisäksi ovat mahdollistaja ja tekijä. Mahdollistajat ylläpitävät alustoja ja välittävät tietoa sekä huolehtivat, että eri toimijoiden on helppo käyttää sisältöjä. Tekijät osallistuvat toimintoihin ja luovat sen osana uutta sisältöä.



Adoteekista löytyvät Arkkitehtuuri- ja designmuseon sekä heidän yhteistyökumppaneidensa julkaisemia arkkitehtuurin ja muotoilun menetelmiin tai museo-oppimiseen liittyviä oppaita, projektiesittelyjä, tehtävävinkkejä, ammattilaisten haastatteluja sekä muuta materiaalia. Sieltä löytyy museon kokoelmia ja kokoelmatyötä käsittelevä videokirjasto, alaan liittyviä selvityksiä ja tutkimuksia sekä vinkkejä muista hyvistä alan verkkopalveluista. Resurssipankki kokoaa myös kaikki Suomen arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijoiden tärkeät tiedot samaan paikkaan.



Kuva 23. Adoteekki (Kesäniemi 2021)

Adoteekki on konsepteista ensimmäinen ja ainoa, joka julkaistaan jossakin muodossaan keväällä 2021. Muut konsepteista konkretisoituvat vasta tiekartan toisessa vaiheessa. Silti niihin liittyviä pienempiä kokeiluja on mahdollista lähteä toteuttamaan esimerkiksi osana oppimisen keskuksen eri puolella Suomea kiertävää A&DO Labra -näyttelyä. Kaikki sisältökonseptit on kuvattu kehittyvän museon tiukemmasta otteesta kohti monitoimijaista yhteistyötä ja kävijöiden toimijuutta. Esimerkiksi Adoteekki kehittyi yksinkertaisesta kokoelmasta museoiden ja eri taidetoimijoiden olemassa olevia maksuttomia materiaaleja monipuoliseksi resurssipankiksi, josta kävijät voivat muodostaa omia koonteja haluamiensa teemojen ympärille. Näin materiaalien käyttäjät tulevat suositelleeksi

materiaaleja muille käyttäjille ja kertovat, kuinka itse hyödyntävät erilaisia resursseja niitä yhdistellen. eGalleriassa kävijöiden toimijuuden tukeminen tarkoittaa yhteiskuratoinnin mahdollistamista. Co-Design Hubi kehittyi alustaksi monitoimijaisen yhteiskehittämisen fasilitointiin sekä avaa mahdollisuuksia hyödyntää museoa niin kusuttuna *living labina*, jossa yhteiskehittämistä toteutetaan aidossa käyttäjäympäristössä toimimalla (Mulder 2012, 39). eStudio taas muuntuu alustaksi, jonka työkaluja ja ympäristöjä museoiden yhteistyöverkostokin voi käyttää omaan toimintaansa.

5.5 Prosessin arviointi

Edellisessä, yhteiskehittämistä käsittelevässä luvussa esittelin muutamia erilaisia viitekehyksiä, joiden avulla yhteiskehittämisen eri ulottuvuuksia olisi helpompi tarkastella käytännössä. Olen yhdistänyt näkökulmat yhteen yhdeksi yhteiskehittämisen prosessin suunnittelun ja reflektoinnin työkaluksi (kuva 24, s. 83). Siinä yhteiskehittämistä lähestytään lähtökohtien, osallistujien, toimintojen ja tulosten näkökulmista porautuen läpileikkaavasti eritoten arvion luomisen ja toimijuuden teemoihin. Työkalu valmistui vasta kehittämistehtävän toteuttamisen jälkeen, joten kokeilin sitä jälkikäteen Ado.fi-kehittämisen prosessin reflektointiin. Tarkoituksenmukaisinta olisi käyttää sitä prosessin suunnitteluvaiheessa sekä lopussa arviointiin yhdessä prosessiin osallistuneiden sidosryhmien kanssa. Sen tarkoitus on ohjata ennakoimaan prosessin onnistumisen kannalta keskeisiä vaiheita sekä pohtimaan, miten yhteiskehittämistä voisi toteuttaa kehittämistyössä tarkoituksenmukaisesti ja syventäen.

Ado.fi:n yhteiskehittämisenä oli alusta alkaen selkeä tarkoitus saada aikaan muutos, joka kohdistui sekä asiakaskokemukseen, Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon toimintatapoihin, että yhteistyöverkostoisiin. Tavoitteena oli parantaa palvelun saavutettavuutta etenkin asiakkaille, jotka pääsevät harvoin vierailemaan museoissa sekä tehdä arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen opetuksen suunnattuja resursseja helpommin löydettäväksi ja saataviksi. Tavoitteena oli myös vahvistaa museoiden yleisötyötä digitaalisissa kanavissa ja parantaa toiminnan valtakunnallista vaikuttavuutta. Lisäksi sekä yhteiskehittämisen itsessään, että uuden verkkopalvelun, toivottiin tiivistävän arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen kentän toimijoiden välistä yhteistyötä.



Kuva 24. Yhteiskehittämisen suunnittelun ja reflektoinnin työkalun prototyyppi (Kesäniemi 2021)

Kehittämishaaste oli jo melko rajattu siinä vaiheessa, kun verkkopalvelun konseptointia aloitettiin. Prosessin fasilitoimisen näkökulmasta yksi haaste olikin saada alussa muodostettua kuva toimeksiantoa jo rajaavista seikoista. Lopulta asian voisi nähdä niin, että tähän prosessiin liittyi oikeastaan kaksi kehittämis-haastetta, joista ensimmäinen koski verkkopalvelun kauan tulevaisuuteen

suuntaavan idean ja kehityskaaren muodostamista ja toinen verkkopalvelun ensimmäisen julkaistavan version vähimmäisominaisuuksien tunnistamista. Ensimmäinen oli hyvin avoin ja jälkimmäinen tarkasti rajattu. Tästä huolimatta mielestäni myös jälkimmäisessä oli tilaa yhteiskehittämiselle, koska haluttiin oppia käyttäjiltä, mitkä ne vähimmäisominaisuudet olisivat. Lisäksi on huomioitava, että tätä yhteiskehittämisen vaihetta on edeltänyt pitkä alkuselivityö, jossa museot ja arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen kentän toimijat ovat käyneet dialogia ja tutustuneet maailmalla erilaisiin tapoihin toteuttaa yleisötyötä. Näin ollen yhteiskehittäminen on oikeastaan käynnistynyt jo ennen kuin tätä verkkopalvelun konseptointiin fokusoitua prosessia on edes aloitettu suunnittelemaan.

Ado.fi:n kehittämistä varten oli tehty sidosryhmäkartta, jonka perusteella päätettiin keskittyä arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen sekä opettajien näkökulmiin. Rajaus oli tiukka, sillä sitä tehdessä museot tiesivät jo haluavansa laajentaa käyttäjäryhmiä muihinkin ammattilaisiin kuin opettajiin, etenkin museoiden yleisötyölle vielä hieman vieraampiin kohderyhmiin. Toinen rajausta koskeva päätös oli tehdä sivusto ennen kaikkea ammattilaiskäyttöön, vaikka samalla ajatusta palvelusta, jota myös toiminnan lopulliset kohderyhmät kuten oppijat käyttäisivät, ei oltu täysin poissuljettu. Päädyimme tiukempaan rajaukseen, koska tavoitteena oli julkaista melko nopealla aikataululla palvelun ensimmäinen versio ja prosessin resursointi oli rajallinen. Laajempi rajaus olisi muuttanut yhteiskehittämisen tavoitteiden painopistettä. Silloin prosessi olisi keskittynyt selvittämään mahdollisia kohderyhmiä sekä heidän ymmärrystään ja kiinnostustaan arkkitehtuurin ja muotoilun menetelmiä kohtaan. Tällaisenaankin rajaus tuntui laajalta. Nyt saimme mukaan yksittäisiä opettajia eri koulutusasteilta, mikä tuntui paikoittain liian ohuelta pintaraapaisulta. Toisaalta fokuoiminen vain yhteen koulutusasteeseen olisi ollut rajauksena liian tiukka. Opettajien mukaan saamista vaikeutti COVID-19-pandemiasta kouluihin kohdistunut kuormitus. Erilaiset yllättävät tilanteet ja sairastumisen aiheuttivat viime hetken peruutuksia osallistumisessa.

Opettajat toivat kehittämistyöhön pedagogista osaamista, mutta sen rooli ei lopulta ollut konseptoinnin tässä vaiheessa kovin merkittävä. Tärkeämmäksi nousi opettajien kokemus päiväkotien, koulujen ja oppilaitosten sekä opettajan

työn arjesta. Taidetoimijat toivat kehittämistyöhön arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen sisällöllistä osaamista sekä kokemuksen kentän työskentelyä rajoittavista ja mahdollistavista tekijöistä. Museot taas toivat käytännön toteutukseen tarvittavat resurssit, yhteistyöverkostot sekä osaamisen ja kokemuksen yleistyöstä päiväkotien, koulujen ja oppilaitosten kanssa sekä ymmärryksen kansainvälisesti museokentän kehityksen suunnista.

Osallistujia valitessa tunnistimme, että taidetoimijat ja opettajat ovat mukana hieman eri näkökulmista. Taidetoimijat voivat olla myös palvelun kohderyhmää opettajien tavoin eli he voivat löytää sivustolta vaikkapa uusia ideoita omaan työhönsä. Samalla he ovat kuitenkin sisällöntuottajia, jotka tuovat sivustolla materiaalia ja tavoittelevat opettajien huomiota. Taidetoimijoilla on siis opettajia enemmän valtaa määrittää palvelun sisältöä. Toisaalta opettajien aktiivisuus ja kiinnostus ratkaisevat lopulta koko palvelun olemassaolon tarpeellisuuden ja mielekkyyden. Tässä prosessissa oli myös selvää, että rahoituksen myötä prosessin omistajuus oli vahvasti museoilla ja siksi heillä oli rajaavaa ja päättävää valtaa suhteessa sidosryhmiin. Jotta tämä ei olisi häirinnyt työskentelyä ja estänyt esimerkiksi ideointia, lopulliset johtopäätökset ja rajaukset tehtiin aina pelkän ydintiimin kesken. Sidoryhmien osallistuessa ydintiimin jäsenet olivat joko poissa, taka-alalla tai tasavertaisesti osallistujia museoammattilaisen näkökulmasta.

Tässä tapauksessa yhteiskehittäminen toteutui osana laajempaa Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon kehittämishanketta. Ehkä voikin ajatella, että tämän yhteiskehittämisen prosessin orkestrointivastuu oli hankkeen kehittämispäälliköllä ja minulla oli fasilitointivastuu. Kehittämispäällikkö huolehti prosessin yhteydenpidosta hankkeen laajempiin kehittämistavoitteisiin ja yhteydenpidosta esimerkiksi projektin asiantuntija- ja ohjausryhmiin sekä sisäisestä viestinnästä ja minä puolestani prosessin työskentelyn suunnittelusta, ohjaamisesta ja raportoinnista.

Sidosryhmät olivat mukana sanoittamassa kokemuksia, muodostamassa yhteisymmärrystä, generoimassa ideoita ja testaamassa prototyyppejä. Yhteisiä tilaisuuksia ei kuitenkaan ollut kovin monia ja eritoten yhteisen ymmärryksen muodostamiseen ja ideoiden generoimiseen olisi voinut varata enemmän aikaa.

Sidosryhmät eivät juurikaan olleet mukana asettamassa tavoitteita ja prototyyppien arvioivaa testaamista lukuun ottamatta heidän kanssaan ei ole käyty läpi prosessin arviointia. Toisaalta taidetoimijoita on ollut mukana A&DO-hankkeen valmistelutyössä alusta alkaen ja näin ollen yhteiskehittämistä, yhteistä arvonluomista on tapahtunut tavoitteiden asettamisesta alkaen. Hanke myös jatkuu ja museot tulevat esittelemään verkkosivuston ensimmäistä versiota ainakin taidetoimijoille sen valmistuttua sekä jatkamaan sen kehitystyötä yhdessä heidän kanssaan. Opettajia osallistettiin prosessiin rajatumminkin, mutta taidetoimijoita on ollut mukana prosessin alusta alkaen museoiden ydinryhmän kanssa yhdenvertaisina kehittäjinä.

Tulosten tarkastelu on tässä vaiheessa vielä haastavaa. Prosessista syntyi selvä tuotos: verkkopalvelun konsepti. Verkkopalvelun tuottamaa arvoa tai vaikutuksia ei voida vielä arvioida. Prosessin arvoa tai välittömiä vaikutuksia olisi mahdollista arvioida, mutta se tulisi tehdä yhdessä prosessiin osallistuneiden ryhmien kanssa. Tähän ei valitettavasti ole mahdollisuuksia tämän työn puitteissa. Kuitenkin Museoiden näkökulmasta prosessin synnyttämä ilmeinen arvo liittyy uuden palvelun konkretisoitumiseen ja käyttäjäymmärryksen syvenemiseen.

Yhteenvetona voisi tiivistää arviointityökalun nostavan esiin, että opettajien toimijuus toteutui prosessin aikana pinnallisempina kuin taidetoimijoiden. Opettajat eivät ole olleet mukana tavoitteiden asettelussa ja heidät on kutsuttu mukaan rajatusti tiettyihin tilaisuuksiin. Taidetoimijoihin hankkeessa on ollut alusta alkaen tiivis suhde ja A&DO-kehittämishanke itsessään sisältääkin siksi yhteiskehittämisen piirteitä.

6 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS

Laadulliselle tutkimukselle on ominaista, että tutkijan tulkitseva rooli on korostunut ja siksi totuuden, objektiivisuuden ja puolueettomuuden kysymykset nousevatkin esiin (Sarajärvi & Tuomi 2017). Myös yleistettävyyttä herättää keskustelua, etenkin tapaustutkimuksen kohdalla. Ajatellaan, että yhteen tai muutama esimerkkiin rajattu tutkimus ei voi tuottaa tilastollisia yleistyksiä (Eriksson & Koistinen 2005, 34).

Laadullisen (tapaus)tutkimuksen piirissä ei olekaan tarkoitus kieltää tutkijan taustatekijöiden ja sidonnaisuuksien vaikutuksia tai väittää tuotetun tiedon olevan täysin yleistettävissä. Alasuutari (2011) toteaa, että oletusten testaaminen koesarjoilla ei välttämättä enää liity tutkijan toimenkuvaan lainkaan ja yleistettävyyden ihanne on sidoksissa vain tietynlaiseen tutkimukseen. Hänestä tutkijan tulisi mieluummin ”*katsella itsestäänselvyyksien horisontin taakse*”. Esimerkiksi tapaustutkimuksessa yleistettävyys ei ole tutkimuksen tarkoitus vaan siinä tutkittavan kohteen ymmärtäminen itsessään nähdään arvokkaana. Yleistettävyys on enemmänkin sitä, että tuotettuja malleja voidaan mahdollisesti käyttää tietyin varauksin muiden vastaavien tapausten selittämiseen. (Eriksson & Koistinen 2005, 34.)

Tutkimuksen objektiivisuus on todennäköisesti kaikissa tutkimustraditioissa pikemminkin ihanne kuin aidosti saavutettavissa oleva tavoite. Näin ainakin laadullisessa tutkimuksessa. Tutkijan tausta ja kokemukset vaikuttavat, koska hän on sekä tutkimusasetelman luoja, että aineiston tulkitsija. Tässä tutkimuksessa on sovellettu temaattista sisällönanalyysia. Ei voida ajatella, että teemat olisivat aineistossa itsessään valmiina ja odottaisivat löytämistään. Analyysi on tutkijan aktiivista tekemistä eli analyysin lopputulos on aina tutkijansa näköinen. Samasta aineistosta voidaan johtaa hyvinkin erilaisia tulkintoja. (Sarajärvi & Tuomi 2017.) Tulkintojen pitää kuitenkin olla perusteltuja ja muidenkin tunnistettavissa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö tutkija voisi esittää kriittisiäkin johtopäätöksiä, joihin tutkimukseen osallistujat eivät täysin yhtyisi. (Eriksson & Koistinen 2005, 39.)

Vaikka laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin ei ole olemassa yksiselitteistä mallia, Sarajärven & Tuomen (2017) mukaan sen arvioinnissa voidaan tarkastella esimerkiksi seuraavia asioita: kohde ja tarkoitus, tutkijan sitoumukset, aineiston keruu, tutkimuksen tiedonantajat ja tutkijan suhde heihin, tutkimuksen kesto, aineiston analyysi, tutkimuksen eettisyys sekä tutkimuksen raportointi.

Tämä tutkimusraportti kertoo tutkimuksen kohteesta, kestosta ja tarkoituksesta (luvut 1 ja 2), aineiston keruun ja analysoinnin menetelmistä (luvut 2 ja 5) sekä

tutkimuksen tiedonantajista ja heidän valinnastaan (esim. kappale 5.2). Tutkimuksen raportoinnissa on noudatettu Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyön raportointipohjaa ja akateemista viittauskäytäntöä. Tutkijan sidonnaisuuksista on syytä todeta, että Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo ovat tilanneet tutkimuksen käytännön kehittämistyön minulta ja maksaneet siitä rahallisen korvauksen. He ovat myös saaneet tutkimusraportin ennen julkaisua nähtäväkseen ja kommentoitavaksi asiavirheiden korjaamiseksi. Tutkimuksen tiedonantajat on valittu museoiden verkostoja hyödyntäen, joten on oletettava, että heidän suhtautuminen museoiden toimintaan ja arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatukseen on ollut lähtökohtaisesti positiivinen. Osa ydinryhmästä, opettajista ja taidetoimijoista oli minulle entuudestaan tuttuja aikaisempien työsuhteideni kautta. Näillä suhteilla ei ollut vaikutusta heidän valintaansa tiedonantajiksi. Satunnaisia kävijöitä edustaneet testaajat olivat omasta lähipiiristäni. Koska museot olivat suljettuja COVID-19-pandemian vuoksi, satunnaisten museokävijöiden rekrytoiminen testaajiksi oli mahdotonta. Tutkimusasetelmassa ei ole ilmennyt merkittäviä, erillistä huomiota vaativia eettisiä haasteita. Tutkimusasetelma on rakennettu ja tutkimus toteutettu perustuen vapaaehtoisuuteen.

