



# Oamk Journal

Oulun ammattikorkeakoulun julkaisuja

Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne. Rinnakkaistallenne saattaa erota alkuperäisestä sivutukseltaan ja painoasultaan.

This is an electronic reprint of the original article. This version may differ from the original in pagination and typographic detail.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä/Please cite the original version:

Tuohino, J., Isomursu, P., Hoppu, P. & Tötterström, J. (toim.) 2021. Kulttuurin monet muodot – näkökulmia kulttuurituottamiseen koronavuotena 2020. Oamk Journal 57/2021. <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-597-215-6>

# Kulttuurin monet muodot – näkökulmia kulttuurituottamiseen koronavuotena 2020

4.10.2021 - Tuohino Jussi, Isomursu Pekka, Hoppu Petri, Tötterström Jouko (toim.)

**Tämän artikkelikokoelman kirjoittaminen ajoittuu koronavuoden 2020 jälkipuoliskolle. Koko yhteiskuntaa ravistellut poikkeuksellinen aika on monella tavalla vaikuttanut kulttuurialaan. Nämä vaikutukset ovat usean kirjoituksen aiheena, ja monessa ne näkyvät välillisesti. Artikkeleissa käsitellään myös monia koronasta riippumattomia ajankohtaisia – ja kenties ajattomiakin – kulttuurialan kehitykseen liittyviä aiheita.**



# Esipuhe

Tämä on järjestyksessään kolmas Oulun ammattikorkeakoulun Kulttuurituottamisen ja luovan talouden (YAMK) Master-opiskelijaryhmän ja opettajien yhteistyönä laatima artikkelikokoelma kulttuurituottamisen ajankohtaisista aiheista. Vaikka nyt julkaistu teos on itsenäinen kokonaisuus, se jatkaa edeltäjiensä aloittamaa perinnettä ja kehittää jossain määrin samoja teemoja.

Aiemmat teokset ovat:

- [Minne matka, kulttuurituottaminen? Pohjoinen näkökulma kulttuurituottamiseen nyt ja tulevaisuudessa](#)
- [Luovuus nosteessa. Katsaus kulttuurituottamisen tilaan tänään ja tulevaisuudessa](#)

Kaikki kirjoittajat ovat kokeneita kulttuurin ammattilaisia, jotka syventyivät itseään kiinnostaviin ja omaa työtään koskettaviin aiheisiin. Kirjallisten lähteiden lisäksi kirjoittajat käyttivät aineistona toteuttamiaan kyselyjä ja haastatteluja. Käsiteltäviä teemoja ja saatuja tuloksia pohdittiin matkan varrella myös yhdessä koko ryhmän kanssa. Jokainen artikkeli toimii itsenäisenä tekstinä, joten lukija voi halutessaan poimia niistä itseään kiinnostavimmat.

Tuottajan työn keskeisiä piirteitä ovat verkostojen ylläpito ja eri ammattialojen yhteistyön koordinointi erilaisissa projekteissa. Näitä yhteistyön muotoja tarkastellaan kokoelman ensimmäisessä teemassa ”Tuottajuus suhteessa muihin professioihin”. Toiseksi teemaksi nousee koronapandemian suora ja vahva vaikutus kulttuurialan toimintaan ja toimijoihin. Kolmas teema käsittelee ihmisten osallistamista niin kulttuurin tekemiseen kuin kuluttamiseen sekä kulttuuripalvelujen saavutettavuutta.

Omalta osaltaan kulttuurin kuluttamisen houkuttelevuutta lisää sisältöjen elävöittäminen tarinallistamisella, jota tässä kokoelmassa tarkastellaan neljäntenä teemana. Tietyllä tavalla ympyrä sulkeutuu, kun viimeiseksi tarkastellaan digitalisoituvan kulttuurin haasteita ja mahdollisuuksia. Siinä tarkastelun kohteeksi

tulevat myös useat aiemmissa kirjoituksissa käsitellyt aiheet, kuten kulttuurituottamisen monialaisuus sekä uudet tavat toimia ja tavoittaa yleisöjä.

Kokoelman kirjoittajia ovat Anne Aho, Maarit Aho, Tarja Frilander, Päivi Hoppu, Taija Jyrkäs, Katariina Kempainen, Anna-Kaisa Kettunen, Satu Kiipeli, Jutta Kotala, Anna Kuulusa, Anu-Maija Kärjä, Päivi Kääntä-Piispanen, Johanna Latvamäki, Noora Luttinen, Terhi Palosaari, Heli Perkkiö, Jouni Prittinen, Mervi Päivärinta, Pasi Räsämäki, Susanna Salokannel, Lotta Terävä, Annika Tiitto, Virva Torkko, Jussi Tuohino ja Kristiina Tähtinen. Työn ohjaajina ja apukirjoittajina ovat toimineet yliopettajat Petri Hoppu, Pekka Isomursu ja Jouko Tötterström. Kokoelman toimittamisesta vastaavat Jussi Tuohino, Pekka Isomursu, Petri Hoppu ja Jouko Tötterström.

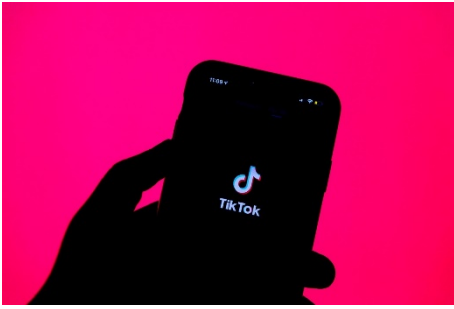
Toivotamme antoisia lukuhetkiä kokoelman parissa.

Oulussa 30.9.2021

Toimittajat



# Tuottajuus suhteessa muihin professioihin



[Tanssiiko tämän päivän tuottaja TikTokissa? Kuinka visuaalisen ja esittävän taiteen organisaatiot pystyvät pitämään nuoret kiinnostuneina kouluvierailun jälkeenkin?](#)

Jyrkäs Taija, Torkko-Muñoz Virva, Hoppu Petri



[Tuottaja vastaa sisällöistä – mutta onko sanomalehdessä työskentelevä tuottaja kulttuurituottaja?](#)

Tiitto Annika, Isomursu Pekka



[Mind the Gap -podcast](#)

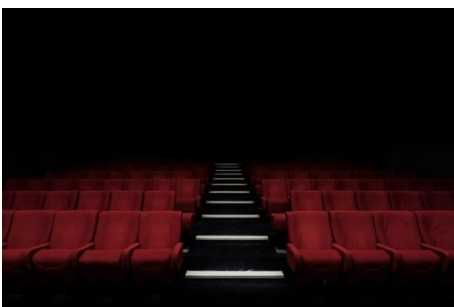
Räsämäki Pasi, Isomursu Pekka

# Kulttuurituotannot koronapandemia-aikana



[Sopeuta tai sopeudu! Tapahtumateollisuus poikkeustilassa](#)

Hoppu Päivi, Luttinen Noora, Hoppu Petri



[Urheilu jyrää ja kulttuurilaitokset sulkevat ovensa](#)

Jeremejeff Tiia, Tötterström Jouko



## [Digitaalisten palvelujen uudet mahdollisuudet kulttuurin kentällä](#)

Tähtinen Kristiina, Kotala Jutta, Kuulusa Anna, Perkkiö Heli & Tötterström Jouko



## [Musiikin etäopetus Suomessa vuonna 2020](#)

Tuohino Jussi, Tötterström Jouko

## Kulttuurin saavutettavuus ja osallistaminen



## [Vetovoimaa kulttuurista – tapahtumien aluetaloudellinen merkitys](#)

Kiipeli Satu, Hoppu Petri



## [Kulttuuripassi – vai sittenkin hyvinvointipassi – Liminkaan!](#)

Kärjä Anu-Maija, Hoppu Petri



## [Katse kristallipalloon: liikkuvat palvelut kirjastotyön tulevaisuus?](#)

Frilander Tarja, Tötterström Jouko



## [Verkostoitumisen onnistumiset ja haasteet kulttuurituottamisessa](#)

Palosaari Terhi, Isomursu Pekka



## [Kuusi keinoa sitouttaa vapaaehtoisia festivaalityöhön](#)

Kettunen Anna-Kaisa, Salokannel Susanna, Hoppu Petri

## Tarinallistaminen viestintäkulttuurissa



## [Pienikin tarina voi olla suuri. Tarinallistamisen hyödyntäminen osana tanssiorganisaation ja yrityksen brändin ja markkinoinnin luomista](#)