Lopuksi on vielä lisättävä muutama huomio luotettavuudesta palvelumuotoilun kontekstissa. Palvelumuotoilun kentässä luotettavuuden sijaan puhutaan ehkä enemmänkin kehitettyjen palveluiden vaikutusten arvioimisesta ja siitäkin usein yhdistettynä kilpailukykyyn tai tuloksellisuuteen. Ylipäätään vaikutusten arviointi on haastavaa, kuten tässäkin työssä on tuotu jo aikaisemmin esiin. Myös Tuulaniemi (2011) huomauttaa maailmanlaajuisten suurten yritysten hyödyntävän muotoilua laajalti, vaikka sen luotettava mittaaminen koetaan vaikeaksi tai jopa mahdottomaksi. Usein muotoilun kustannus realisoituu kehittämisen alkupäässä ja hyödyt vasta, kun ratkaisu on otettu käyttöön. Siksi näiden välinen yhteys on usein hankala tavoittaa. Museoiden kaltaisten palveluiden kohdalla yritystoiminnassa tärkeästä kilpailukykyvästä puhuminen tuntuu muutenkin vieraalta. Julkisen sektorin palvelumuotoilulla tai yhteiskehittämisellä usein haetaan uusia ratkaisuja, jotka auttaisivat rajallisten resurssien riittävydessä eli kaventaisivat palvelun tarpeen ja tarjonnan välistä kuilua. Govier (2009, 19–20) muistuttaa, että museoalaa ei tulisi kuitenkaan liiaksi verrata tässä yhteydessä

esimerkiksi sosiaali- ja terveystalveluiden kaltaiseen toimintaan, jossa on välttämätöntä saada vähemmällä aikaan enemmän. Yhteiskehittämisellä museoissa pyritään pikemminkin löytämään ratkaisuja, joilla voidaan osoittaa palvelun merkityksellisyyttä ja merkitystä esimerkiksi raskaiden ja kalliiden sosiaali- ja terveystalveluiden tukena, osana ennalta ehkäisevää ja hyvinvointia lisäävää työtä.

Tarkasteltiinpa tämän tutkimuksen myötä kehitettyä verkkopalvelun konseptia sitten kilpailukyvyn tai museotoiminnan yhteiskunnallisen ja hyvinvointiin liittyvän merkityksellisyyden näkökulmista, lopputuloksen vaikutuksia on mahdollonta arvioida tässä vaiheessa luotettavasti. Siksi loin yhteiskehittämistä koskevan tutkimuskirjallisuuden pohjalta prototyypin työkalusta, joka tukee yhteiskehittämisen prosessin reflektoinnissa ja siten myös kehittämistoiminnan onnistumisen arvioinnissa. Sen pohjalta voidaan sanoa, että tämän työn osana toteutettu yhteiskehittämisen prosessi oli perustellusti suunniteltu ja toteutettu. Kehittämiskohteeksi nousi opettajien toimijuus, joka oli prosessin eri vaiheissa rajatumpaa kuin taidetoimijoiden kohdalla. Yhteiskehittämisen prosessin arviointi on kuvattu seikkaperäisemmin kappaleessa 5.5. Työkaluun itsessään tulee kuitenkin suhtautua prototyypinä. Se vaatisi vielä testaamista museoammattilaisten käytössä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen myötä halusin ymmärtää museoiden toiminnan murrosta sekä etsiä yhteiskehittämisestä keinoja vastata siihen. Työn ensisijainen tarkoitus oli löytää käyttäjien tarpeisiin vastaava ratkaisu Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon uuden arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen eli A&DO:n verkkopalvelulle. Kehittämistehtävä konkretisoi museokenttää koskevaa laajempaa muutosta hyvin, koska A&DO:n kehittämishanke heijasti museoiden pyrkimyksiä uudistaa toimintaansa ajan hengessä.

Ensiksi halusin selvittää, kuinka museoiden rooli on muuttunut etenkin digitaalisen transformaation myötä. Museoista on tullut 1990-luvulta alkaen entistä asiakaskeskeisempiä. Yhteisen kulttuuriperinnön ja taiteen vaalijoista on tullut yleisöjä monipuolisesti palvelevia keskuksia (Black 2018, 3). Digitaalisen transformaation myötä suhde yleisöihin on jälleen murroksessa (Bautista 2013, 225).

Palveltavista asiakkaista on tullut aktiivisia toimijoita, jotka tuottavat, julkaisevat ja jakavat sisältöjä omissa verkostoissaan (Vaughan Jones ym. 2017, 16–17). Tulevaisuuden museo on yksittäisen rakennuksen sijaan kenties enemmänkin fyysisten ja virtuaalisten paikkojen verkosto, johon integroituu erilaiset fyysiset ja digitaaliset artefaktit ja tieto. Se on yleisöjen kanssa rakennettu sosiaalinen informaalin oppimisen ympäristö ja moniääninen yhteisö, jossa yleisöt ovat kuuraattorien rinnalla tuottamassa narratiiveja museoiden kokoelmista. Ennen kaikkea museo vahvistaa tunnetta kuulumisesta johonkin. Yleisötyön menetelmin ja teknologian mahdollistamien uusien luomisen, vuorovaikutuksen ja tiedonvälityksen kanavien avulla sitoutetaan vanhoja ja uusia yleisöjä toimintaan purkamalla osallistumisen esteitä, vahvistamalla toimijuutta sekä lisäämällä ymmärrystä taiteiden ja kulttuurin hyödyistä eri ryhmille. (mm. Bautista 2013, 226–228; Graham 2018, 18; Ayala ym. 2019, 3.)

Toiseksi tarkastelin, miksi ja miten omaksumalla yhteiskehittämisen laajemmaksi lähestymistavaksi toimintaansa museot voisivat vastata tähän muutokseen ja kenties aktiivisesti edistää sitä. Yhteiskehittäminen voi kuvastaa sitä vuorovaikutteista suhdetta, joka museolla on sen olemassa olevien sekä potentiaalisten, uusien yleisöjen sekä yhteistyökumppaniverkostojen, kuten vaikkapa taiteilijoiden ja taiteenaloja edistävien toimijoiden, kanssa. Palvelun arvo syntyy vuorovaikutuksessa näiden ryhmien kanssa (Vargo ym. 2008, 148). Ymmärrys tästä luo perustan asiakaskeskeiselle kehittämisotteelle. Yhteiskehittäminen on myös konkreettinen menetelmä, joka tarjoaa työkaluja implementoida asiakaskeskeistä ja vuorovaikutteista toimintatapaa käytäntöön (Tschimmel 2012, 2). Lisäksi yhteiskehittämisen ymmärtäminen julkisen sektorin uudeksi paradig-maksi haastaa museot muiden julkista arvoa tuottavien instituutioiden ohella pohtimaan omaa roolia suhteessa yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemiseen (Torfing ym. 2019, 800). Tästä näkökulmasta museo instituutiona asettuu osaksi yhteiskunnallista keskustelua ja laajempaan vuorovaikutukseen kansalaisten kanssa. Kuitenkaan yhteiskunnallisten innovaatioiden synnyttäminen ei voi olla museon asiakkailleen tarjoama ydinpalvelu vaan kyse on enemmänkin alustana toimimisesta. Museot voivat tarjota tiloja, menetelmiä, aineistoja, omaa erityisosaamistaan sekä kutsua eri ryhmiä mukaan kohtaamaan yhteisten ongelmien äärellä ja voimauttaa heitä ratkaisemaan niitä.

Yhteiskehittäminen tulisi nähdä museoissa yksittäisiä projekteja laajempana lähestymistapana, joka toimii ikään kuin liimana museoiden tarkoituksen ytimen muodostavien kokoelmien, yleisöjen ja näyttelyiden välissä. Tämä edellyttää kokonaisvaltaista toimintakulttuurin muutosta, joka vaatii aikaa. Siksi on tärkeää madaltaa kynnystä tarttua yhteiskehittämistä tukeviin toimintatapoihin. Tämän ei kuitenkaan pitäisi johtaa yhteiskehittämisen semanttiseen laimentamiseen. Esimerkiksi Govierin (2009, 3–4) tapaan kaiken yleisöjä museossa osallistavan toiminnan kutsuminen yhteiskehittämiseksi ei välttämättä lopulta edistä yhteiskehittämisen vaikuttavuutta vaan voi pahimmassa tapauksessa johtaa negatiivisiin päätelmiin sen tuloksellisuudesta (vrt. Voorberg ym. 2014, 21–22). Sen sijaan yhteiskehittämisen eri ulottuvuuksien reflektointia ja toimintatapaa syventävien viitekehysten avulla (esim. Saarijärvi ym. 2013; Lee ym. 2018) voidaan suunnitella parempia prosesseja ja oppia jo toteutetuista.

Konstruktiivisen kehittämistyön tuloksena, yhteiskehittämällä A&DO:n ydinryhmän, opettajien ja arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijoiden kanssa, syntyi A&DO:lle käyttäjäymmärrykseen perustuva verkkopalvelun konsepti, joka rakentui kolmesta osasta. Ensimmäinen oli käyttäjäymmärryksen kiteytys, toinen tiekartta sekä sitä konkretisoivat sisältökonseptit, ja kolmas rautalankamalli.

Palvelun kehittämisellä haluttiin vastata etenkin neljään käyttäjätarpeeseen: 1. arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijakentän yhtenäisyyden vahvistaminen, 2. arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen saavutettavuuden ja saatavuuden parantuminen päiväkodeissa, kouluissa, ja oppilaitoksissa ympäri Suomen, 3. opettajien voimaantuminen arkkitehtuuri- ja muotoilukasvattajina ja 4. yhteiskehittämisen tukeminen A&DO:n ja laajemmin arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen ja oppimisen kentän välillä. Opettajista tunnistettiin kolme käyttäjäpersoonaa. Elämysten toteuttaja etsii resursseja toteuttaa omannäköistä opetusta ja yhteistyökumppanuuksia. Arjen moniottelija toivoo selkeitä, opetussuunnitelmaa ja monenlaista oppijuutta tukevia, valmiita kokonaisuuksia. Piilo-osaaja puolestaan kaipaa vahvistusta omalle osaamiselleen ja kollegiaalista tukea. Taidetoimijoista tunnistettiin Mahdollistaja, jonka toiminnan motiivina on alan edistäminen ja verkostoituminen, sekä Tekijä, joka taas keskittyy enemmän

suoraan työskentelyyn oppijoiden ja opettajien kanssa, opettaa menetelmiä ja etsii uusia työtilaisuuksia.

Käyttäjät odottivat verkkopalvelulta toimijuutta ja yhdessä tekemisen tukemista sekä ajasta ja paikasta riippumatonta palvelua. Verkkopalvelun kehityskaari on kuvattu tiekartaksi, jossa palvelun on kuvattu kehittyvän resurssiportaalista jakamisen ja kohtaamisen alustaksi sekä lopulta virtuaaliseksi oppimisen ympäristöksi. Samalla se kehittyi A&DO-kehittämishankkeen verkkosivustosta vakiintuneeksi uuden Arkkitehtuuri- ja designmuseon yleisötyön virtuaaliseksi siiveksi, digitaalisen yleisötyön kanavaksi ja kodiksi. Palvelu koostuu neljästä sisältökonseptista, jotka kehittyvät tiekartan vaiheiden mukana. Adoteekki on arkkitehtuuri-, muotoilu- ja museo-oppimisen resurssipankki. eStudiosta löytyvät museoiden etäohjelmisto eli opastuksia, työpajoja, koulutuksia ja muita kohtauksia museon ammattilaisten sekä arkkitehtien ja muotoilijoiden kanssa. Pedagogiselle näyttelytoiminnalle omistettu eGalleria kasvaa kansalaiskuratoinnin mahdollistavaksi virtuaaligalleriaksi. Ja Co-Design Hubi tarjoaa digitaaliset puitteet erilaisille yhteiskehittämisen projekteille joko museon tai muiden kumppaneiden kanssa.

Idea Ado.fi-verkkopalvelusta kytkeytyy museokentän murrokseen ja tukee yleisötyön tavoitteita (kuva 25, s. 93). Ado.fi voisi ilmentää tätä muutoksen suuntaa uudessa Arkkitehtuuri- ja designmuseossa. Sen myötä museosta tulisi:

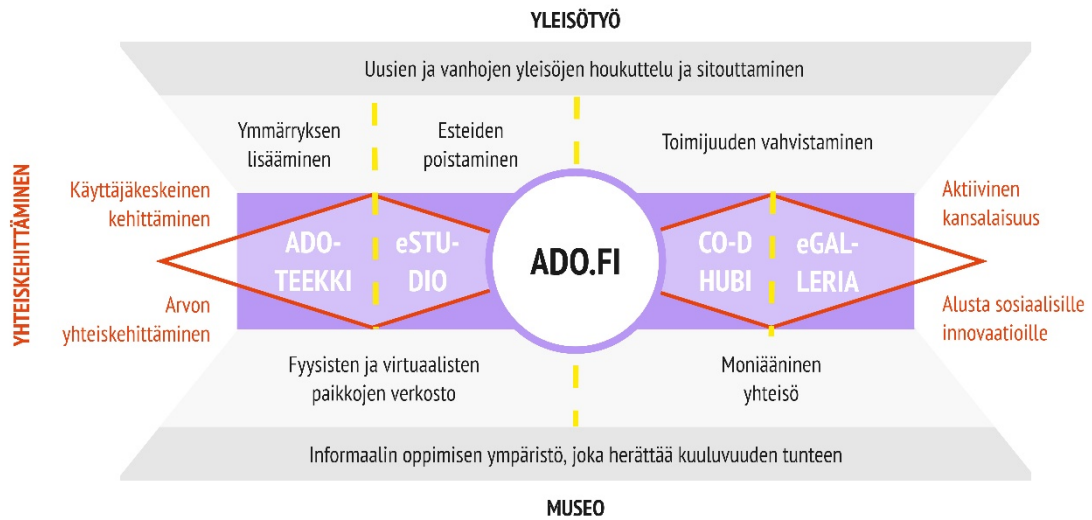
1. fyysisten ja virtuaalisten tilojen verkosto,
2. moninainen ja moniääninen yhteisö ja
3. yhdessä yleisöjen kanssa tehty informaalin oppimisen ympäristö, joka vahvistaa kuuluvuuden tunnetta.

Yleisötyön menetelmät ja uusi teknologiaa veisivät tässä muutoksessa eteenpäin. Niiden avulla:

1. houkuteltaisiin ja sitoutettaisiin yleisöjä mukaan,
2. ymmärrettäisiin moninaisten yleisöjen motivaatioita ja tarpeita sekä vastattaisiin niihin toimintaa kehittämällä osallistumisen esteitä purkaen,
3. tuettaisiin yleisöjen toimijuutta, joka näkyy vuorovaikutuksena ja yhdessä tekemisenä niin museon sisällä kuin ihmisten arkiympäristöissäkin sekä
4. lisättäisiin ymmärrystä taiteiden ja kulttuurin merkityksestä ja hyödyistä yhteisöille.

Palvelun myötä museot voisivat myös implementoida yhteiskehittämistä toimintaansa käyttäjäkeskeisenä toimintaperiaatteena, kehittämisen prosessina ja

työkaluna sekä aktiivista kansalaisuutta tukevana, sosiaalisten innovaatioiden alustana.



Kuva 25. Johtopäätökset (Kesäniemi 2021)

Syntynyt konsepti konkretisoi tilaajalle palvelun ensimmäistä toteutusvaihetta sekä loi näkymän pidemmän aikavälin kehittämiselle. Tilaaja käynnisti välittömästi konseptin ensimmäisen version valmistumisen jälkeen verkkopalvelun visuaalisen, käyttöliittymän ja teknisen toteutuksen suunnittelun. Vaikka toteutuksessa on tehty ja tullaan tekemään muutoksia rautalankamalliin, se tuki työn käynnistämistä. Rautalankamallin avulla tilaaja pystyi konkreettisemmin kommunikoimaan tarpeistaan ja toiveistaan. Työn merkittävämpi hyöty tilaajalle lieinee kuitenkin läpi yhteiskehittämisen prosessin käyty, käyttäjäpersooniin, tiekarttaan ja sisältökonsepteihin konkretisoitu keskustelu, joka on kasvattanut ymmärrystä kehittyvän oppimisen keskuksen tavoitteista ja suunnasta sekä työryhmän sisällä, että sidosryhmien kanssa.

Tämä tutkimus oli kuitenkin vasta alkusykäyksen A&DO:n verkkopalvelun kehittämiselle. Se pitää sisällään lukuisia muita kiinnostavia tutkimus- ja yhteiskehittämisen aiheita. Olisi arvokasta tunnistaa arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen sekä museoalan ammattilaisten ja opettajien lisäksi muita mahdollisia käyttäjäryhmiä ja syventää ymmärrystä heidän tarpeistaan. Tiekartta jakautui kolmeen vaiheeseen, josta ensimmäistä on lähdetty toteuttamaan. Kaksi muuta vaativat tulevaisuudessa jatkokehittämistä ja konkretisoimista, jos niitä aiotaan viedä käytäntöön. Tämän tutkimuksen sivutuotteena syntyi prototyyppi yhteiskehittämisen suunnitteluun ja reflektointiin tarkoitettua työkalusta. Se vaatisi

testaamista ja edelleen kehittämistä yhdessä sidosryhmien kanssa etenkin sen suuntaamiseksi selkeämmin tukemaan juuri museotyön kenttää. Ylipäätään digitalisaation vaikutukset museoiden palveluihin ja asiakaskokemukseen kaipaavat mielestäni lisää tutkimusta. Olisi myös kiinnostavaa tarkastella, miten ihmiset käyttävät fyysisiä ja digitaalisia palveluja rinnakkain ja onko nyt pinnalla olevilla etäpalveluilla edellytyksiä pandemian jälkeen säilyttää suosionsa.

8 POHDINTA

Simone (2011, 18–19) kehottaa ajatusleikkiin, että internet olisi museo ja sinut olisi nimetty huolehtimaan sen kokoelmasta vuonna 2001. Vastuullasi olisi yli 550 miljoonaa dokumenttia, jotka ovat laadultaan ja merkitykseltään hyvin vaihtelevia, ja määrä kasvaisi koko ajan. Ahdistaisiko? Simone toteaa, että todennäköisesti olisit kollegoidesi kanssa huolissasi kasvavan, epämääräisen kokoelman negatiivisesta vaikutuksesta yleisökokemukseen ja yrittäisit miettiä strategioita rajata ja järjestää sitä paremmin, saada hallinnantunteen takaisin. Jos onnistuisit, internetistä tulisi todennäköisesti miellyttävä paikka vierailta. Se olisi täynnä kiinnostavien aihealueiden ympärille rakennettuja kuratoituja kokonaisuuksia. Samalla kuitenkin jotain siitä demokraattisesta luonteesta, joka sillä oli alun perin ollut, olisi kadonnut. Simone päättää ajatusleikin huomauttamalla, että oikean internetin kehityskaari on perustunut hyvin toisenlaiseen strategiaan, kuten hyvin tiedämme. Kuratoinnin sijaan, alati kasvavasta informaation määrästä huolimatta, internet jatkaa yhä inklusiivisuuden ja avoimuuden polulla. Kehityttykin on, mutta keskittyen päinvastoin helpottamaan sisällön lisäämistä verkkoon sekä parantamaan tiedonhaun tekniikoita. Rajaamisen ja kontrolloinnin sijaan onkin tarjottu lisää mahdollisuuksia ja annettu työkaluja kullekin navigoida kokonaisuudessa oman kiinnostuksensa mukaan.