Terävä Lotta, Hoppu Petri



## [Tarinallisuus kaupungin identiteetin rakentajana](#)

Päivärinta Mervi, Isomursu Pekka



## [Aikakoneella menneisyyteen – tarinalla tulevaisuuteen](#)

Latvamäki Johanna, Isomursu Pekka



## [Toimiva työyhteisöviestintä tuloksellisuuden ja työviihtyvyyden keskiössä](#)

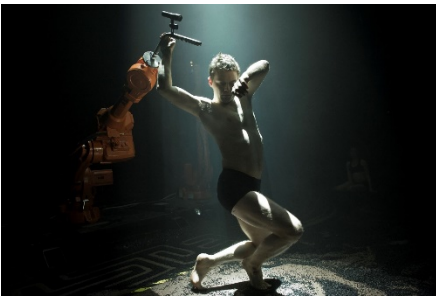
Aho Anne, Aho Maarit, Isomursu Pekka

## Digitalisoitunut kulttuuri: haasteet ja mahdollisuudet



## [Onko humanisti tulevaisuuden insinööri?](#)

Kempainen Katariina, Isomursu Pekka



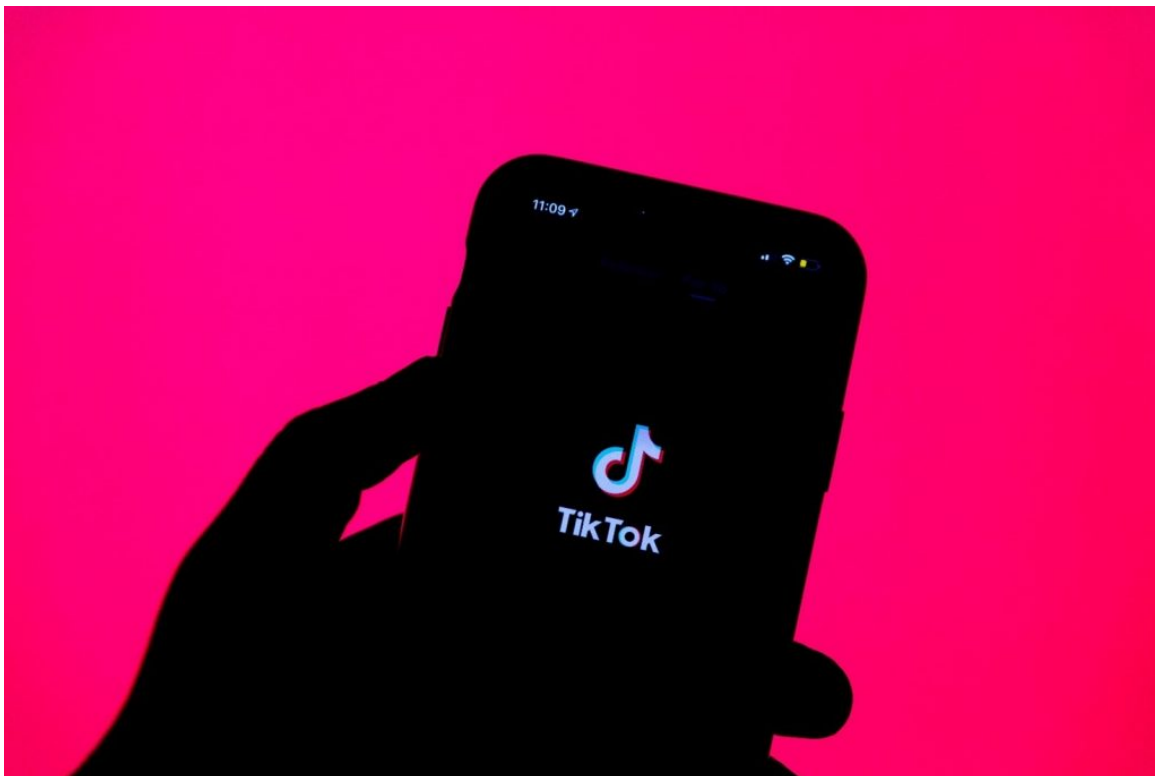
## [Robotti kulttuurin tekijänä](#)

Prittinen Jouni, Hoppu Petri

# Tanssiiko tämän päivän tuottaja TikTokissa? Kuinka visuaalisen ja esittävän taiteen organisaatiot pystyvät pitämään nuoret kiinnostuneina kouluvierailun jälkeenkin?

4.10.2021 - Jyrkäs Taija, Torkko-Muñoz Virva, Hoppu Petri

**Taide- ja kulttuurivierailut ovat kuuluneet koulujen opetusohjelmaan vuosikymmenten ajan. Vierailut eivät kuitenkaan usein herätä nuorten keskuudessa pysyvää kiinnostusta taidelaitoksia kohtaan. Sosiaalisen median ilmiöiden hyödyntäminen voisi tarjota mahdollisuuksia nuorten kiinnostuksen lisäämiseen, mutta merkittävän näkyvyyden saavuttaminen on haasteellista.**



TikTokista on tullut yksi suosituimmista sosiaalisen median sovelluksista (kuva: Solen Feyissa/Flickr)

Artikkeli käsittelee keinoja, joiden avulla nuorten kiinnostus taiteeseen saataisiin heräämään ja pysymään taidelaitosvierailujen jälkeen. Tavoitteena on kartoittaa mahdollisuuksia tehdä taiteen ja kulttuurin kokemuksista enemmän kuin vain pakollinen osa koulujen opetusta. Erityinen huomio kohdistuu sosiaalisen median kanavaan TikTok: miten se voisi toimia kulttuurituottajan työvälineenä ja mitä vaatii sen ottaminen haltuun osaksi taidelaitoksen yleisötyötä. Tarkastelun kohteena on TikTok suhteessa Pohjoisen valokuvakeskuksen ja Tanssiteatteri Minimien toimintaan. Näkökulmia tähän on haettu haastattelemalla nuoria Oulussa ja Kuopiossa.

Kouluikäiset ja koululaisryhmät ovat yksi merkittävä asiakasryhmä taidelaitoksille. Koululaisvierailut ovat Pohjoisen valokuvakeskuksen ainoa keino tavoittaa nuoria tällä hetkellä. Tanssiteatteri Minimillä koululaisryhmät ovat merkittävä asiakasryhmä, kun otetaan huomioon Taidetestaajat-hankkeen kautta tulevat koululaiset. Ilman hanketta koululaisryhmiä on ollut hankala saada esityksiin sen jälkeen, kun Opetushallitus päivitti ohjettaan perusopetuksen maksuttomuudesta vuonna 2019.

Yleisötyö tarjoaa keinoja taiteen houkuttelevuuden kehittämiseksi. Yleisötyö ei ole yksiselitteinen käsite, vaan sillä voidaan viitata moniin eri tapoihin, joilla edistetään taiteen lähestyttävyyttä. Yleisötyö tarkoittaa esimerkiksi koululaisten kanssa tehtävää yleisökasvatusta, jota englannin kielessä kuvaa termi *audience education*. Taiteen viemistä ihmisten keskuuteen puolestaan kuvataan englannissa termeillä *outreach* ja *community programme*. [1]

**Kirsi Hurmerinta** nostaa omassa tutkimuksessaan esille sen, kuinka museolehtorin työ on osa suurempaa yleisötyön kokonaisuutta, jossa huomioidaan eri ryhmät ja korostetaan saavutettavuutta. Ensimmäiset museolehtorit aloittivat työnsä 1970-luvulla, jolloin myös erityinen opetustoiminnan markkinointi kouluille aloitettiin. Nykyisin opastukset ovat arkipäivää ja osa vakiintunutta yleisötoimintaa. Hurmerinnan mukaan museopedagogin työnkuva on pysynyt hyvinkin samana vuodesta 1988 lähtien. Hurmerinta liittyy museopedagogin työn PR-henkilöön, joka toimii museon käyntikorttina. Museopedagogin tehtävä on tehdä museovierailusta kävijöille miellyttävä kokemus ja tavoitteena on saada kävijä vierailemaan museossa myös uudestaan. [2]