Tähän rajoittamisen ja irti päästämisen tematiikkaan kiteytyy myös paljon siitä, mitä tämä opinnäyteprosessi on minulle ollut ja opettanut sekä henkilökohtaisen ammatillisen kasvun mielessä, että laajempaa havaintona yhteiskehittämisen mahdollisuuksista (ja välillä mahdottomuuksista) museokontekstissa.

8.1 Palvelumuotoilu on kysymys, ei vastaus

Palvelumuotoiluopinnot ovat olleet minulle ammatillisen itsereflektion aikaa ja saaneet kyseenalaistamaan aikaisemmat tapani tehdä työtä. Sen sijaan, että olisin nyt saanut palvelumuotoilusta selkeän uuden tekemisen tavan tai sen kuuluisan työkalupakin, josta tämän alan yhteydessä niin usein puhutaan, koen saaneeni kysyjän mielen. Se ei kyseenalaista vain mennyttä ja korvaa sitä jollain uudella. Se hyväksyy, että ei ole valmiita vastauksia, jotka odottavat löytymistään ja jotka voidaan sitten suoraviivaisesti implementoida käytäntöön. On vain lukemattomia kysymyksiä, joita pitää uskaltaa esittää, sotkuisia prosesseja, joihin voidaan tuoda jonkin verran järjestystä muotoilullista lähestymistavoista ja työkaluista, sekä moniin suuntiin avautuvaa potentiaalia oivalluksille. Niiden äärelle pääsee vain, kun on ryhmä ihmisiä, joiden kanssa voi kahlata noiden kysymysten ja prosessien läpi yhdessä. Se vaatii kykyä päästää irti tietystä hallinnan tunteesta ja uskaltaa luottaa siihen, että sotkuinen prosessi kantaa ja kohtaamisten sekä keskustelujen kautta syntyy lopulta se oivallus. Oivallus on huumaava palkinto. Siitä huolimatta siihenkään ei saisi jäädä kiinni. Usein se on vain alku taas uusille kysymyksille ja siksi muuttaa alati muotoaan. Päätepusäkkiä, jossa voisi sanoa jonkin asian olevan valmis tuskin tulee vastaan. Mietin, lakkaako tämä koskaan hirvittämästä. Tai muuttuuko se joskus niin turruttavan banaaliksi, että seikkailun tuntu katoaa.

A&DO:n verkkopalvelun konseptoinnin äärellä on ollut sekä hirvittäviä epävarmuuden hetkiä, että huumaavia palkintoja. Aina, kun olen reagoinut epävarmuuteen hakemalla kontrollin tunnetta napakoista työskentelysuunnitelmista ja fokusoitumisesta lopputuloksen, olen sulkenut mieleni oivalluksilta. Kuten Stickdorn ym. (2018) ovat todenneet, ideat itsessään eivät ole hyviä tai huonoja. Ehkä ne ovat sitä oivalluksen potentiaalia, alkuja, jotka vievät eri poluille. Tässä kehittämisprosessissa avoimuus epävarmuudelle ja pidättäytyminen ennenaikaisten arvottavien päätösten tekemisestä on ollut onnistumisen kannalta ehdottoman tärkeää. A&DO ei ole itsessään kirkastunut toimintakonsepti vaan matka kohti jotain uutta, jota ei voi lähtöpisteessä määritellä, vaan se syntyy ja kehittyy matkan myötä.

Olen tämän prosessin aikana usein miettinyt A&DO:n verkkopalvelun konseptin yhteiskehittämisen mielekkyyttä. Toisaalta verkkopalvelun ensimmäisen version julkaisuun on liittynyt niin paljon reunaehtoja, että yhteiskehittämisen edellytykset ovat välillä olleet koetuksella. Lisäksi olen miettinyt, onko kehittämisprosessi aidosti tukenut sivuston julkaisemista vai hidastanut tiukkaa aikataulua entisestään. Rautalankamallin tekeminen oli työlästä ja lopulta se toimii vain viitteellisenä pohjana itse toteutuksessa. Toisaalta olen taas miettinyt, onko järkevää tehdä konsepti, jota ei välttämättä vuosiin, jos koskaan, viedä käyttöön. Mikä merkitys tällaisella löyhällä tiekartalla on?

Leen ym. (2018) kehittämässä yhteiskehittämisen muotoiluvaihtojen viitekehityksessä nousee mielestäni hyvin esiin se, että yhteiskehittämistä voidaan tehdä eri vaiheissa kehittämisprosesseja ja näin muotoilu fokusoituu erilaisiin asioihin näissä prosesseissa. Joskus muotoillaan liiketoimintamallia uudelle palvelutuotteelle, jolloin on tärkeää muodostaa kirkas tavoite ja määritellä tarkat ja ilmaisuvoimaiset KPI:t. Toisinaan painopiste voi olla alkutilanteen hahmottamisessa tai jonkin asiakkaan prosessin paremmassa ymmärryksessä. Silloin ei välttämättä vielä mietitä ratkaisujen liiketoiminnallisia edellytyksiä. Toisinaan taas kyse voi olla enemmän strategisesta työstä, jossa korostuu eri sidosryhmien yhteisymmärryksen muodostaminen ja lujittaminen. Ehkä Ado.fi-palvelun konseptin muotoilussa oli lopulta kyse ennen kaikkea tästä jälkimmäisestä. Tiedetyt keskustelut on käytävä, jotta päästään eteenpäin. Näen, että tämän tutkimuksen tuloksena syntynyt konsepti on noiden keskustelujen kiteytys, ei päätöspöytäkirja vaan välipöytäkirja, josta on hyvä jatkaa eteenpäin.

8.2 Etämuotoilua pandemian aikaan

“Älä ohjaa näitä työpajoja vain istuen etäällä⁷,” kirjoittaa Hari Nallan (2018) blogissaan ohjeena palvelumuotoilutyöpajojen vetämisestä. Tätä hyvää neuvoa on ehkä monikin muotoilija miettinyt kuluneen vuoden aikana. Mitä palvelumuotoilu ja yhteiskehittäminen oikein ovat tai voivat olla, jos niitä ei voi tehdä muuten kuin istumalla etäällä?

⁷ Alunperin englanniksi: “Don’t run these workshops sitting remotely.”

COVID-19-pandemia mullisti maailman kevään 2020 aikana ja on opettanut meitä kaikkia turvavälien merkityksestä viruksen etenemisen ehkäisyssä. Turvavälit ovat käytännössä tarkoittaneet etäisyyttä ja niinpä moni työ, jota on ennen tehty vuorovaikutuksessa kasvotusten ihmisten kanssa, on siirtynyt etäyhteyksien päähän verkkoon. Tämän tutkimuksen suunnittelu alkoi keväällä 2020. Silloin vielä ajattelimme, että syksyyn mennessä ollaan takaisin *normaalissa*. Nyt keväällä 2021, kun kirjoitan tätä, olemme joutuneet hyväksymään vuoden kuluessa, että yksinkertaista paluuta normaaliin ei ehkä olekaan. Tämäkin työ on toteutettu sidosryhmien kanssa etänä lukuun ottamatta syksyn 2020 ensimmäistä, ydinryhmälle suunnattua määrittelypajaa ja muutamaa A&DO-kehittämishankkeen kehittämispäällikön kanssa järjestettyä kahdenvälistä tapaamista.

Työskentelyn fasilitoinnin näkökulmasta etäily on ollut suuri haaste ja ajoittain jopa rasite. Vaikka pahimmilta verkkoyhteyksien teknisiltä ongelmilta vältyimme, vuorovaikutus videokonferenssiohjelman välityksellä jää väistämättä pinnallisemmaksi kuin kasvotusten. Kahdenvälisissä kohtaamisissa ero ei ehkä ole niin suuri, mutta etenkin ryhmien kanssa työskentelyssä mahdollisuus huomioida eri osallistujien aktiivisuustasoa ja huoneen tunnelmaa heikkenee merkittävästi. Olemme myös vielä tottumattomia käyttämään erilaisia digitaalisia työkaluja yhdessä työskentelyyn. Sainkin huomata, että työkalujen suunnittelu verkkotyöpajoihin ja niiden ohjeistaminen veivät aikaa. Suunnitelmien muuttaminen ja mukauttaminen kesken työskentelyn oli jäykempää. Hyviä (ja usein maksuttomiakin) työkaluja on paljon, mutta niiden omaksuminen työpajan aikana oli haaste ja olisi pahimmassa tapauksessa voinut johtaa turhautumiseen, joka vie halun osallistua työskentelyyn kokonaan. Toisaalta etäyhteyksien käyttäminen asetti eri puolilla Suomea asuvat osallistujat yhdenvertaiseen asemaan ja teki tutkimukseen osallistumisesta näin saavutettavampaa.

Vielä ei voida arvioida, missä määrin nämä ”koronavuonna” omaksutut uudet toimintatavat vakiintuvat osaksi arkeamme jatkossa. Olisi ehkä helppoa ohittaa tämä kokemus ja vain jäädä odottamaan sitä paluuta normaaliin. Palvelumuotoilijana minun on kuitenkin ymmärrettävä olevani vastaavassa tilanteessa kuin vaikkapa museoammattilaiset, joiden ammatillisten toimintatapojen digitaalista muutosta tämä työ pitkälti käsittelee. Kyse ei ole pelkästä viruksesta vaan laajemmasta toimintakulttuurin muutoksesta, jota ei voi torjua rokotteella. Vaikka

minulle se kasvatusten käytävä vuorovaikutus antaa sekä energiaa, että parempaa hallinnan tunnetta, onko oikein asettaa tämä kokemukseni työskentelyn paremman saavutettavuuden edelle? Yhdeksi yhteiskehittämisen riskitekijöistä on tunnistettu näkökulmien heikko edustavuus (Birchall & Simmons 2004, 2). Eli inklusiivisuuden ihannetta kantava lähestymistapa voikin olla eriyttävä.

Digitaaliset työkalut tarjoavat palvelumuotoilulle ja yhteiskehittämiselle vastavia mahdollisuuksia kuin museoille: mahdollisuuden huomioida aikaisempaa moninaisemmat käyttäjät ehkä ajasta, mutta ainakin paikasta, riippumatta. Digitaalisten alustojen ja työkalujen käyttöön ottamisen ensisijainen tarkoitus ei ole korvata vanhaa vaan ennemminkin avata uusia näkymiä siihen. Kuten tässä työssä on museoidenkin kohdalla todettu, meidän pitäisi ylipäättään välttää asettamasta todellista tai oikeassa elämässä tapahtuvaa ja virtuaalista, verkossa tapahtuvaa tai digitaalista vastakkain, ja Uzelacin (2014, 7) sanoin hyväksyä, että ”*uudet todellisuutemme ovat digitaalisesti kyllästettyjä*”⁸.

On tärkeää tunnistaa, mitkä asiat mahdollisesti vaikuttavat kokemusten eriytymiseen ja suunnitella prosessi niin, että se mahdollistaa näiden erilaisten äänten osallisuuden yhdenvertaisella tavalla. Selvää on, että yhteiskehittämistä ei pidä suunnitella ensisijaisesti muotoilijan voimautumisen ehdoilla. On myös hyvä tunnistaa, että olemme murroksen keskellä ja siksi edelleen yhdessä opetellemme niitä tapoja, joilla uudet työvälineet ja työskentelyprosessit sulautuvat osaksi työskentelytapojamme.

8.3 Museo yhteiskehittämisen ympäristönä

Yhteiskehittäminen ja siihen kytköksissä olevat erilaiset co-alkuiset käsitteet voivat muodostaa turhauttavan kudelman toistensa kanssa ristiin meneviä merkityksiä. Vaikka museotyön arjessa ei käytännössä olisikaan mahdollisuuksia kovin syvälle menevään käsitteiden pohdintaan, semanttinen välinpitämättömyys ei kannata. Yhteiskehittäminen tulee nyt vastaan monelta suunnalta ja sen suosioista kertonevat myös siihen kohdistuvat suuret odotukset sekä toisaalta kritiikki lunastamattomista lupauksista (Volberg 2014, 21–22). Kritiikki osoittaa, että kyse ei ole yksinkertaisesta tai taianomaisesta ratkaisusta, jolla

⁸ Alkuperäinen englanniksi: “[...] *new realities are digitally infused.*”

voidaan korjata ongelma kuin ongelma. Mielestäni kritiikin tarkoitus ei ole vetää mattoa yhteiskehittämisen alta. Ehkä sen ydin on pikemminkin käsitteen varomattomassa käyttämisessä kaikenlaisissa yhteyksissä, joissa tehdään jotain yhdessä jonkun kanssa. On tärkeää oppia soveltamaan lähestymistapaa ja tiedostamaan miksi ja miten sitä tehdään sekä arvioimaan tekemisen vaikutuksia.

Teoreettista käsitteen määrittelylle ja sitä koskevalle keskustelulle on siis yhä paikkansa. Toisaalta käytännön työssä tarvitsemme myös konkretiaa ja tukea soveltamiseen. Esimerkiksi Govierin (2009), Lamin ym. (2013) ja Rockin ym. (2018) artikkeleiden pohjalta näyttää ilmeiseltä, että erotteleva jako yksityiseen ja julkiseen sektoriin on riittämätön. Tarvitsemme eri aloille suunnattuja työkaluja, jotka tukevat laadukkaiden yhteiskehittämisen prosessien suunnittelua ja reflektointia sekä samalla taklaavat mahdollisia alakohtaisia esteitä. Paremmiin suunnitellut prosessit, joissa sovelletaan taitavammin käytössä olevia työkaluja johtavat ajan kanssa todennäköisesti myös parempiin tuloksiin.

Lopuksi palaan vielä luvun alussa olleeseen Simonen (2011, 18–19) esimerkkiin internetistä museona. Tuskin kukaan ajattelee, että museon tulisi toimia samoin periaattein kuin internetin, mutta se ei tarkoita, etteikö sen lopulta koko yhteiskuntamme mullistaneesta toimintaperiaatteesta voisi oppia jotakin. Ajatukseni ohjautuvat tässä takaisin Arsteinin (1969, 217) osallisuuden tikapuiden sekä Torfingin ym. (2019, 804–805) yhteiskehittämisen tikapuiden ylimmille puolille. Arnstainin mukaan osallisuuden ylin muoto oli kansalaisvalta, jota Torfing ym. kritisoivat ja korostivat nykyajassa institutionaalisille areenoille vakiintuneen monitoimijaisen yhteistyön merkitystä. Molemmissa näkökulmissa on annos idealismia ja niiden toteutuminen laajoina yhteiskunnallisina käytäntöinä vaatisi valtavia rakenteellisia muutoksia.

Idealismi ei kuitenkaan tee malleista käyttökeltottomia. Tieteellisissä artikkeleissa on mahdollista teoretisoida mallia paremmalle yhteiskunnalle, mutta käytännössä muutos ei tapahdu koko yhteiskunnan tasolla kerralla vaan yksi henkilö tai tiimi, projekti, palvelu ja organisaatio kerrallaan. Tässä mittakaavassa molempien näkökulmat ovat antoisia. Museoissa kansalaisvallan ajatus sysää joskus päästämään irti kuratoinnin vallankahvasta, jotta sisällöt ja tarinat voivat

lähteä elämään omaa elämäänsä. Tai se voi vaikkapa auttaa häivyttämään itsensä taka-alalle, avaamaan museo – julkista rahoitusta nauttivana ja arvoa tuottavana tilana – käyttäjilleen ja kysymään: Mitä te tekisitte täällä? Monitoimijaisen yhteistyön näkökulma muistuttaa, että kyse ei ole on–off-ratkaisusta, jossa valta joko luovutetaan kokonaan pois yleisöille ja hylätään museoammatillisen osaamisen arvostus, tai pidättäydytään antamasta periksi ja pelätään haastaa itseään muutokseen. Se haastaa miettimään kokonaisvaltaisesti organisaation tapaa toimia ja kuinka rakennetta voisi kehittää niin, että se mahdollistaisi eri toiminnoissa laajemman keskustelun käymisen ja erilaisten sidosryhmien mukaan ottamisen museon toiminnan suunnitteluun, palvelujen tuotantoon, kehittämiseen sekä arviointiin.

Ado.fi-verkkopalvelu voi tarjota Arkkitehtuurimuseolle ja Designmuseolle tai tulevaisuudessa rakennettavalle uudelle museolle yhden väylän kehittää, kokeilla ja toteuttaa toimintatapoja, jotka tukevat yleisöjen mahdollisuuksia jalostaa museoiden sisällöistä omia tulkintojaan, luoda omaa sisältöä ja jakaa niitä omissa tai museoiden ympärille muodostuvissa yhteisöissä. Se voi myös muuntua yhdeksi vakiintuneeksi kanavaksi pitää yhteyttä yleisöihin sekä arkkitehtuurin ja muotoilun toimijakenttään ja ottaa heidät mukaan museoiden sisältöjen ja toiminnan kehittämiseen.

LÄHTEET

Antón, C., Camarero, C. & Garrido M-J. 2018. Exploring the experience value of museum visitors as a co-creation process, *Current Issues in Tourism*. 21(12), 1406-1425.

Ala-Mutka, K., Malanowski, N., Punie, Y. & Cabrera, M. (2008). *Active Ageing and the Potential of ICT for Learning*. Institute for Prospective Technological Studies (IPTS), JRC, European Commission. Saatavilla: <https://www.semanticscholar.org/paper/Active-Ageing-and-the-Potential-of-ICT-for-Learning-Maria-Norbert/75223fb94229e2a9975ca038059033e397bb1213> [viitattu 14.4.2021].

Alasuutari, P. 2011. *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino. E-kirja. Saatavilla: Elliblibrary [viitattu 14.4.2021].

Anderson, T. & Shattuck, J. 2012. Design-Based Research: A Decade of Progress in Education Research?. *Educational Researcher*. 41(1), 16–25. Saatavilla: <https://journals.sagepub.com/doi/10.3102/0013189X11428813#articleCitationDownloadContainer> [viitattu 8.3.2021].

Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus 2020. Väliraportti Suomen kulttuurirahastolle 30.11.2020.

Arkkitehtuurimuseo s.a. Tietoa meistä. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.mfa.fi/tietoa-meista> [viitattu 8.3.2021].

Arnstein, S. 1969. A Ladder of Citizen Participation. *AIP Journal*. Saatavilla: https://historyofsocialwork.org/1969_ENG_Ladderofparticipation/1969,%20Arnstein,%20ladder%20of%20participation,%20original%20text%20OCR%20C.pdf [viitattu 14.4.2021].

Auvinen, T., Kuittinen O. & Teräs, U. 2018. Kansainvälistä huipputasoa edustava Arkkitehtuuri- ja designmuseo Helsinkiin Selvitys toteuttamisen edellytyksistä ja tarvittavista toimenpiteistä. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö. PDF-dokumentti. Saatavilla: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160986/OKM_29_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 15.3.2021].

Auvinen, T., Kuittinen O. & Teräs, U. 2019. Tulevaisuuden tekemisen museo. Uuden arkkitehtuuri- ja designmuseon konsepti. PDF-tiedosto. Saatavilla: <https://www.uusimuseo.fi/wp-content/uploads/arkkitehtuuri-ja-designmuseo-konseptiselvitys.pdf> [viitattu 8.3.2021].

Ayala, I., Cuenca-Amigo, M. & Cuenca, J. 2019. Examining the state of the art of audience development in museums and heritage organisations: a Systematic Literature review. *Museum Management and Curatorship*. 35, 1–22. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/337750962_Examining_the_state_of_the_art_of_audience_development_in_museums_and_heritage_organisations_a_Systematic_Literature_review [viitattu 14.4.2021].

Bautista, S. 2013. *Museums in the Digital Age: Changing Meanings of Place, Community, and Culture*. California: AltaMira Press, California. Available from: ProQuest Ebook Central. [21 March 2021].

Bautista, S. & Balsamo, A. 2013. *Understanding Distributed Museum: Mapping the Spaces of Museology in Contemporary Culture*. Teoksessa: Bodding-ton, A., Boys, J. & Speight, C. (toim.) *Museums and Higher Education Working Together: Challenges and Opportunities*. Routledge. 55–69. E-kirja. Saatavissa: ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].

Berleant, A. 1991. *Art And Engagement*. Temple University Press. E-kirja. Saatavilla: JSTOR [viitattu 19.4.2021].

Birchall, J. & Simmons, R. 2004. *User Power. The Participation of Users in Public Services*. London: National Consumer Council. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/279490929_User_Power_The_Participation_of_Users_in_Public_Services [viitattu 14.4.2014].

Björklund, T. 2019. *The changing role of design*. Teoksessa: Björklund, T. & Keipi, T. (toim.) *Design+ Organizational renewal and innovation through design*. Helsinki: Aalto University, 11-17. Saatavissa: <https://aalto-doc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/41545/isbn9789526037837.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [viitattu 8.3.2021].

Black, G. 2018. *Meeting the audience challenge in the 'Age of Participation'*. *Museum Management and Curatorship*. 33, 302–319. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/327507572_Meeting_the_audience_challenge_in_the_'Age_of_Participation' [viitattu 14.4.2021].

Booth, E. & Powell, R. 2016. *Museums: From Cabinets of Curiosity to Cultural Shopping Experiences*. Teoksessa: Katsoni, V. & Stratigea, A. (toim.) *Tourism and Culture in the Age of Innovation*. Springer International Publishing AG Switzerland. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/307577662_Museums_From_Cabinets_of_Curiosity_to_Cultural_Shopping_Experiences [viitattu 15.3.2021].

Binkhorst, E. & den Dekker, T. 2009. *Agenda for Co-Creation Tourism Experience Research*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 18, 311–327. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/233372142_Agenda_for_Co-Creation_Tourism_Experience_Research [viitattu 14.4.2021].

Campos, A.C., Mendes, J., Oom do Valle, P. & Scott, N. 2018. *Co-creation of tourist experiences: a literature review*. *Current Issues in Tourism*. 21(4), 369–400.

Cerquetti, M. 2017. *More is better! Current issues and challenges for museum audience development: a literature review*. *Journal of Cultural Management 6 policy*. Vsk 6(1). 30–43. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/312211271_More_is_better_Current_issues_and_challenges_for_museum_audience_development_a_literature_review [viitattu 15.3.2021].

Chapman, C. & Milham, R. 2006. The Personas' New Clothes: Methodological and Practical Arguments against a Popular Method. Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting. Vsk 50(5), 634-636. Saatavissa: <https://cnchapman.files.wordpress.com/2007/03/chapman-milham-personas-hfes2006-0139-0330.pdf> [viitattu 15.3.2021].

Chathoth, P., Altinay, I., Harrington, R. J., Okumus, F. & Chan, E. S. W. 2013. Co-production versus co-creation: A process based continuum in the hotel service context. International Journal of Hospitality Management 32, 11-20. Saatavilla: <https://www.sciencedirect.com/neli.laurea.fi/science/article/pii/S0278431912000461?via%3Dihub#fig0005> [viitattu 8.3.2021].

Conn, S. 2010. Do Museums Still Need Objects? University of Pennsylvania Press.

Conolly, P. & Hindad Cady, M. 2001. Increasing Cultural Participation: An Audience Development Planning Handbook for Presenters, Producers, and Their Collaborators. Illinois State University. Saatavilla: <https://www.wallacefoundation.org/knowledge-center/Documents/Increasing-Cultural-Participation-Handbook.pdf> [viitattu 14.4.2021].

Cottam, H. & Leadbeater, C. 2004. RED paper 01: Health: Co-creating services. Lontoo: Design Council. Saatavilla: <https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/red-paper-health.pdf> [viitattu 22.2.2021].

Daglio, M., Gerson, D. & Kitchen, H. 2015. Building Organisational Capacity for Public Sector Innovation. Background Paper prepared for the OECD Conference Innovating the Public Sector: from Ideas to Impact. Paris, 12–13 November 2014. Saatavilla: <https://www.oecd.org/innovating-the-public-sector/Background-report.pdf> [viitattu 16.4.2021].

Design Council. 2004. What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond> [viitattu 22.2.2021].

Designmuseo s.a. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.designmuseum.fi> [viitattu 8.3.2021].

Designmuseo 2019. Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus. Työsuunnitelma. Museovisio-apurahahakemuksen liite.
Designmuseo 2020. Uusi Arkkitehtuuri- ja Designmuseo etenee kohti toteutusta. WWW-dokumentti. Päivitetty 3.6.2020. Saatavilla: <https://www.designmuseum.fi/fi/events/uusi-arkkitehtuuri-ja-designmuseo-etenee-kohti-toteutusta> [viitattu 8.3.2021].

Dewey, J. 1934. Art as Experience. New York: Perigee, 2005. E-kirja. Saatavilla: https://books.google.fi/books?hl=en&lr=&id=aAbqAGo5MwwC&oi=fnd&pg=PA1&dq=john+dewey+art+as+experience&ots=XW1g1AxduK&sig=9JrhAxJ3Xp11mdEw964zs-EXscE&redir_esc=y#v=onepage&q=john%20dewey%20art%20as%20experience&f=false [viitattu 19.4.2021].

Driver, A. 2021. Design Drivers: What drives great design? Team Consulting. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.team-consulting.com/insights/design-drivers-what-drives-great-design/#:~:text=What%20are%20Design%20Drivers%3F,imagery%20chosen%20to%20accompany%20them> [viitattu 18.4.2021].

Elkasrawy, S. 2016. Applying Audience Development Programs in Museums for Raising Community Awareness towards Cultural Heritage Preservation: A Case Study of Alexandria National Museum. International Science Index. Humanities and Social Sciences. Vol 10(8), 2946–2953.

Euroopan komissio. 2005. Council of Europe Framework Convention on the Value of Cultural Heritage for Society. CETS No. 199, Faro. Saatavilla: <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/0900001680083746> [viitattu 14.4.2021].

Euroopan komissio. 2012. European Audience: 2020 and Beyond. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Saatavissa: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9f59889c-c071-4e52-875a-21a007fdbf09> [viitattu 14.4.2021].

Euroopan komissio. 2014. Conclusions on cultural heritage as a strategic resource for a sustainable Europe. Brysseli. Saatavilla: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/educ/142705.pdf [viitattu 14.4.2021].

Eriksson, P. & Koistinen, K. 2005. Monenlainen tapaustutkimus. Kuluttajatutkimuskeskus. PDF-dokumentti. Saatavilla: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152279/Monenlainen_tapaustutkimus.pdf [viitattu 15.3.2021].

Grönroos, C. 2011. Value Co-creation in Service Logic: A Critical Analysis. Marketing Theory. 11. 279–301. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/215915808_Value_Co-creation_in_Service_Logic_A_Critical_Analysis [viitattu 14.4.2021].

Hallituksen esitys 18.10.2018/195. Saatavissa: https://www.eduskunta.fi/FI/vaski/HallituksenEsitys/Sivut/HE_195+2018.aspx [viitattu 8.3.2021].

Hannula, L. 2019. Kävijät, kokijat, kokemukset. Museologinen tutkimus Siffin senioriklubista taidemuseon keskiössä. Jyväskylän yliopisto. Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Väitöskirja. PDF-tiedosto. Saatavilla: file:///C:/Users/elikesa/Downloads/978-951-39-7638-5_vaitos_2018_01_19.pdf [viitattu 8.3.2021].

Harju, E. & Sainio, T. Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisötyö – kooste verkkokyselyn vastauksista. Opetus- ja kulttuuriministeriö. PDF-tiedosto. Saatavilla: https://minedu.fi/documents/1410845/3547377/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%C3%B6ty%C3%B6.pdf/0dbee76-cf88-424f-aec6-25af5ac958b9/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%C3%B6ty%C3%B6.pdf.pdf [viitattu 8.3.2021].

- Heikkilä, R. 2015. Suomalainen maku ja kulttuurin kuluttamisen valikoituneisuus. Teoksessa: Lindholm, A. (toim.) Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla. Humanistinen ammattikorkekoulu. 33 – 52. Saatavilla: <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/11/Arto-Lindholm-ei-kavijasta-osalliseksi.pdf> [viitattu 13.4.2021].
- Heliskoski, J., Humala, H., Kopola, R., Tonteri, A., Tykkyläinen, S. 2018. Vaikuttavuuden askelmerkit. Työkaluja ja esimerkkejä palveluntuottajille. Sitran selvityksiä 130. Saatavissa: <https://media.sitra.fi/2018/03/27105443/vaikuttavuuden-askelmerkit.pdf> [viitattu 14.4.2021].
- Heinonen, K. & Strandvik, T. 2015. Customer-dominant logic: foundations and implications. *Journal of Services Marketing*. 29(6/7). Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/278954159_Customer-dominant_logic_foundations_and_implications [viitattu 14.4.2021].
- Hilbert M. Digital technology and social change: The digital transformation of society from a historical perspective. *Dialogues Clin. Neurosci.* 22, 189–194. Saatavilla: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7366943> [viitattu 8.3.2021].
- Hiu-Lam Lau, C. 2012. Accessing Estonian memories: building narratives through game form. Teoksessa: Macleod, S., Hourston, H., & Hale, J. (toim.) *Museum Making: Narratives, Architectures, Exhibitions*. Florence: Taylor & Francis Group. Saatavilla: ProQuest Ebook Central [viitattu 12.4.2021].
- Holm, P., Leskinen M. & Tyynilä, J. 2017. Miksi museoon? Suomalaisten näkemyksiä museoista. *Taloustutkimus. Raportti*. Saatavilla: https://skr.fi/sites/default/files/skr7/tiedostot/171212-taloustutkimus-miksi-museoon_0.pdf [viitattu 13.4.2021].
- Hood, M. 1993. After 70 Years of Audience Research, What Have We Learned? Who Comes to Museums, Who Does Not, and Why? Hood Associates. Saatavilla: https://www.informalscience.org/sites/default/files/VSA-a0a4s8-a_5730.pdf [viitattu 13.4.2021].
- Hooper-Greenhill, E. 1994. *Museums and Their Visitors*. London: Routledge. E-kirja. Saatavilla: ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].
- Jeffries, I. 2018. How To Fill In A Value Proposition Canvas. *Value Propositions, Business Modelling*. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://isaacjeffries.com/blog/2018/2/27/how-to-fill-in-a-value-proposition-canvas> [viitattu 14.4.2021].
- Jung, T., Tom Dieck, M. C., Hyunae, L., Namho, C. 2016. Effects of Virtual Reality and Augmented Reality on Visitor Experiences in Museum. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/293427281_Effects_of_Virtual_Reality_and_Augmented_Reality_on_Visitor_Experiences_in_Museum [viitattu 8.3.2021].

- Kajander, R. 2021. Kryptotaideteoksesta pulitettiin huikea summa – hinta kohoosi huutokaupassa lähes 70 miljoonaan dollariin. YLE. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-11833399> [viitattu 14.4.2021].
- Kappel, T.A. 2001. Perspectives on Roadmaps: How Organizations Talk About the Future. *The Journal of product innovation management*. 39–50.
- Kauppinen, S., Kesäniemi, E., Luojus, S., Lange, P., Lönn, N., Pääkkönen, J. & Hult, T. 2020. Tarpeesta ratkaisuksi. Yhteiskehittämisen opas sosiaali- ja terveydenhuollossa. Forum Virium Helsinki Oy ja Laurea-ammattikorkeakoulu. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/handle/10024/355342> [viitattu 14.4.2021].
- Kawashima N. 2000. Beyond the division of attenders vs non-attenders: a study into audience development in policy and practice. Coventry: Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.
- Kirjavainen, S. & Luukkonen, M. 2019. Increasing customer collaboration through co-creation. Teoksessa: Björklund, T. & Keipi, T. (toim.) *Design+ Organizational renewal and innovation through design*. Helsinki: Aalto University, 136-147. Saatavissa: https://acris.aalto.fi/ws/portalfiles/portal/39042575/DesignPlus_book_chapter8.pdf [viitattu 8.3.2021].
- Kirova, V. 2020. Value co-creation and value co-destruction through interactive technology in tourism: the case of ‘La Cité du Vin’ wine museum, Bordeaux, France. *Current Issues in Tourism*. 24(5), 637–650.
- Kulttuuria kaikille. 2021. Mitä on saavutettavuus? WWW-dokumentti. Saatavilla: http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus [viitattu 14.4.2021].
- Kuula, A. 2006. Toimintatutkimus. Luku 5.4 kokonaisuudessa: Saaranen-Kauppinen, A & Puusniekka, A. *KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Verkkojulkaisu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Saatavilla: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus> [viitattu 8.3.2021].
- Lam, B., Carobbio, S. & Quin, S.F. 2013. A Strategic Co-creation Framework for European Design Museums. IASDR Template. PDF-tiedosto. Saatavilla: <http://design-cu.jp/iasdr2013/papers/1127-1b.pdf> [viitattu 22.2.2021].
- Lee, J., Jaatinen, M., Salmi, A., Mattelmäki, T., Smeds, R. & Holopainen, M. 2018. Design Choices Framework for Co-creation Projects. *International Journal of Design*. Vsk. 12(2), 15-31. Saatavilla: https://research.aalto.fi/files/27839087/2782_10944_4_PB_1.pdf [viitattu 8.3.2021].
- Lim, W. 2020. A Beginner’s Guide to Wireframing. Evanto tuts+. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://webdesign.tutsplus.com/articles/a-beginners-guide-to-wireframing--webdesign-7399> [viitattu 15.3.2021].
- Lindholm, A. 2015. Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Saatavilla: <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2015/11/Arto-Lindholm-ei-kavijasta-osalliseksi.pdf> [viitattu 13.4.2021].

Long, F. 2009. Real or Imaginary: The effectiveness of using personas in product design. Irish Ergonomics Review. Proceedings of the IES Conference 2009, Dublin. PDF-dokumentti. Saatavilla: [http://media.loft.io.s3.amazonaws.com/attachments/Long%20\(2009\)%20Real%20or%20Imaginary.pdf](http://media.loft.io.s3.amazonaws.com/attachments/Long%20(2009)%20Real%20or%20Imaginary.pdf) [viitattu 15.3.2021].

Lukka, K. 2000. The key issues of applying the constructive approach to field research. Teoksessa: Reponen, T. (toim.) Management Expertise for the New Millennium. Publications of the Turku School of Economics and Business Administration. 113-128.

Lukka, K. 2001. Konstruktiivinen tutkimusote. Metodix. Menetelmäartikkelit. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://metodix.fi/2014/05/19/lukka-konstruktiivinen-tutkimusote> [viitattu 11.3.2021].

Malila, Saija. 2017. Exit Through The Giftshop - Palvelumuotoilu museokaupan asiakaskokemuksen kehittämisessä. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/handle/10024/136929> [viitattu 15.3.2021].

Matthews, G., Deary, I.J., Whiteman, M.C. 2003. Personality Traits. New York: Cambridge University Press. Saatavilla: <https://web.archive.org/web/20141205103724/http://elib.fk.uwks.ac.id/asset/archieve/e-book/PSYCHIATRIC-%20ILMU%20PENYAKIT%20JIWA/Personality%20Traits%2C%202nd%20Ed.pdf> [viitattu 14.4.2021].

Mattila, M. 2018. Mahdollisuuksien museo - Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittinen ohjelma 2030. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2018:11. PDF-tiedosto. Saatavilla: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/160600> [viitattu 8.3.2021].

McLean, K. 2011. Whose Questions, Whose Conversations. Teoksessa: Adair, B., Filene, B. & Koloski, L. (toim.) Letting Go?: Sharing Historical Authority in a User-Generated World. Philadelphia, Pa: Pew Center for Arts & Heritage. 70–79. E-kirja. Saatavilla: ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].

Mulder, I. 2012. Living Labbing the Rotterdam Way: Co-Creation as an Enabler for Urban Innovation. Technology Innovation Management Review. 2(9): 39-43. Saatavilla: <https://timreview.ca/article/607> [viitattu 16.4.2021].

Muller, K. 2010. Museums and Virtuality. Teoksessa: Parry, R. & Group, F. (toim.) Museums in a Digital Age. E-kirja. Saatavilla: ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].

Murray, R., Burns, C., Vanstone, C. & Winhall, J. 2006. Red Report 01: Open Health. Design Council. PDF-tiedosto. Saatavilla: <https://static1.squarespace.com/static/5bc8924fb9144917ed082349/t/5f3af4e0c71d5d200ba5f814/1597699298927/REDREPORT01OpenHealth.pdf> [viitattu 8.3.2021].

Museolaki 20.12.1996/1166.

Museolaki 15.3.2019/314.

Museotilasto s.a. Tilastotaulukot. Vuosi 2019. Vuosittaiset taulukot. Excel-taulukko. Päivitetty 10.8.2020. Saatavissa: <https://www.museotilasto.fi/statables> [viitattu 8.3.2021].

Nordic Institute of Business and Society. 2019. Museokorttitutkimus 2019. Saatavilla: <https://museot.fi/doc/tutkimukset/Museokorttitutkimus-2019.pdf> [viitattu 14.4.2021].