Valtakunnallinen Taidetestaajat-hanke toimii esimerkkinä, jossa taidevierailu on suunniteltu täysin nuorille. Suomen kulttuurirahaston ja Svenska kulturfondenin rahoittama hanke on mahdollistanut koko Suomen kahdeksaluokkalaisille käynnin kahdessa taide-esityksessä, -museossa tai muussa kulttuuritapahtumassa vuodesta 2017 alkaen. Nimensä mukaisesti kasiluokkalaiset testaavat taidetta antamalla palautetta taidekokemuksesta. Taidevierailuun kuuluu lisäksi etko- ja jatkotyöskentely. Pääasiassa on koettu, että etko- ja jatkotyöskentely madaltavat kynnystä taiteen kokemiseen ja siihen liittyviä ennako-oletuksia. Onnistunut taidevierailu hankkeen puitteissa on kannustanut osaa nuorista vierailemaan taidelaitoksissa vapaa-ajallaankin. [3]

## Ilmiö nimeltä TikTok

Sosiaalinen media on yksi tärkeimmistä viestintäkanavista kolmannella sektorilla. Kolmannen sektorin organisaatioiden viestintäbudjetit ovat yleensä vaatimattomia, ja markkinoinnissa onkin usein välttämätöntä keskittyä maksullisen näkyvyyden sijaan hakemaan orgaanista näkyvyyttä, mikä on mahdollista nimenomaan sosiaalisen median kautta. TikTok on noussut lyhyen ajan sisällä erityisesti nuorten keskuudessa tärkeäksi sosiaalisen median kanavaksi, joten nuorten kiinnostuksen herättämisen ja nuorten parissa tehtävän yleisötyön kannalta taidelaitosten tulisi tuoda itseään siellä esille.

Meltwaterin webinaarissa **Tiina Raittinen** ja **Anette Vierimaa** keskustelevat TikTokiasta niin sovelluksena kuin ilmiönäkin. Heidän mukaansa TikTok tuo yhteen Instagramin ja Youtuben parhaat puolet. Vuoden 2020 ensimmäisellä vuosineljännellä TikTok-sovellus ladattiin 315 miljoonaa kertaa mikä on enemmän kuin minkään sovelluksen lataus tähän mennessä vuosineljänneksen aikana. TikTokiassa on myös 800 miljoonaa aktiivista käyttäjää. TikTok-sovellusta käytetään keskimäärin 52 minuuttia päivässä, mikä on suurin piirtein saman verran kuin Instagramia. [4] [5]

Keväällä 2020 TikTok oli siis maailman kuudenneksi suosituin sosiaalisen median alusta. TikTok on profiloitunut nuorten käyttäjien alustaksi ja sen käyttäjistä 66 % onkin alle 30-vuotiaita. Videot ovat 15–60 sekunnin mittaisia. Ensisijaisesti ne ovat

hauskoja, hupsuja ja eloisia, eikä videoissa oteta itseä liian vakavasti. Nämä seikat vetoavat nuoriin. Monet TikTokista alun perin lähteneet ilmiöt ovat alkaneet levitä myös muihin sosiaalisen median kanaviin, esimerkiksi Reels-toiminto Instagramissa. [5]

## TikTok maailman taidelaitoksissa

Maailmalla nimekkäät taide- ja kulttuurilaitokset ovat ottaneet TikTokiin käyttöönsä. Muutamina esimerkkeinä toimivat American Ballet Theatre New Yorkissa Yhdysvalloissa, The Royal Opera and Ballet ja The Museum of London Isossa-Britanniassa, Ballet Company Győr Unkarissa sekä Uffizi Galleria Firenzessä Italiassa. [5] [6]