O'Neill, Rebecca. 2017. The Rise of the Citizen Curator: Participation as Curation on the Web. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/325536611_The_Rise_of_the_Citizen_Curator_Participation_as_Curation_on_the_Web [viitattu 23.2.2021].

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripoliittikan strategia 2025. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2017:20. PDF-tiedosto. Saatavilla: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/79811> [viitattu 8.3.2021].

Paris, S. & Mercer, M. 2002. Finding Self in Objects: Identity Exploration in Museums. Teoksessa. Leinhardt, G., Crowley, K. & Knutson, K. (toim.) Learning Conversations in Museums. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates. 401–423. E-kirja. Saatavilla: ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].

Patel, N. s.a. How to Create a Site Structure That will enhance SEO. WWW-dokumnetti. Saatavilla: <https://neilpatel.com/blog/site-structure-enhance-seo/> [viitattu 15.3.2021].

Pernaa, J. 2013. Kehittämistutkimus tutkimusmenetelmänä. PDF-tiedosto. Saatavilla: https://tuhat.helsinki.fi/ws/files/127650174/2013_Pernaa_KT_tutkimusmenetelmana_KT_kirja.pdf [viitattu 8.3.2021].

Phaal, R., Farrukh, C. & Probert, D. 2003. Technology roadmapping—A planning framework for evolution and revolution. Technological Forecasting & Social Change. 71, 5–26. Saatavilla: <http://tarjomefa.com/wp-content/uploads/2017/07/7115-English-TarjomeFa.pdf> [viitattu 14.4.2021].

Piccinini, E., Gregory, R. & Kolbe, L. 2015. Changes in the Producer-Consumer Relationship – Towards Digital Transformation. Konferenssiartikkeli. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/277325460_Changes_in_the_Producer-Consumer_Relationship_-_Towards_Digital_Transformation [viitattu 8.3.2021].

Ranjan, Kumar & Read, Stuart. 2014. Value co-creation: Concept and measurement. Journal of the Academy of Marketing Science. 44(3). Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/271405053_Value_co-creation_Concept_and_measurement [viitattu 15.4.2021].

Robinson, E. 1928. The Behaviour of the Museum Visitor. Publications of the American Associations of Museums. New Series, 5. Saatavilla: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED044919.pdf> [viitattu 13.4.2021].

- Rock, J., McGuire, M. & Rogers, A. 2018. Multidisciplinary Perspectives on Co-creation. *Science Communication*. 40(4), 541–552. Saatavilla: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1075547018781496?casa_token=b-7ZuUjrF1wAAAAA:oWKGUmQdWtnV-8ZqWxlBqYFgxPc72-piVTPwzOo1UUwsqLuBiUEpmsTzONLjHllw1iBTntnda3J3 [viitattu 14.4.2021].
- Røiseland, A. & Vabo, S. 2015. Interactive – or counteractive – governance? Lessons learned about citizen participation and political leadership. International Research Society for Public Management Conference. Birmingham. Volume XIX. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/274373850_Interactive_-_or_counteractive_-_governance_Lessons_learned_about_citizen_participation_and_political_leadership [viitattu 16.4.2021].
- Ross, M. 2004. Interpreting the new museology. *Museum and Society*. 2(2), 84–103. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/253131193_Interpreting_the_new_museology [viitattu 14.4.2021].
- Räisänen, P. 2016. Kulttuuritilaisuuksissa käymisessä suuria eroja asuinalueiden välillä. *Kvartti*. Kaupunkitiedon verkkolehti. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.kvartti.fi/fi/artikkelit/kulttuuritilaisuuksissa-kaymisessa-suuria-eroja-asuinalueiden-valilla> [viitattu 14.4.2021].
- Saarijärvi, H., Kannan, P. K. & Kuusela, H. 2013. Value co-creation: Theoretical approaches – practical implications. *European Business Review*. 25(1), 6–19.
- Sarajärvi, A. & Tuomi, J. 2017. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. E-kirja. Saatavilla: Ellibslibrary [viitattu 13.4.2021].
- Silverman, L. 2010. *The Social Work of Museums*. New York: Routledge.
- Simon, N. 2010. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010. E-kirja. Saatavilla: <http://www.participatorymuseum.org/read> [viitattu 22.2.2021].
- Simone, N. 2011. Participatory Design and the Future of Museums. Teoksessa: Adair, B., Filene, B. & Koloski, L. (toim.) *Letting Go?: Sharing Historical Authority in a User-Generated World*. Philadelphia, Pa: Pew Center for Arts & Heritage. 18–33. E-kirja. Saatavilla: ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].
- Solima, Ludovico. 2017. Museums, accessibility and audience development. Teoksessa: Cerquetti, M. (toim.) *Bridging theories, strategies and practices in valuing cultural heritage*. Edizioni Università di Macerata. 225–240. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/319939244_Museums_accessibility_and_audience_development [viitattu 14.4.2021].
- Sorjonen, H. & Sivonen, O. 2015. Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämistäitiö Cupore. Saatavilla: <https://www.cupore.fi/images/tiedostot/taide-jakulttuurilaitostenyleisotyomuodot17.4..pdf> [viitattu 8.3.2021].

- Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö. 2015. Taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia. Toimintaohjelman 2010–2014 loppuraportti. SOSiaali- ja terveystieteiden ministeriön raportteja ja muistoja 2015:17. Saatavilla: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/70355/URN_ISBN_978-952-00-3578-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y [viitattu 14.4.2021].
- Stappers, P. & Giaccardi, E. 2017. Research through Design. Teoksessa A. Zahirovic, J. Lowgren, J. Carroll, M. Hassenzahl, T. Erickson, A. Blackwell & K. Overbeeke (toim.) The encyclopedia of human-Computer interaction. 2. painos. Interaction Design Foundation. E-kirja. Saatavilla: <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed/research-through-design> [viitattu 8.3.2021].
- Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A. & Schneider, J. 2018. This Is Service Design Doing : Applying Service Design Thinking in the Real World. O'Reilly Media. E-kirja. ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].
- Stolterman, E. & Fors, A. 2004. Information Technology and the Good Life. International Federation for Information Processing Digital Library; Information Systems Research 143. Saatavissa: https://www.researchgate.net/publication/46298817_Information_Technology_and_the_Good_Life [viitattu 8.3.2021].
- Strategyzer. s.a. Value Proposition Canvas. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas> [viitattu 14.4.2021].
- Suomen kulttuurirahasto s.a. Museovisio-apurahan hakuohje. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://skr.fi/apurahat/elokuun-haku/museovisio/museovisio-apurahan-hakuohje> [viitattu 8.3.2021]
- Suomen museoliitto 2019. Museoiden kävijämäärät kasvoivat maltillisesti. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.museoliitto.fi/uutiset.php?aid=13752#:~:text=Museovisio-rasto%20on%20t%C3%A4n%C3%A4%C3%A4n%20julkaisut%20alustavat,voimakkaassa%20kasvussa%20vuodesta%202015%20alkaen> [viitattu 15.3.2021].
- Suomen museoliitto 2020. Museoiden kävijämäärät vahvassa nousussa – Kasvu painottuu maksullisiin kävijöihin. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.museoliitto.fi/uutiset.php?aid=14474&k=14394> [viitattu 15.3.2021].
- Thyne, M. & Hede, A-M. 2016. Approaches to managing co-production for the co-creation of value in a museum setting: when authenticity matters. Journal of Marketing Management. 32(15–16), 1478–1493.
- Torring, J., Sørensen, E. & Røiseland, A. 2019. Transforming the Public Sector Into an Arena for Co-Creation: Barriers, Drivers, Benefits, and Ways Forward. Administration & Society. 51(5), 795–825. Saatavilla: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0095399716680057?casa_token=JDR4-sVfzZ-cAAAAA:Y5W6IzdxXPdDOKfgK5hDD4R4ppUNAnjzXVSBAbu-CyxLp6HkhDWqtDKynb--CUyhyFbMzNO1KIk31 [viitattu 14.4.2021].

Trant, J. 2010. When All You've Got Is 'The Real Thing': museums and authenticity in the networked world. Teoksessa: Parry, R. & Group, F. (toim.) *Museums in a Digital Age*. 307–313. E-kirja. Saatavilla: ProQuest Ebook Central [viitattu 14.4.2021].

Trujillo, M. 2019. 2018 Museum Trends: Fashion and Social Interaction. *Art Critique*. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.art-critique.com/en/2019/04/2018-museum-trends-fashion-and-social-interaction> [viitattu 15.3.2021]

Tschimmel, K. 2012. Design Thinking as an effective Toolkit for Innovation. *Proceedings of the XXIII ISPIIM Conference. Action for Innovation. Innovating from Experience*. Barcelona. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/236135862_Design_Thinking_as_an_effective_Toolkit_for_Innovation [viitattu 14.4.2021].

Tudor, T. 2020. Observing the Double Diamond process in practice. *UX Collective*. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://uxdesign.cc/observing-the-double-diamond-process-in-practice-7c3c7c33a2ba> [viitattu 14.4.2021].

Tuulaniemi, J. 2011. *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Talentum. E-kirja. Saatavilla: Ellibslibrary [viitattu 14.4.2021].

Uzelac, A. 2014. Digital shift and a pressure to survive – new audiences, new demands, new business models. *Baku Conference – First Platform Exchange on Culture and Digitisation*. Konferenssipaperi. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/282870158_Digital_shift_and_a_pressure_to_survive_-_new_audiences_new_demands_new_business_models [viitattu 14.4.2021].

Valovirta, V. 2017. *6Aika-strategian vaikuttavuusmalli*. VTT. Saatavilla: https://6aika.fi/wp-content/uploads/2017/05/6Aika-vaikuttavuusmalli_final-lo-goilla_210917.pdf [viitattu 14.4.2021].

Vargo, S., Maglio, P., Akaka, M. 2008. On Value and Value Co-Creation: A Service Systems and Service Logic Perspective. *European Management Journal*, 26, 145-152. Saatavilla: https://www.researchgate.net/publication/222399036_On_Value_and_Value_Co-Creation_A_Service_Systems_and_Service_Logic_Perspective [viitattu 22.2.2021].

Vaughan Jones, Y., Ostrouska, I., Karvonen, M., Källman, R., de Nielt, M. & Stepman, P. 2017. Promoting Access to Culture via Digital Means: Policies and Strategies for Audience Development. *European Agenda for Culture. Work Plan for Culture 2015–2018*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Saatavilla: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7839cb98-651d-11e7-b2f2-01aa75ed71a1/language-en> [viitattu 14.4.2021].

Vilka, H. 2007. *Tutki ja kehitä*. PS-kustannus. E-kirja. Saatavilla: Ellibslibrary. [viitattu 13.4.2021].

Voorberg, W., Bekkers, v., Tummers, L. 2014. *Co-Creation in Social Innovation: Comparative Case-Study on the Influential Factors and Outcomes of Co-*

Creation. Ottawa: IRSPM. Konferenssipaperi. Saatavilla:
<https://core.ac.uk/download/pdf/20116379.pdf> [viitattu 8.3.2021]

Zine, P.U., Kulkarni, M.S., Chawla, R., Ray, A.K., 2014. A Framework for Value Co-Creation Through Customization and Personalization in the Context of Machine Tool PSS. *Procedia CIRP*, 16, pp.32-37. Saatavilla:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212827114000900>
(22.2.20

KUVALUETTELO

Kuva 1. Käsitekartta. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 2. Viitekehys. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 3. Kaksoistimanttimalli. Kesäniemi, E. 8.3.2021. Mukailleen: Design Council 2004. What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond. WWW-dokumentti. Saatavilla: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond> [viitattu 22.2.2021].

Kuva 4. Kaksoistimanttimallin ja konstruktivisen mallin vertailu. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 5. Arvon yhteiskehittämisen viitekehys. Kesäniemi, E. 18.4.2021. Mukailleen: Saarijärvi, H., Kannan, P. K. & Kuusela, H. 2013. Value co-creation: Theoretical approaches – practical implications. European Business Review. 25(1), 6–19.

Kuva 6. Muotoiluajattelun eri prosessimallit. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 7. Osallisuuden ja yhteiskehittämisen tikapuut. Kesäniemi, E. 18.4.2021. Mukailleen: Arnstein, S. 1969. A Ladder of Citizen Participattion. AIP Journal. Saatavilla: https://historyofsocialwork.org/1969_ENG_Ladderofparticipation/1969,%20Arnstein,%20ladder%20of%20participation,%20original%20text%20OCR%20C.pdf [viitattu 14.4.2021]. Ja: Torfing, J., Sørensen, E. & Røiseland, A. 2019. Transforming the Public Sector Into an Arena for Co-Creation: Barriers, Drivers, Benefits, and Ways Forward. Administration & Society. 51(5), 795–825. Saatavilla: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0095399716680057?casa_token=JDR4-sVfzZ-cAAAAA:Y5W6IzdxXPdDOkfgK5hDD4R4ppUNAnjzxVSBAbu-CyxLp6HkhDWqtDKynb--CUyhyFbMzNO1KIk31 [viitattu 14.4.2021].

Kuva 8. A&DO:n sidosryhmäkartta. Kesäniemi, E. 8.3.2021.

Kuva 9. Ymmärrys tarpeesta -prosessi. Kesäniemi, E. 15.3.2021

Kuva 10. Visio ratkaisusta -prosessi. Kesäniemi, E. 15.3.2021

Kuva 11. Ymmärtäminen-vaihe. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Kuva 12. Haastatteluaineiston kiteyttäminen: käyttäjien toiminnan tarpeet ja esteet. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Kuva 13. Ideointityöpajan ryhmät. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 14. Ideointityöpajan ryhmätyön työskentelypohja. Kesäniemi, E. 18.4.2021

Kuva 15. Prototyypointi-vaihe. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Kuva 16. Ado.fi-verkkopalvelun etusivun prototyyppi versio 1.0. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Kuva 17. Ado.fi-verkkopalvelun etusivun prototyyppi versio 2.0. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Kuva 18. Ado.fi-verkkopalvelun prototyyppi tiekartta. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Kuva 19. Suunnittelua ohjaavat periaatteet. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 20. Taidetoimijoiden käyttäjäpersoonat. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 21. Opettajien käyttäjäpersoonat. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 22. Ado.fi tiekartta. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 23. Adoteekki. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

Kuva 24. Yhteiskehittämisen suunnittelun ja reflektoinnin työkalun prototyyppi. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

kuva 25. Johtopäätökset. Kesäniemi, E. 18.4.2021.

TAULUKKOLUETTELO

Taulukko 1. Tutkimuskysymykset, tavoitteet ja rakenne. Kesäniemi, E. 8.3.2021.

Taulukko 2. Yhteiskehittämisen muotoiluvalintojen viitekehys. Kesäniemi, E. 8.3.2021. Mukailen: Lee, J., Jaatinen, M., Salmi, A., Mattelmäki, T., Smeds, R. & Holopainen, M. 2018. Design Choices Framework for Co-creation Projects. International Journal of Design. Vsk. 12(2), 15-31. Saatavilla: https://research.aalto.fi/files/27839087/2782_10944_4_PB_1.pdf [viitattu 8.3.2021].

Taulukko 3. Viitekehys vaikutusketjun muodostamiseksi. Kesäniemi, E. 18.4.2021. Mukailen: Kettunen, P. 2017. Vaikuttavuuden arviointi sosiaali- ja terveydenhuollon palveluissa. Turun kaupunki. Tutkimusraportteja 2/2017. Saatavilla: https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/tutkimusraportti_2-2017.pdf [viitattu 18.4.2021]. Ja: Valovirta, V. 2017. 6Aika-strategian vaikuttavuusmalli. VTT. Saatavilla: https://6aika.fi/wp-content/uploads/2017/05/6Aika-vaikuttavuusmalli_final-logoilla_210917.pdf [viitattu 14.4.2021].

Taulukko 4. Osallistujat. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Taulukko 5. Ymmärrys tarpeesta -prosessin tiedonkeruun ja analysoinnin menetelmät. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Taulukko 6. Visio ratkaisusta -prosessin tiedonkeruun ja analysoinnin menetelmät. Kesäniemi, E. 15.3.2021.

Taulukko 7. Käyttäjätestauksen yhteenveto. Kesäniemi, E. 15.3.2021

Teemahaastattelun runko, taidetoimijat

1. TAUSTA

- Työnkuva ja oma tausta
- Taustaorganisaation perustehtävä ja toiminnan tavoite
- Aiempi yhteistyö Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon kanssa

2. ARKKITEHTUURI- JA MUOTOILUKASVATUS

- Määritelmä, merkitys, tärkeimmät tavoitteet
- Kentän haasteet, mahdollisuudet ja tulevaisuuden näkymät

3. A&DO

- Museoiden pyörittämän arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen rooli suhteessa kenttään
- Odotukset toiminnalle, mikä tukisi oman organisaation tai laajemmin arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen kentän toimintaa

4. DIGITAALISET PALVELUT

- Digitalisaation näkyminen arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen kentässä
- Haasteet ja mahdollisuudet

Sähköisen kyselyn runko, opettajat

TAUSTAKYSYMYKSET

- Millä asteella opetat?
- Kuinka hyvin tunnet Arkkitehtuurimuseon toimintaa? (1 – 4, kun 1 = erittäin huonosti ja 4 = erittäin hyvin)
- Kuinka hyvin tunnet Designmuseon toimintaa? (1 – 4, kun 1 = erittäin huonosti ja 4 = erittäin hyvin)
- Kuinka usein käyt museossa opetusryhmiesi kanssa? (Harvemmin–Kerran vuodessa–Kaksi kertaa vuodessa–Monta kertaa vuodessa)
- Kuinka tutuiksi koet arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen menetelmät itsellesi? (1 – 4, kun 1 = erittäin vieras ja 4 = erittäin tuttu)
- Kuinka aktiivisesti koet käyttäväsi taidelähtöisiä tai luovia menetelmiä työssäsi? (1 – 4, kun 1 = erittäin vähän ja 4 = erittäin paljon)

VARSINAISET KYSYMYKSET

- Millä tavalla arkkitehtuurin ja/tai muotoilun sisällöt tai menetelmät ovat läsnä opetuksessasi?
- Hyödynnätkö muita taidesisältöjä tai luovia menetelmiä?
- Millaisia haasteita olet kohdannut arkkitehtuurin ja muotoilun sisältöjen tai menetelmien hyödyntämisessä opetuksessa?
- Millaista tukea tai materiaaleja kaipaisit ilmiöpohjaisen opetuksen toteuttamiseen?
- Millä tavalla haluaisit hyödyntää Internetistä löytyviä resursseja opetuksen suunnittelun tai opetuksen tukena?
- Mitä toivoisit löytäväsi arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen verkkopalvelusta, jotta kokisit palvelun sinulle hyödylliseksi?
- Mikä saisi sinut käyttämään museoiden palveluja enemmän työssäsi?

OSALLISTUMINEN JATKOSSA

- Jos olisit valmis osallistumaan ryhmä- tai yksilöhaastatteluun aiheeseen liittyen, kertoisitko, mitkä seuraavista ajankohdista sopisivat. Voit myös ehdottaa muuta aikaa lokakuussa tai marraskuun alussa.
- Jos olet kiinnostunut osallistumaan ideointi- ja unelmointityöpajaan marraskuussa, kumpi toteutusvaihtoehto sinulle sopisi?
 - Sekä verkossa etänä toteutettu työpaja että osallistuminen Designmuseon tiloissa (Helsingissä)sopivat.
 - Vain verkossa etänä toteutettu työpaja.

Teemahaastattelun runko, opettajat

1. TAUSTAKYSYMYKSET

- Oma työ
- Hyvä oppiminen
- Opettajuuden merkitys, opettajan tehtävät
- Tämän hetken oppimisen kentällä suurimmat haasteet ja kehitystrendit
- Oma inspiraatio

2. ARKKITEHTUURI- JA MUOTOILUKASVATUS TOISELLA ASTEELLA / PERUSKOULUSSA / VARHAISKASVATUKSESSA

- Määritelmä, merkitys ja tavoitteet
- Miksi kuuluu kouluun / päiväkotiin jne.

3. A&DO

- Odotukset toiminnalle

4. DIGITAALISET PALVELUT

- Puuteet digitaalisissa palveluissa oppimisen kentällä
- Turhauttaa nettisivustoissa
- Materiaalipankit ja niiden hyödyntäminen
- Toiveet museotiloihin sitomattomasta toiminnasta
- Toimintaa tarttumista edistävät ja estävät tekijät

Ado.fi

- Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen
keskuksen verkkopalvelun konsepti

Elina Kesäniemi

ihmettele. leiki. tutki. kokeile.

Pitelet käsissäsi A&DO:n nettisivujen (ado.fi) konseptia. A&DO on arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus, jota Arkkitehtuurimuseo ja Designmuseo kehittävät.

Konsepti on syntynyt vuoden 2020-2021 aikana yhteiskehittämisen tuloksena. Prosessissa syvennyttiin ymmärtämään kahden tunnistetun käyttäjäryhmän, opettajien sekä arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen ammattilaisten, tarpeita verkkopalvelulle. Tämän ymmärryksen pohjalta on luotu sivuston tarkoitusta ja kehittymisen suuntaviivoja avaava konsepti sekä konkreettisempi malli ensimmäisen vaiheen visuaalisen ja teknisen suunnittelun ja toteutuksen tueksi.

Konseptin tarkoitus on antaa A&DO:n kehittäjätimille yksi mahdollinen, rajattu näkymä oppimisen keskuksen verkkopalvelun pidemmän aikavälin käyttäjäkeskeiseen kehittämiseen. Sen ei ole tarkoitus tyhjentävästi kuvata verkkopalvelun kaikkia mahdollisia ulottuvuuksia vaan tukea ja elää A&DO:n toiminta-ajatuksen kehittämisessä mukana.

Konseptin muotoilu oli osa Elina Kesäniemen palvelumuotoilun YAMK-opinnäytetyötä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakouluun. Työn tilasi ja sen etenemistä ohjasi A&DO:n ydintiimi, johon kuuluivat väliaikainen johtaja ja yhteistyöpäällikkö Arja-Liisa Kaasinen Arkkitehtuurimuseosta, vastaava museolehtori Leena Svinhufvud ja museolehtori Hanna Kapanen Designmuseosta sekä A&DO:n kehittämis-päällikkö Satu Silvanto.

Sisältö

| | |
|------------|---|
| Mikä A&DO? | 2 |
| Prosessi | 3 |

OSA 1: Arvo käyttäjälle

| | |
|---------------|---|
| Sidosryhmät | 5 |
| A&DO-toimijat | 6 |
| Opettajat | 7 |

OSA 2: Konsepti

| | |
|-----------------------------------|----|
| Mikä Ado.fi? | 11 |
| Tiekartta | 11 |
| Palvelukonseptit | 13 |
| Kohti toteutusta: Ado.fi-portaali | 16 |

OSA 3: Toteutus

| | |
|------------------------|----|
| Sivu- ja sisältötyypit | 19 |
| Sivuhierarkia | 21 |
| Rautalankamalli | 22 |
| Priorisointi | 24 |

Taustaa: Mikä A&DO?

Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon yhteinen A&DO on arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskus, jota kehitetään vuosina 2020–2023 Suomen kulttuurirahaston Museovisio-apurahan turvin. A&DO:n myötä museot haluavat entisestään syventää ihmisten kokemusta muotoilusta ja rakennetusta ympäristöstä, vahvistaa yleisösuhdettaan ja laajentaa museoiden kävijä- ja käyttäjäkuntaa sekä lisätä museoiden ja niiden sisältöjen saavutettavuutta valtakunnallisesti.

Kehittämishankkeen keskeisiä toimenpiteitä ovat kuudelle paikkakunnalle jalkautuva pedagoginen näyttelykokonaisuus DesignLabra, alan toimijoita yhteen tuovat vuosittaiset seminaarit sekä nettisivut, joille kootaan tietoa arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen menetelmistä ja toimijoista. Pitkän aikavälin tavoitteena on juurruttaa A&DO osaksi uutta Arkkitehtuuri- ja designmuseota ja sen yleisötyötä.

Prosessi

Ado.fi-verkkopalvelun konsepti on muotoiltu ja yhteiskehitetty palvelun käyttäjien kanssa noin viiden kuukauden aikana vuosina 2020-2021. Prosessia on leimannut COVID-19-pandemian rajoitukset ja suuren osan ajasta museot ovat olleet kiinni. Ensimmäistä työpajaa lukuun ottamatta kaikki haastattelut, työpajat ja testaukset on järjestetty verkko-yhteyden välityksellä.

Osallistujat

1) Ydinryhmä

Prosessin kaikkiin vaiheisiin osallistuminen, rajaaminen, arviointi ja priorisointi.

- Väliaikainen johtaja ja yhteistyöpäällikkö Arja-Liisa Kaasinen, Arkkitehtuurimuseo
- Vastaava museolehtori Leena Svinhufvud, Designmuseo
- Museolehtori Hanna Kapanen, Designmuseo
- Kehittämispäällikkö Satu Silvanto, A&DO / Designmuseo ja Arkkitehtuurimuseo

2) A&D-toimijat

Mahdollisuuksien mukaan haastatteluihin, ideointityöpajaan ja testaukseen osallistuminen.

- Arkkitehtuurin tiedotuskeskus Archinfo, Valtakunnallinen
- Arkkitehtuuri- ja ympäristökoulu Lastu, Pohjois-Savo
- Kehittämiskeskus Opinkirjo, Valtakunnallinen
- Kulttuurikasvattusyksikkö TAITE, Tampereen kaupunki, Pirkanmaa
- Lasten ja nuorten arkkitehtuurikoulu Arkki, Uusimaa
- Ornamo ry, Valtakunnallinen
- Suomen muotoilukasvatusseura, Valtakunnallinen
- Freelance muotoilukasvattaja, Uusimaa

3) Opettajat

Mahdollisuuksien mukaan haastatteluihin, ideointityöpajaan ja testaukseen osallistuminen.

- Varhaiskasvatus 2 hlö, Uusimaa
- Perusopetus 2 hlö, Uusimaa
- Toinen aste, 4 hlö, Uusimaa ja Itä-Savo

4) Muut

Testaus

- Museoammattilaiset 2 hlö. Valtakunnallinen

ihmettele.

Prosessin käynnistäminen ja määrittely, esitietojen selvittäminen, asiakasymmärryksen muodostaminen.

- A&DO-hankkeeseen perehtyminen
- Käynnistystyöpaja ydintiimille (3 hlö)
- Haastattelut opettajille ja A&D-toimijoille loka-marraskuussa (14 hlö)
- Ymmärrystyöpaja ydintiimille (4 hlö)

leiki.

Palvelun ideointi ja unelmoiminen yhdessä käyttäjien kanssa.

Palvelukonseptien kiteyttäminen.

- Ideointityöpaja opettajille, A&D-toimijoille ja ydintiimille (13 hlö)
- Purkutyöpaja ydintiimille (4 hlö)

kokeile.

Palvelun prototyyppi.

- Proton esittely ja kehittäminen ydintiimin kanssa (4+1+1 hlö)
- Testaus 1 "Saavutettavuus" (3 hlö)
- Testaus 2 "Satunnainen 30-40 v." (1 hlö)
- Testaus 3 "Satunnainen 20-30 v." (1 hlö)
- Testaus 4 "Satunnainen 60-70 v." (1 hlö)
- Testaus 5 "A&D-toimijat" (9 hlö)
- Testaus 6 "Kouluyhteistyö" (1 hlö)
- Testaus 7 "Opettaja/freelance" (1 hlö)

tutki.

Kaikkeen opittuun ja erilaisiin toteutusmahdollisuuksiin syventyminen. Toteutuksen priorisointi. Lopullisen työn paketointi.

- Priorisointi ydintiimin kanssa (4 hlö)

1 Arvo käyttäjälle

Ensimmäisessä luvussa esitellään Ado.fi:n käyttäjät ja tarkastellaan arvon syntymistä heidän näkökulmistaan. Tässä keskitytään erityisesti kahteen jo tunnistettuun käyttäjäryhmään: 1) arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen ammattilaisiin ja 2) opettajiin. Sidosryhmäkarttaan on kuvattu lisäksi museotyön kenttä, joka on ollut edustettuna prosessissa ydinryhmän kautta.

ihmettele. leiki. tutki. kokeile.

Sidosryhmät

Sidosryhmät ovat henkilöitä ja organisaatioita, joiden tarpeet on otettava huomioon palvelua kehitettäessä. A&DO:n sidosryhmät ovat moninaiset ja yhä kehittyvät. Siksi Ado.fi:n konseptoinnissa keskityttiin tarkastelemaan vain arkkitehtuurin ja muotoilun, museotyön ja oppimisen näkökulmia.

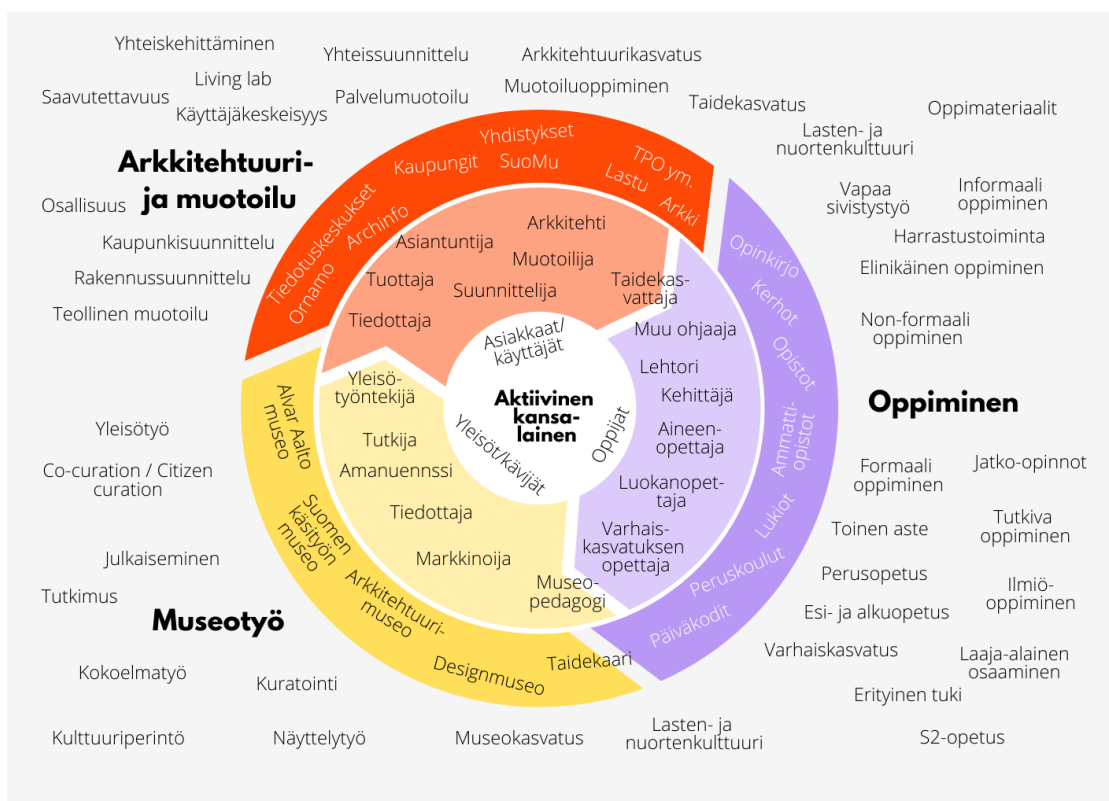
Ammattilaiset palvelun käyttäjinä

Arkkitehtuurin ja muotoilun, oppimisen ja museotyön ammattilaiset ovat Ado.fi:n ensisijaisia käyttäjiä. Nämä ammattilaiset ovat pääasiassa korkeakoulutettuja ja voivat työskennellä joko

suoraan asiakkaiden, oppijoiden ja museokävijöiden kanssa tai sitten erilaisissa viestinnän, asiantuntijatyön, sisällön- ja tapahtumatuotannon tai julkaisu toiminnan tehtävissä. Museotyössä ja oppimisessa korostuvat julkisen sektorin toimijat, kun taas arkkitehtuurin ja muotoilun kentällä yhdistykset ja yksityiset ammattiharjoittajat. Toisaalta kaupunkien kaavoitus ja rakentaminen ovat suuria tekijöitä alalla.

Kansalainen keskiössä vaan ei käyttäjänä

Ado.fi on näiden alojen risteyspaikka, arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen osaamisen keskitelmä, jossa liimana eri alojen välillä toimii halu tukea aktiivista toimijuutta. Siksi sidosryhmäkartan keskiöön on sijoitettu aktiivinen kansalainen. Hän ei ole palvelun varsinainen käyttäjä vaan toiminnan päämäärä. Koska kyseessä on avoin verkkosivusto ja A&DO:n toiminta sisältää myös yleisölle avointa ohjelmaa, suunnittelussa on varauduttava myös satunnaisiin kävijöihin ns. suuren yleisön joukosta.



A&D-toimijat

Arkkitehtuurin ja muotoilun ammattilaiset, joita tässä nimitetään **A&D-toimijoiksi**, ovat toinen varhaisessa vaiheessa tunnistetuista keskeisistä käyttäjäryhmistä. Katso prosessiin osallistuneet toimijat s. 3. Tässä tarkastellaan arvon muodostumista kahden A&D-käyttäjäsegmentin/-persoonan näkökulmasta.



MAHDOLLISTAJA työskentelee tehtävässä, jossa edistetään arkkitehtuurin tai muotoilun toimialan edellytyksiä laajemmin. Hän neuvoo ammattilaisia, lobbaa, viestii ja julkaisee alaan liittyvää materiaalia.

TUKEVAT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Alan osaamisen näkyvyys valtakunnallisesti ja kansainvälisesti
- Tutkimuksellinen tieto toiminnan vaikutuksista
- Arkkitehtuuri- ja muotoiluosaamiselle uusia väyliä ja käyttökohteita
- Verkostojen kasvaminen

ESTÄVÄT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Hajanainen kenttä
- Taide- ja kulttuurialan pienet resurssit



TEKIÄ toteuttaa käytännössä arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen projekteja ja toimintaa erilaisten kohderyhmien parissa. Hän on arkkitehti, muotoilija tai taidepedagogi. Hän kehittää menetelmiä, opettaa ja kouluttaa, järjestää toimintaa sekä julkaisee oppimateriaalia.

TUKEVAT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Hyvät viestintäkanavat kohderyhmille kuten opettajille
- Uudet työ- ja yhteistyötalaisyhteistyöt
- Mahdollisuudet tuoda esiin omaa osaamista ja toteutettuja projekteja
- Helppo pääsy alaan uusimpaan tietoon sekä inspiraatio kollegoilta


ESTÄVÄT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Pienet resurssit viestiä ja markkinoida
- Hajanainen kenttä, mikä johtaa päällekkäiseen toimintaan kentän muiden toimijoiden kanssa
- Epämääräiset työsopimukset ja vajaavainen korvaus työstä
- Vähän tunnettu tai huonosti ymmärretty ala

mimo

Opettajat

Toinen ADO:n varhaisessa vaiheessa tunnistetuista käyttäjäryhmistä on eri-ikäisten kasvun ja oppimisen parissa työskentelevät ammattilaiset eli yksinkertaisemmin opettajat. Tämän konseptin tekemisessä keskityttiin varhaiskasvatukseen, perusopetukseen ja toiseen asteeseen. Taiteen perusopetuksen toimijat olivat edustettuina A&D-toimijoissa. Katso prosessiin osallistuneet opettajat s. 3. Tässä tarkastellaan arvon muodostumista kolmen opettajakäyttäjäpersoonan näkökulmasta.



ELÄMYSTEN TOTEUTTAJA haluaa herättää oppijoissa oppimisen kipinän ja avartaa heidän maailmaansa. On melko erikoistunut työssään ja hänellä on vähintään hyvät pohjatiedot arkkitehtuuri- tai muotoiluoppimisesta. Työskentelee ehkä useammin taideaineiden aineopettajana tai lehtorina.

Kuormitus

TUKEVAT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:


- Materiaalit, joiden pohjalta voi koostaa oman kokonaisuuden
- Mahdollisuus jakaa osaamista ja ideoita
- Verkostoituminen uusien yhteistyökumppaneiden kanssa
- Osallistuminen erilaisiin kehittämishankkeisiin pedagogisena asiantuntijana (esim. oppimateriaalien kehittäminen)

Kokeilunhalu

ESTÄVÄT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Samanlaisina toistuvat, osaamista aliarvioivat tai huonolaatuiset materiaalit ja sisällöt
- Kulttuuritoimijoiden ja koulun suunnittelun eritahtisuus
- Rajalliset mahdollisuudet osallistua koulupäivän aikana verkostoitumisistilaisuuksiin, koulutuksiin ym.
- Vähäinen oppituntimäärä arkkitehtuurille ja muotoilulle

Hallinnantarve



ARJEN MONIOITTELIJA haluaa tarjota oppijoille hyvän koulupäivän jokaisen erityiset tarpeet huomioiden ja opetussuunnitelman mukaisen opetuksen turvaten. Hän kokee, että työn arki on usein paljon muutakin kuin itse opettamista, kuten oppilaiden erilaisten asioiden selvittelyä. Työskentelee ehkä useammin luokanopettajana tai varhaiskasvatuksessa.