Uffizi Galleria otti käyttöönsä TikTok-tilin keväällä 2020 muuttaakseen pölyttynyttä renessanssin aikaista imagoaan sellaiseksi, että se kiinnostaisi nykypäivän italialaisia nuoria. Marraskuussa 2020 Uffizilla oli jo 60 000 seuraajaa. Uffizin TikTok-tilinomistaja **Ilde Forgiore** kertoo The New York Postin haastattelussa, kuinka joskus täytyy antaa toisenlainen näkökulma taiteesta: sellainen, joka kertoo taiteen olevan mielenkiintoista eikä tylsää. Uffizi päätyi avaamaan tilin TikTokiin, sillä se houkuttelee enemmän nuoria kuin Facebook, Twitter tai Instagram. Forgiore on iältään 35-vuotias. Haasteena hänellä oli löytää oikea sävy julkaisuille nuorten suosimaan TikTokiin. Ratkaisuna hän konsultoi 20- ja 22-vuotiaita serkkujaan. Samoin hänen kollegansa kysyivät alaikäisten lastensa mielipidettä julkaisujen toteutuksesta ja aiheista. Forgioren toiveena on, että nuoret intoutuvat vierailemaan Uffizissa ja kuvaamaan paikan päällä omaa TikTok-materiaalia. [6]

## Nuorten näkökulma TikTok-sisältöihin

Haastattelujen kohderyhmäksi valikoituivat 13-vuotiaat nuoret. TikTok suosittelee sovelluksen käyttöä yli 13-vuotiaille. [7] Kuopiossa haastateltavina oli kolme 13-vuotiasta tanssintaharrastajaa. Pienryhmähaastattelulla heiltä kyseltiin TikTokiin käytöstä ja mielipidettä, olisiko hyvä idea, jos Tanssiteatteri Minimi avaisi tilin sovelluksessa. [8] Oulussa haastateltavina oli neljä eri taustaista 13-vuotiasta ja haastattelu toteutettiin puhelinhaastatteluna. [9]



Kysymysten avulla kartoitettiin varsinkin sitä, millaista sisältöä tanssiteatterin ja valokuvakeskuksen kaltaiset kulttuurilaitokset voisivat tuottaa TikTok-sovelluksen kautta. Oulussa haastatelluista 13-vuotiaista kaikki neljä käyttivät sovellusta mutta eivät tuottaneet sinne sisältöä. Kaikki olivat päätyneet lataamaan sovelluksen kavereiden mukana.

Yhteisesti nuoret korostivat videoiden hauskuutta tärkeimpänä asiana TikTok-videoiden sisällössä. Nuoret seuraavat aktiivisesti TikTok-algoritmin luomaa kohdennettua virtaa, joka muotoutuu käyttäjän tykkäysten mukaan. Käyttäjät lähtivät seuraamaan tiettyjä tilejä hyvin harvoin. Hauskoiksi videoiksi koettiin huumorivideot ja videot, joissa tehtiin uhkarohkeita asioita. Videon tekijän iällä ei heidän mukaansa ollut mitään väliä, vaan sisältö ratkaisee. Yksittäisiä hyviä videoita oli haastava muistaa, mikäli niitä ei päässyt katsomaan tallennetuista videoista.

Kuopiossa haastateltavilla oli hyvin samankaltaisia vastauksia. Heistä kaikki kolme olivat käyttäneet TikTokia, joskin yksi heistä oli poistanut sovelluksen siihen liittyneiden nettikiusaamisuutisten ja epäasiallisen sisällön vuoksi. Haastattelussa kyseinen nuori vertasi kokemuksiaan aikaan, jolloin hän oli TikTokin käyttäjä.

Kimmokkeena sovelluksen lataamiselle toimi kuopiolaisillakin haastateltavilla joko ystävän tai perheenjäsenen esimerkki. Etenkin tanssivideoiden katsominen ja tanssien tekeminen innostivat lataamaan sovelluksen. Nuorten mukaan aikuisista voi saada hyvää viihdykettä, sillä heistä huomasi, että he käyttivät TikTokia eri tavalla kuin he. Toisinaan aikuisten videoita katsellessa päällimmäisenä tunteena oli myötähäpeä. Vastanneiden nuorten oli helpompi samaistua materiaaliin, joka oli nuorten tuottamaa.

Oululaisista nuorista kaksi neljästä haastateltavasta tunsivat Kulttuuritalo Valveen, jossa Pohjoisen valokuvakeskuksen galleria sijaitsee. Nämä kaksi olivat tietämättään vierailleet galleriassa Valveen sisällä. Nuoret kannustivat ehdottomasti oman henkilökohtaisen tilin avaamiseen organisaatiotilin sijaan, ja neuvona oli olla oma itsensä sekä tehdä hauskoja, aitoja juttuja.