Kuormitus

TUKEVAT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Ennakoitavuus
- Selkeänä ja valmiina pakettina tarjotut kulttuuripalvelut
- Matalan kynnyksen materiaalit, jotka tukevat opetussuunnitelmaa
- Erilaisten oppijoiden ja temperamenttien huomiointi

Kokeilunhalu

ESTÄVÄT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Kiire ja työkuormitus
- Paljon selvittelyä ja ennakkovalmistelua vaativat asiat

Hallinnantarve



PIILO-OSAAJA haluaa olla läsnä oppijoille ja kuunnella heidän ajatuksiaan. Hän ajattelee, että oppimista tapahtuu kaikkialla pienissäkin hetkissä. Hän ei tuo voimakkaasti omaa osaamista esille työyhteisössä ja suhtautuu omaan tekemiseensä vaatimattomasti. Arkkitehtuuri- ja muotoiluoppiminen ovat käsitteinä vieraita, vaikka käytännössä hyödyntää niiden menetelmiä usein. Työskentelee useammin varhaiskasvatuksessa tai luokanopettajana.

Kuormitus

TUKEVAT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Kollegiaalinen tuki ja esimerkki
- Helposti lähestyttävä tieto toiminnan tavoitteista ja yhteydestä opetussuunnitelmiin
- Kevyesti arkeen sovellettavat tehtävät ja oppimateriaalit
- Täydennyskoulutusmahdollisuudet

Kokeilunhalu

ESTÄVÄT TAVOITTEIDEN SAAVUTTAMISTA:

- Epäselvästi kohdenneet palvelut
- Työyhteisön kuormitus
- Työyhteisön ennakkoluulot arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatusta kohtaan

Hallinnantarve

mura

Sijainnin vaikutuksista

Varhaiskasvatuksessa toiminnan painopiste on oman lähiympäristön tutkimisessa sijainnista riippumatta.

Perusopetuksessa ja toisella asteella sijainti vaikuttaa siihen, miten palveluita käyteeään. Lähellä museota sijaitsevat yksiköt odottavat ennen kaikkea ohjatua työpajatoimintaa museolla sekä usein vaihtuvia sisältöjä, joiden käsittelyä verkkomateriaali voi tukea.

Kaukana sijaitsevat kaipaavat paikasta riippumattomaa toimintaa verkossa. Jos museoon päästään kerran vuodessa tai harvemmin, toivotaan hyviä ennakkotietoja sisällöstä, materiaalia valmistautua vierailuun sekä palata ja purkaa sitä oppitunnilla vierailun jälkeen.

Koulutusasteen vaikutuksista

Varhaiskasvatust

Varhaiskasvatuksessa on prosessitavoitteet, joten opettajilla on enemmän aikaa ihmetellä ja tutkia lasten kanssa. Toisaalta aikaa menee enemmän ruokailuihin, lepoon, pukemiseen ym. arjen askareisiin. Opetustuokiot voivat olla hyvin lyhyitä tai toteutua muun toiminnan ohessa. Esim. retkelle mentäessä tutkitaan matkalla rakennettua ympäristöä.

Perusopetus

Perusopetuksessa oppiaineohtaisten tavoitteiden rinnalle on noussut monialaisia tavoitteita, jotka läpileikkaavat oppiainejaottelun ja avaavat uusia mahdollisuuksia esim. arkkitehtuurin tai muotoilun sisältöjen ja menetelmien sisällyttämiseen opetukseen (ns. ilmiöoppiminen). Aineopetuksessa oppituntien joustava käyttö voi olla haastavaa. Toisaalta luokanopettajien huomio jakautuu moneen eri arjen asiaan. Oppituntien suunnitteluun ei jää paljon aikaa.

Toinen aste

Myös toisella asteella puhutaan ilmiöistä. Opiskelijat etsivät itse tietoa, eikä opettaja tuota heille kaikkea materiaalia valmiina. Opintoja leimaa työelämään tutustuminen, ammattiin tai jatko-opintoihin valmistautuminen. Oppiaineiden tavoitteet ovat vaativia ja sitovampia. Aineohtaisten tuntien määrä on rajallinen ja niiden joustava käyttö voi olla haastavaa.

Joillakin paikkakunnilla varhaiskasvatuksessa on pulaa pätevistä lastentarhanopettajista, mikä aiheuttaa kuormitusta. Tutkiva ja tekemällä oppiminen toteutuvat usein lähes itsestään selvästi osana arkea. Usein toimintaa ei edes tiedosteta esim. arkkitehtuurikasvatukseksi Oman osaamisen tunnistaminen on tärkeää ja tukisi ammatillisen kasvun lisäksi toiminnan kehittymistä.

Opettajan koulutustaustan merkitys korostuu etenkin luokanopettajien keskuudessa. Osalla luokanopettajista voi olla opintoja arkkitehtuurista tai muotoilusta, mutta moni kuvataiteeseenkin suuntautunut luokanopettaja kokee etenkin arkkitehtuurin vieraaksi ja vaikeaksi. Aineenopettajat ovat erikoistuneita oman erityisalansa osajia. Alasta riippuen heillä joko on arkkitehtuurin ja muotoilun osaamista valmiiksi tai sitten he eivät näe sitä kovin relevantiksi omassa työssään.

Lehtorit ovat erikoistuneita oman alansa erikoisosajia., Todennäköisesti vain arkkitehtuuria tai muotoilua opettavat lehtorit hyödyntäisivät A&DO:n palveluja. Näin ollen palvelun käyttäjistä vain harva olisi ns. aloittelija.

Riippumatta koulutusasteesta tai sijainnista opettajat korostavat oikean, ikätasaisen kohdentamisen merkitystä opetukseen suunnatuissa palveluissa. Toinen yhdistävä tekijä on opetuksen yksilöllistäminen. Moninaisten

2 Konsepti



Toisessa luvussa kuvataan Ado.fi-verkkopalvelun konsepti, joka on syntynyt edellä esitellyn asiakasymmärryksen pohjalta. Koska varsinaisen oppimisen keskuksen toiminta-ajatus on vielä kehittyvä, on verkkopalvelun konsepti rakennettu tämän hetkisen tiedon pohjalta kolmiosaiseksi tiekartaksi, joka voi elää ja muuttua vuosien varrella. Vain tiekartan ensimmäistä vaihetta viedään kohti varsinaista toteutusta.

ihmettele. leiki. tutki. kokeile.

Mikä Ado.fi?

Ado.fi on Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon ylläpitämän valtakunnallisen Arkkitehtuurin ja muotoilun oppimisen keskuksen eli A&DO:n verkkopalvelu, joka on suunnattu ensisijaisesti arkkitehtuurin, muotoilun, oppimisen ja museotyön ammattilaisille.

Ado.fi on yksi keino toteuttaa oppimisen keskuksen tavoitteita lisätä ymmärrystä arkkitehtuurista, muotoilusta ja ympäristösuunnittelusta, innostaa oppimiseen sekä herättää aktiivinen ympäristösuhde ja halu toimia.

Verkkopalvelu lisää valtakunnallista kiinnostusta Arkkitehtuurimuseon ja Designmuseon sekä muiden Suomessa toimivien alan toimijoiden sisältöjä kohtaan. Ado.fi kasvaa myös tavoittamaan alan kansainväliset verkostot ja toimii näin näyteikkunana suomalaisen arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen sekä museoiden yleistyön osaamiseen.

Aluksi Ado.fi on portaali erilaisten arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen resurssien äärelle. Se myös kertoo arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen kentästä ja sen toiminnasta Suomessa. Nettisivuilta löytyy kaikki tarvittava tieto A&DO:n ajankohtaisesta toiminnasta. Ado.fi voi tulevaisuudessa kasvaa ja kehittyä vastaamaan erilaisten uusien käyttäjien tarpeisiin. Se tarjoaa myös mahdollisuuden museoille kulkea digitalisten palveluiden etujoukoissa vaikkapa ajasta ja paikasta riippumattomien sähköisten elämysten ja oppimiskokemusten mahdollistajana. Ado.fi on ennakkoluulottomasti auki ja valmis tuntemattomalle tulevalle

Tiekartta

Tiekartta tarjoaa yhden mahdollisen näkymän Ado.fi-palvelun kehittämiseksi pidemmällä aikavälillä. Se on jaettu kolmeen vaiheeseen:

- 1) Portaali,
- 2) Jakamisen ja kohtaamisen alusta ja
- 3) Virtuaalinen oppimisen ympäristö.



Portaali

Ensimmäinen vaihe - Ado.fi portaalina - avautuu jo kirikkaana eteemme ja on toteutettavissa lähitulevaisuudessa.



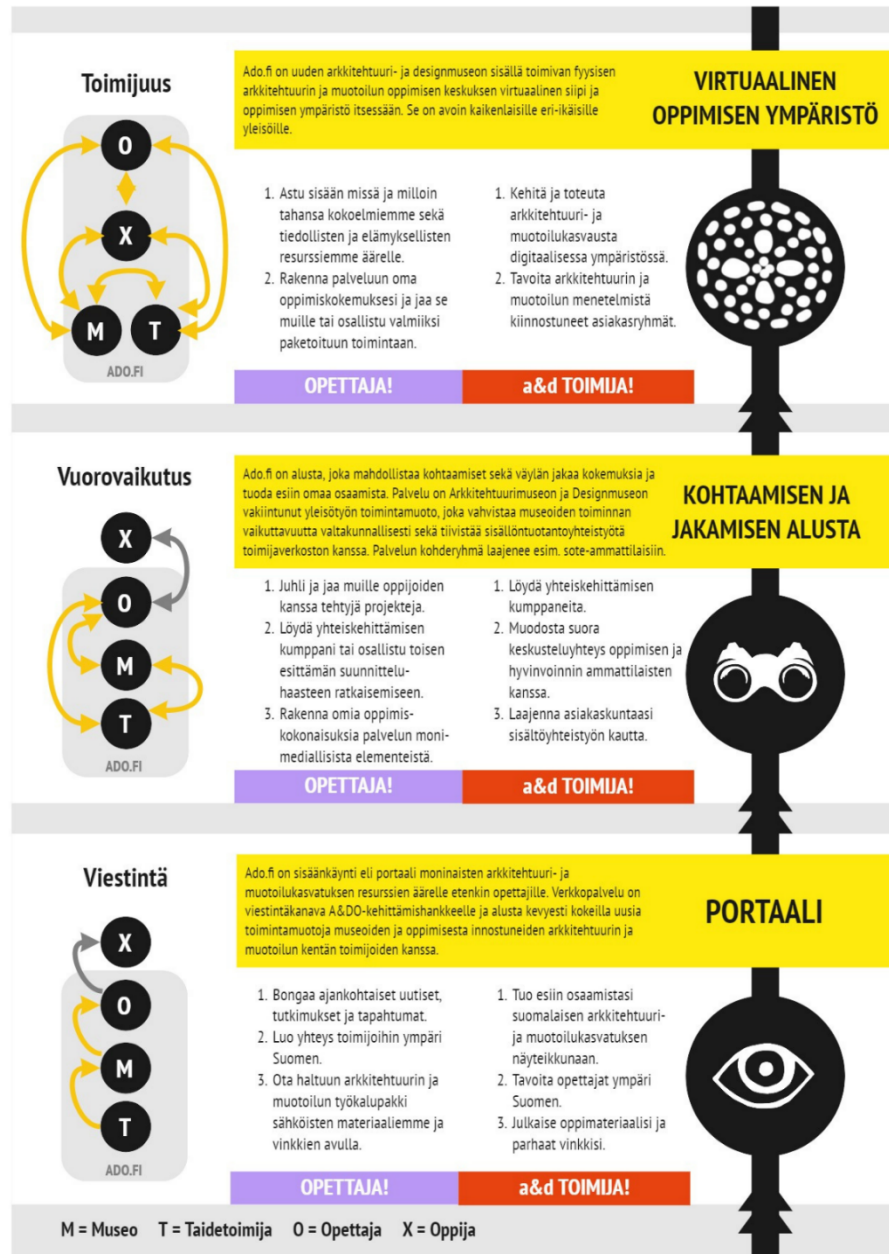
Jakamisen ja kohtaamisen alusta

Toinen vaihe - Ado.fi jakamisen ja kohtaamisen alustana - hämmöittää jossain kauempana taivaarannassa. Se on melko todennäköinen ja haluttu kehityksen suunta, jonka toteutus saattaa vielä vaatia esimerkiksi lisäresursseja.



Virtuaalinen oppimisen ympäristö

Kolmas - Ado.fi virtuaalisena oppimisen ympäristönä - on vasta unikuva. Sen toteutuminen on riippuvainen useista toisiinsa kytköksissä olevista tekijöistä ja siksi se voikin kaleidoskoopin tavoin muuttaa täysin muotoaan yhden pienenkin liikkeen ansiosta.

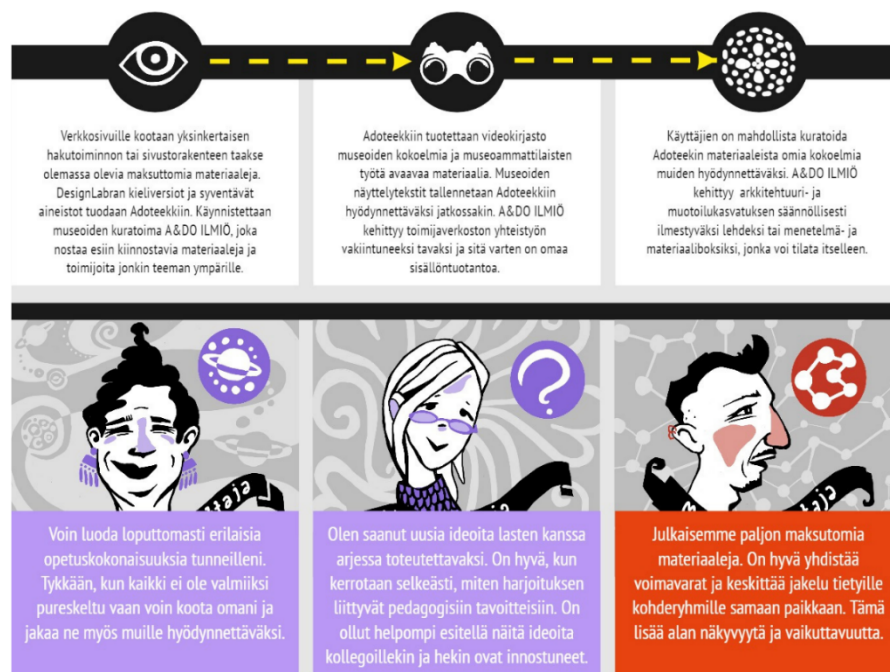


Palvelukonseptit

Käyttäjien ideoinnin pohjalta syntyneisiin palvelukonsepteihin on kiteytetty ajatus siitä, millaisista pienemmistä osista Ado.fi-verkkopalvelu muodostuu.

| Museo TUOTTAJA JA KURAATTORI | Taidetoimija TUOTTAJA, KURAATTORI | Kävijä SOVELTAJA JA KURAATTORI |
|---|--------------------------------------|-----------------------------------|
| ADOTEKKI Arkkitehtuuri-, muotoilu- ja museo-oppimisen resurssipankki | | |

Adoteekista löytyvät Arkkitehtuuri- ja designmuseon sekä heidän yhteistyökumppaneidensa julkaisemia arkkitehtuurin ja muotoilun menetelmiin tai museo-oppimiseen liittyviä oppaita, projektiesittelyjä, tehtävävinkkejä, ammattilaisten haastatteluja sekä muita materiaalia. Sieltä löytyy museon kokoelmia ja kokoelmatyötä käsittelevä videokirjasto, alaan liittyviä selvityksiä ja tutkimuksia sekä vinkkejä muista hyvistä alan verkkopalveluista. Resurssipankki kokoaa myös kaikki Suomen arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen toimijoiden tärkeät tiedot samaan paikkaan.