Kaikki kolme kuopiolaista tanssijaa olivat kuulleet Tanssiteatteri Minimistä, mutta heillä ei ollut tarkempaa tietoa Minimistä toimijana. Tanssiteatterin oman TikTok-

tilin avaaminen sai vahvaa kannatusta, koska tanssi teemana on niin iso osa TikTok-kulttuuria. Kaksi kolmesta vastaajasta mainitsi, että useampi teatteri oli jo avannut tilin sovellukseen, joten heidän mielestään tuntui luontevalta, että myös Minimi tekisi näin.

Kiinnostavaksi tanssimateriaaliksi koettiin street-tanssi, nykytanssi ja baletti. Vastaajista oli hienoa nähdä taitoja ja saada motivaatiota omaan harjoitteluun. Myös tanssin opetusvideoita pidettiin hyvänä ideana.

## Lopputulema

Yhteenvedona voidaan todeta, että yleisötyön kannalta tämän päivän tuottajan kannattaa olla TikTokissa, mutta se ei välttämättä tarkoita tanssimista. TikTokin merkitys yleisötyössä on se, että sen avulla voi suunnitelmallisesti raikastaa organisaation tai sen työntekijöiden julkikuvaa.

TikTok on selkeästi merkittävä ja laajeneva sosiaalisen median kanava. Kysymykseksi jää kuitenkin, muistavatko käyttäjät näkemistään videoista mitään. Sisällön täytyy olla todella huomiota herättävää, jotta se jää mieleen, ja sisällön tuottamiseen täytyy kussakin organisaatiossa resursoida aikaa. Osa nuorista kiinnostaa muiden nuorten tuottama materiaali, joten voi olla syytä pohtia mahdollisuutta palkata nuoria organisaation TikTok-tilin sisällöntuottajiksi.

Tärkeää videoissa on hyvä musiikki, joka TikTokissa on parhaillaan suosiossa. On hyvä heittäytyä hetkessä oleviin trendeihin, mutta myös käyttää TikTokin viimeisimpiä virtauksia aidosti omissa julkaisuissa. Aallonharjalla tulee olla tarpeeksi ajoissa, sillä jossain vaiheessa tietystä trendistä tulee ylitarjontaa, eikä se enää kiinnosta.

Haasteet ja DIY (Do It Yourself) -julkaisut ovat merkittävässä osassa TikTokin tarjontaa. Tanssiorganisaatiot ovat erinomaisessa asemassa, sillä TikTokin suosituimpia sisältöjä ovat juuri tanssivideot ja erilaiset tanssihaasteet. TikTok on selkeästi koukuttavaa ajanvietettä etenkin nuorille käyttäjille, joten organisaatioiden videoiden tulisi saada itsensä mukaan sen algoritmin syöttöön.

Jyrkäs Taija, taide- ja kulttuurialan tuottaja  
Pohjoisen valokuvakeskus

Torkko-Muñoz Virva, tanssitaiteilija ja tanssipedagogi  
Tanssiteatteri Mimimi, Taidelukio Lumit

Hoppu Petri, yliopettaja  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Kirsi, K. 2007. Tietäen ja tanssien. Yleisötyön moninaiset mahdollisuudet. Teoksessa R. Ojala & K. Takala (toim.) Zodiak – Uuden tanssin tähden. Helsinki: Like, 172–180.

[2] Hurmerinta, K. 2016. Museossa lapsikin on asiakas, Museo Aboa Vetus & Ars Novan koululaisryhmille tarjoamat pedagogiset palvelut. Turun yliopisto. Opinnäytetyö. Hakupäivä 11.5.2021. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201604199920>

[3] Waronen, A. (toim.) 2020. Menisitkö uudelleen? Kasiluokkalaiset taidetta testaamassa. Suomen kulttuurirahasto, Suomen lastenkulttuurikeskusten liitto, Svenska kulturfonden. Hakupäivä 11.5.2021. [https://taidetestaajat.fi/liitetiedostot/taidetestaajat\\_FI\\_168x240mm\\_WEB\\_16.09.2020.pdf](https://taidetestaajat.fi/liitetiedostot/taidetestaajat_FI_168x240mm_WEB_16.09.2020.pdf)