| Museo TUOTTAJA JA KURAATTORI | Taidetoimija (TUOTTAJA) | Kävijä SOVELTAJA JA TEKIJÄ |
|--|--|--|
| <h2>eSTUDIO</h2> <h3>Arkkitehtuuri- ja muotoilumuseon virtuaaliohjelmisto</h3> | | |
| <p>eStudiassa on mahdollista kokea museon ohjelmisto ajasta ja paikasta riippumatta. Studiosta löytyvät etäopastukset, virtuaalinäyttelyt sekä verkkotyöpajat ja -koulutukset. Siellä on mahdollista kohdata museon henkilökuntaa, alan asiantuntijoita ja taiteilijoita. Se tukee museokäyntiin valmistautumisessa tai vierailukokemuksen purussa, mutta auttaa myös museon sisältöjen äärelle silloinkin, jos varsinainen vierailu museoon ei ole mahdollista.</p> | | |
|  <p>Verkkopalvelussa voidaan tehdä pieniä kokeiluja etäopastusten ja -työpajojen toteuttamisesta. Apoteekkiin linkitetään museoiden ja yhteistyökumppaneiden jo olemassa olevia virtuaalinäyttelyitä ja muita etäelämyksiä.</p> |  <p>eStudio lanseerataan ja museon etäohjelmisto julkaistaan. Studioon tuotetaan museon näyttelyitä tukevaa ohjelmistoa kuten etäopastuksia, -työpajoja ja -taiteilijatapaamisia.</p> |  <p>eStudion ohjelmistosta löytyy myös vain virtuaalisiksi suunniteltuja museoelämyksiä. eStudio ja siellä käytössä olevat digitaaliset työkalut ja ympäristöt tarjotaan myös yhteistyökumppaneiden käyttöön heidän omaa toimintaansa varten.</p> |
|  <p>Saamme paljon enemmän museovierailuista irti, kun pystymme perehtymään sisältöihin jo ennen vierailua ja syventämään vierailun aikana opittua koulussa vierailun jälkeen.</p> |  <p>Hyvin paketoituja, ajasta ja paikasta riippumattomia valmiita sisältöjä on vaivaton ottaa opetukseen mukaan. Helpottaa arkea, kun ei aina tarvitse lähteä retkelle, vaikka joskus sekin on paikallaan.</p> |  <p>Etäkoulutuksiin on helppo osallistua. On mukavaa saada uutta inspiraatiota töihin ja vinkkejä niin kouluttajilta kuin muilta koulutukseen osallistujilta.</p> |

| Museo MAHDOLLISTAJA | Taidetoimija TUOTTAJA JA TEKIJÄ | Kävijä TUOTTAJA JA TEKIJÄ |
|---|---|--|
| <h2>CO-DESIGN HUBI</h2> <h3>Yhteiskehittämisen työkaluja ja kumppanuuksia sekä museo living labina</h3> | | |
| <p>Co-Design Hubiin keskitetään tietoa, osaamista ja yhteistyömahdollisuuksia liittyen käyttäjakeskeiseen suunnitteluun ja yhteiskehittämiseen. Hubissa yhdistävät voimansa arkkitehdit, muotoilijat, opettajat, yritykset ja tutkijat. Sieltä löytyvät niin yhteiskehittämisen kumppanit omaan projektiin kuin projekteja, joihin voi tarjota omaa osaamistaan. Hubi tukee yhteiskehittämistä tarjoamalla sähköisen muotoilupolkutyökalun prosessin suunnitteluun, fasilitoiiniin ja arviointiin sekä vinkkejä menetelmistä prosessin eri vaiheisiin. Hubi muuntaa myös museon yhteiskehittämisen laboratorioksi (living lab), jossa eri toimijat voivat kokoontua yhteen ratkaisemaan yhteisiä haasteita.</p> | | |
|  <p>Yhteiskehittäminen näkyy A&DO:n kehittämisessä toimintatapana (mm. verkkosivujen ja DesignLabra kehittäminen). Adoteekissa on museoiden ja yhteistyökumppaneiden aiheeseen liittyviä oppaita. Yhteiskehittäminen voi olla yksi A&DO ILMIO.</p> |  <p>Hubi avataan verkkosivuille ja sinne kootaan tietoa yhteiskehittämisestä ja siihen liittyvistä menetelmistä. Sähköinen muotoilupolkutyökalu saa ensimmäisen muotonsa ja sivustolle avataan palvelu, josta voi hakea yhteistyökumppania omaan kehittämisprojektiin.</p> |  <p>Hubiin haetaan tietoisemmin mukaan erilaisia toimijoita kuten yrityksiä. Hubi kehittyi tietopankista entistä enemmän alustaksi, jolla voi suunnitella ja fasilitoida yhteiskehittämistä. Museo living labina lanseerataan. Yhteiskehittäminen living labissa voi olla museon tai jonkin muun toimijan orkestroimaa.</p> |
|  <p>Löydän yhteistyöprojekteja, joihin tuon pedagogin näkökulmani. Saamme uusia ratkaisuja kouluun testattavaksi oppilaiden kanssa. Kivaa vaihtelua!</p> |  <p>Hubi tarjoaa mahdollisuuksia kehittää alaa yhdessä ja nostaa esiin konkreettisia esimerkkejä meidän menetelmien vaikuttavuudesta. Samalla laajennan verkostojani.</p> |  <p>Saan uusia kumppanuuksia ja työtilaisuuksia omien tuttujen verkostojeni ulkopuolelta.</p> |

| Museo MAHDOLLISTAJA JA KURAATTORI | Taidetoimija TUOTTAJA | Kävijä TEKIÄ, TUOTTAJA |
|--|--|---|
| <h2>eGALLERIA</h2> <p>Pedagoginen verkkogalleria - kaikkea oppilasprojektien esittelyistä yhteiskuratoituihin näyttelyihin</p> | | |
| <p>Verkkogalleria mahdollistaa ajasta ja paikasta riippumattomat näyttelyt keskittyen etenkin arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen projekteissa syntyneiden tuotosten esittelyyn. Gallerian tavoitteet ovat ennen kaikkea pedagogiset ja sen myötä voidaan myös vahvistaa museoiden yleisöjen osallisuutta ja kehittää kansalaiskuratoinnin käytäntöjä.</p> | | |
|  <p>Galleriaa ei toteuteta vielä ensimmäisessä vaiheessa.</p> |  <p>eGalleria avataan aluksi kohdennettuja museon tai toimijaverkoston päiväkodeissa, kouluissa ja oppilaitoksissa toteuttamien projektien loppunäyttelyä varten.</p> |  <p>eGalleria kasvaa yhdeksi museon näyttelytiloista fyysisten tilojen rinnalle. Se on virtuaalinen galleria etenkin erilaisille pedagogisille näyttelyille. eGalleria toimii myös alustana kansalaiskuratoinnin projekteille.</p> |
|  <p>On ihanaa päästä jakamaan taitavien oppijoiden luomuksia ja juhlia onnistumisia. Oppijat saivat oma-kohtaisen kurkistuksen yhteen taiteilijan ammatin tärkeimmistä työproesseista.</p> |  <p>Aluksi tämä kuulosti vähän työläältä, mutta selkeillä ohjeilla tästä tuli kiva juttu, joka oli helppo jakaa myös kotien kanssa.</p> |  <p>Tämä on mainio ja konkreettinen tapa päättää projektit, minusta on myös inspiroivaa nähdä kollegoiden projektien toteutuksia. Saan niistä ideoita omaan työhöni.</p> |

Kohti toteutusta: Ado.fi portaalina

Kolmeen vaiheeseen jaettusta konseptista ensimmäinen viedään toteutukseen. Sen tarkoitusta ja tehtävää konkretisoimaan on kiteytetty palvelulle ydinviesti, palvelulupaus sekä suunnittelua ohjaavat periaatteet. Ydinviesti heijastaa sitä tapaa, jolla palvelulla halutaan puhutella sen käyttäjiä. Palvelulupaus on lupaus arvosta eli hyödystä palvelun käyttäjälle.

Ydinviesti

Arkkitehtuuri ja muotoilu kuuluvat kaikille ja ne ympäröivät meitä kaikkialla. Käyttäjinä olemme yhdessä rakennetun ja muotoillun ympäristön parhaita asiantuntijoita ja pystymme ratkaisemaan maailman pieniä ja suuria ongelmia. A&DO vapauttaa arkkitehtuurin ja muotoilun tiedot, taidot ja tekijät käyttöön. Opettaja, tule nappaamaan nämä supervoimat työkalupakkiisi! Ihmettele. Leiki. Kokeile. Tutki.

Palvelulupaus

- Jakamalla tietoa arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen kentästä opettajille, teemme alan tiedot, taidot ja tekijät saavutettavammaksi kaikkialla Suomessa.
- Kokoamme verkkoon arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen menetelmiä ja materiaaleja niin aloittelijalle ymmärrettävästi kuin kokeneen kasvattajan osaamista syventäen.
- Tarjoamme näyteikkunan suomalaiselle arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimisen osaamiselle ja alustan uuden yhteistyön kehittämiseen.
- Ihmettelemme, opimme ja kehitymme matkan varrella dialogissa palvelun käyttäjien kanssa ja vastaamme uusien käyttäjäryhmien tarpeisiin.

Suunnittelua ohjaavat periaatteet

Design driverit ohjaavat suunnittelua. Ne kertovat, mihin asioihin palvelun suunnittelussa ja

toteutuksessa tulisi keskittyä sekä siitä, millainen tuntu palvelulla tulisi saavuttaa. Ado.fi:n suunnittelua ohjaavat periaatteet on muodostettu nettisivuston käyttäjien tärkeäksi korostamien asioiden pohjalta.

Saavutettava

Tämä näkyy mm.

- Sivusto täyttää tekniseltä toteutukselta WCAG 2.1 -kriteerit
- Sivustolla käytetään selkeää kieltä
- Sivusto skaalautuu mobiililaitteille
- Sivustolle tuotettavassa materiaalissa on huomioitu kohderyhmä ja ikätasoisuus
- Sivusto edistää myös fyysisten palveluiden saavutettavuutta esimerkiksi kertomalla esteettömyydestä selkeästi tapahtumien yhteydessä.
- Palvelu lisää arkkitehtuuri- ja muotoilukasvatuksen saavutettavuutta valtakunnallisesti.

Ajassa kiinnostavasti kiinni

Tämä näkyy mm.

- Dynaamisena, muuntuvana etusivuna, joka tempaiseen mukaansa
- Päivittyvänä sisältönä; emme tee pysähtynyttä menetelmäkirjastoa, jota kukaan ei muista käyttää vaan sisällöstä tehdään kuratoituja nostoja
- Laadukkaana ja modernina visuaalisena ilmeenä, valokuvina ja videoina
- Ajankohtaisina, kantaaottavina, yhteiskunnallisiin kysymyksiin ja ilmiöihin rohkeasti tarttuvina sisältöinä.

Ihmetellen leikkisä ja tutkien kokeileva

Tämä näkyy mm.

- Ado.fi:n sisältöihin voi tutustua vilkaisten tai syventyen eli se toimii nopealle viiden minuutin ihmettelylle oppituntien välissä, mutta tarjoaa myös tarkempaa tutkittavaa, kun on aikaa ja motivaatiota etsiä syvällisempää tietoa.
- Ado.fi tarjoaa museoille yhdessä alan muiden toimijoiden kanssa alustan kokeilla uusia verkossa toteutettavia oppimisen palveluita sekä yhteistyön muotoja.
- Ado.fi:n tunnelmaa leimaa kepeys ja leikkisyys, vaikka sisältö on täytät asiaa. Samalla sivustolla löytyy niin nopeita niksejä kuin materiaalia yhteiskunnallisten ilmiöiden tutkimiseen, sekä matalan kynnyksen menetelmäoppaita että tieteellisiä artikkeleita.



3 Toteutus

Viimeisen luvun tarkoitus on tukea ADO.fi-verkkopalvelun helmikuussa 2021 käynnistyvän toteutuksen ensimmäistä vaihetta eli Ado.fi portaalina.

ihmettele. leiki. kokeile. tutki.

Sivu- ja sisältötyypit

TEKSTISIVU (ts)

Perussivu, jolle voi tekstin lisäksi lisätä mm. kuvaa ja videoita sekä erilaisia sisältötyyppejä kuten nostoja ja bannereita.

Sivut mm.

DesignLabra/Näyttely ja oheisohjelmat, Teemapäivät, A&DO:n kuukauden ilmiö, Mikä A&DO?

Päivitys

A&DO luo tarvittaessa uusia tekstisivuja ja päivittää

ETUSIVU (es)

Kokoava sivu, joka koostuu lähinnä erilaisista muuhun sisältöön viittaavista elementeistä kuten nostoista, bannereista, inforuuduista ja SoMe-feedista.

Sivut

Etusivu ja DesignLabra

Päivitys

Nostot päivittyvät ns. automaattisesti, A&DO päivittää bannereiden ja inforuutujen sisältöjä

UUTISET (uu)

Ajankohtaisten uutisten viestimiseen. Tarvitaan koontisivu, jossa uutisaiheet aikajärjestyksessä sekä itse uutissivu. On tarve Uutiskirjetyökalulle ja "Ajankohtaista"-nostolle, joka vie tögättyyn uutiseen..

Sivut

Ajankohtaista, [Uutinen 1...n], Uutiskirje (?)

Päivitys

A&DO tuottaa uutisia sekä koostaa uutiskirjeitä

OHJELMA (oh)

Sivustolle tulee tapahtumakalenteri eli tarvitaan hakukone/hakutulossivu sekä tapahtumasivu. Lisäksi tarvitaan "Tapahtumia"-nosto, joka nostaa esiin rajatut tapahtumat jollekin toiselle sivulle.

Sivut

Tapahtumakalenteri, [Tapahtuma 1...n]

Päivitys

A&DO ja rekisteröityneet vierailijat vievät tapahtumia kalenteriin, muokkaavat oman organisaation tapahtumia ja poistavat niitä.

RESURSSIPANKKI (rp)

Sivustolle tulee "Materiaalipankki" ja "Tekijäpankki". Ensimmäiseen viedään ladattavia PDF-tiedostoja, ulkoisten verkkosivujen linkkejä, videotiedostoja ja audiotiedostoja. Materiaalit listataan kolmelle eri alisivulle: Yhdelle tulee tutkimukset ja artikkelit, yhdelle linkit museoiden tms. sivuille ja kolmannelle muut oppimateriaalit.

Toiseen syötetään tietoja toimijaorganisaatioista tai yksittäisistä ammattilaisista. Nämä tekijätiedot jakautuvat kahdelle alisivulle, joista yksi esittelee organisaatioita ja toinen ammattilaisia.

Alasivuille tulee jokin kevyt tapa rajata näkymää. Esim. voi rajata oppimateriaaleja ikäryhmän tai taiteenlajin mukaan. Organisaatioita ja

ammattilaisia voi rajata toimipaikan ja alan mukaan.

Lisäksi tarvitaan "Materiaaleja"-nosto, joka nostaa esiin rajatut materiaalit jollekin toiselle sivulle sekä "Tutustu tekijöihin" -nosto, joka nostaa organisaatiot tai ammattilaiset jollekin toiselle sivulle.

Sivut mm.

Hae menetelmiä ja materiaaleja, Hae tutkimuksia ja artikkeleita, Hae toimijoita, Tutustu ammattilaisiin

Päivitys

A&DO ja rekisteröityneet vierailijat vievät materiaaleja ja toimijoiden tietoja pankkiin, muokkaavat oman organisaation tuottamia tietoja ja poistavat niitä.

VERKKONÄYTTELY (vn)

DesignLabran verkkonäyttelyn mahdollinen toteutus esim. niin, että näyttelyn pohjakuvan päälle toimintapisteet, joista klikkaamalla avautuu tietoa näyttelyesineestä, siihen liittyvää kuva- ja videomateriaalia sekä tehtäviä.

Sivut

DesignLabra verkossa

Päivitys

A&DO

KIELIVERSIOT

Sivustosta toteutetaan jollakin aikataululla ruotsin ja englanninkieliset kieliversiot. Todennäköisesti jokaista alisivua ei käännetä kaikille kolmelle kielelle.

Sivut

Periaatteessa kaikki

NOSTOT

Nostotojen kautta on mahdollista nostaa uutisia, tapahtumia, materiaaleja ja toimijoita sekä ammattilaisia esiin mille tahansa sivulle. Näin samoja tietoja ei tarvitse syötää useaan eri paikkaan vaan ne viedään esim. materiaalipankkiin ja noston kautta halutut materiaalit on tuotavissa esiin jollakin toisellakin sivulla. Nostoihin tulisi voida luoda itse uusia tägejä, joiden kautta nostoja rajataan. Pitäisi myös pystyä käyttämään rajauksessa useampaa kuin yhtä tagia. Esim. [tapahtumanosto](#), [uutisnosto](#), [materiaalinosto](#)

Koot esim. pieni ja iso (pysty) sekä pieni ja iso (vaaka).

TIETORUUDUT

Bannereita enemmän tilaa tietoisuille. Pienempään värilliselle pohjalle tekstiä. Isompaan voi liittää kuvaa tai videon halutessaan. Mahdollisesti karusellitoteutus, joka mahdollistaa useamman tietoisu-ruuden selaamisen. Esimerkiksi [A&DO:sta](#) tai [DesignLabrasta](#) yleisinfo.

Koot esim. pieni ja iso

KUVAGALLERIA (kg)

Toimintaan osallistuneille mahdollisuus julkaista kuvia sivuilla. Onko rekisteröityminen tarpeen vai voiko kuvat ja kuvatestit ladata sivulle omiin verkkonäyttelykansioihinsa esim. lomakkeen avulla?

Sivut

Galleria

Päivitys

Sivulla vierailijat, A&DO moderoi

REKISTERÖITYMINEN - KIRJAUTUMINEN

Tapahtumakalenteriin, menetelmäpankkiin ja tekijäpankkiin tietoja syöttävien vierailijoiden pitäisi rekisteröityä, jotta voivat lisätä tietoja, sekä päivittää niitä. Organisaatio- vai henkilökohtainen tunnus? Jos henkilökohtainen, olisi hyvä voida muokata samaan organisaation tietoja päivittäjästä riippumatta.

Sivut

Sisäänkirjautuminen ja rekisteröityminen sivulle "Kirjautu ja ohjeita!"

BANNERIT

Bannerit ovat sivuston sisäisiä mainoksia. Bannereiden avulla voidaan esimerkiksi kiinnittää huomio tehokkaasti johonkin sisältöön, ilmoittatuslinkkiin tai palautteenkeruuseen. Esimerkiksi [rekisteröityminen](#) ja [DesignLabran "mainos"](#):

Koot esim. S, M, L (pysty)

LOMAKKEET

Yhteydenotto, ilmoittautuminen tapahtumaan tai palaute. Onko järkevä toteuttaa nettisivun työkaluilla vai jotenkin muuten? Pitäisi mahdollistaa avoimet-, monivalinta- ja arviointiasteikko-kysymykset (esim. NPS) sekä vastausten ohjaamisen johonkin sähköpostiosoitteeseen ja tai Excel-taulukkoon sekä automatisoiden vastauviestin vastaajille.

| | | | | |
|---------------------|----------------------------|---|--|----------------------------|
| ETUSIVU (es) | A&DO:n ohjelma | Ajankohtaista (uu) | [Uutinen 1...n] (uu) | |
| | | DesignLabra (es) | Näyttelyt ja oheisohjelma (ts) [Kontti 1] (tk) [Kontti 2, Kaupunki 1...6] (tk) Päiväkodeille ja kouluille (ts) [Kaupunki 1...6] (tk) DesignLabra verkossa (vn) Galleria (kg) [Näyttely 1...n] (kg) Vierailijainfo (ts) | |
| | | Teemapäivät (ts) | | |
| | | Tietoa, menetelmiä ja materiaaleja | Miksi arkkitehtuuri- ja muotoiluoppimista? (ts) | |
| | | | A&DO:n kuukauden ilmiö (ts) | [Ilmiö 1...n] (ts) |
| | | | Hae menetelmiä ja materiaaleja (rk) | [Menetelmä 1...n] (rk) |
| | | | Hae tutkimuksia ja artikkeleita (rk) | [Tutkimus 1...n] (rk) |
| | | | Maailman museoissa (ts) | |
| | | Arkkitehtuuri- ja muotoiluoppiminen Suomessa | Hae toimijoita (rk) | [Organisaatio 1...n] (rk) |
| | | | Tutustu ammattilaisiin (oh) | [Ammattilainen 1...n] (rk) |
| | Tapahtumakalenteri (oh) | | [Tapahtuma 1...n] (oh) | |
| | Tietoa A&DO:sta | Yhteystiedot (tts) | | |
| | | Tilaa A&DO:n uutiskirje (uu) | [Uutiskirje 1...n] (uu) | |
| | | Anna palautetta (ts) | | |
| | | Mikä A&DO? (ts) | | |
| | Kirjautuminen (ts) | | | |
| | Saavutettavuusseloste (ts) | | | |
| | Tietosuoja (ts) | | | |

Sivuhierarkia

Harmaat eivät sivuja vaan "kansioita", joihin alaotsikot järjestetty. Hakasulkeisiin merkityt eivät näy navigoinnissa vaan avautuvat klikkaamalla esim. tapahtumakalenterin hakutuloksiin noussutta tapahtumaa.



Priorisointi

Kiireellisyys 1 2 3