[4] Meltwater. 2020. TikTok – Nuorten tanssivideoista hallitsevaksi mediaksi. Webinaari. Hakupäivä 4.12.2020. <https://www.meltwater.com/fi/resources/tiktok-tanssivideoista-hallitsevaksi-mediaksi/thank-you>

[5] Fyfe, K. 2020. Unlocking the power of TikTok for your arts and culture organisation. After Digital. Blogi 16.4.2020. Hakupäivä 1.11.2020. <https://afterdigital.co.uk/blog/tiktok-arts-and-culture/>

[6] Marshall, A. 2020. As Museums Get on TikTok, the Uffizi Is an Unlikely Class Clown. The New York Times 24.6.2020. Hakupäivä 1.11.2020. <https://www.nytimes.com/2020/06/24/arts/design/uffizi-museums-tiktok.html>

[7] Tik Tok! Hakupäivä 7.11.2020. <https://support.tiktok.com/en/privacy-safety/for-parents-en>

[8] Anonyymit 13-vuotiaat kuopiolaiset nuoret. Haastattelu TikToken käytöstä 8.11.2020. Virva Torkko-Muñozin hallussa.

[9] Anonyymit 13-vuotiaat oululaiset nuoret. Haastattelu TikToken käytöstä 4.11.2020. Taija Jyrkäksen hallussa.

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Jyrkäs Taija, Torkko-Muñoz Virva, Hoppu Petri

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021060835753>

**Tiivistelmä:** Taide- ja kulttuurivierailut ovat kuuluneet koulujen opetusohjelmaan vuosikymmenten ajan. Vierailut eivät kuitenkaan usein herätä nuorten keskuudessa pysyvää kiinnostusta taidelaitoksia kohtaan. Sosiaalisen median ilmiöiden hyödyntäminen voisi tarjota mahdollisuuksia nuorten kiinnostuksen lisäämiseen, mutta merkittävän näkyvyyden saavuttaminen on haasteellista.

# Tuottaja vastaa sisällöistä – mutta onko sanomalehdessä työskentelevä tuottaja kulttuurituottaja?

4.10.2021 - Tiitto Annika, Isomursu Pekka

Kulttuurituottajan työnkuva on hyvin monipuolinen. Tässä artikkelissa selvitetään, kokevatko sanomalehtien tuottajat olevansa kulttuurituottajia.



”Miellän kulttuurituottajan usein julkisorganisaation, kuten kaupungin tai kunnan, työntekijäksi, joka vastaa erilaisista kulttuuritapahtumista.” [1]

Näin vastaa Keskipohti-lehden tuottaja **Arja Kangas**, kun kysyn, miten hän määritteli kulttuurituottajan.

Kulttuurituottajan työnkuvan kuvaileminen on melko vaikeaa. Mutta vielä vaikeampaa on tietää, ketkä ovat kulttuurituottajia. Työskentelevätkö kulttuurituottajat ainoastaan tapahtumien ja kulttuuripalveluiden parissa vai löytyykö heitä myös lehtitaloista?

Jos edellä mainitun kysymyksen esittäisi kulttuurituottajan opintoja tarjoaville oppilaitoksille, vastaus olisi luultavasti pienen epäröinnin jälkeen kielteinen. Humanistinen ammattikorkeakoulu määrittelee kulttuurituottajan verkkosivuillaan näin:

Kulttuurituottaja hallitsee erilaisten kulttuuri- ja taidetapahtumien tuottamisprosessit, markkinoinnin ja viestinnän sekä ymmärtää niiden rahoituksen ja liiketalouden. Kulttuurituottaja työskentelee järjestöissä, yrityksissä, kulttuurihallinnossa tai luovan alan yrityksissä esimerkiksi tapahtumatuottajana, projektipäällikkönä, järjestö- tai kulttuurisihteerinä tai managerina. [2]

Metropolia Ammattikorkeakoulun sivuilla sama ammattinimike on määritelty seuraavasti:

Kulttuurituottaja on kulttuuritoiminnan mahdollistaja, joka organisoii ja johtaa tuotannollista toimintaa. Tuottaja vastaa siitä, että kulttuuripalvelu suunnitellaan hyvin, toteutetaan realistisesti ja että se tavoittaa asiakkaansa sekä saavuttaa sisällölliset päämääränsä. Kulttuurituottajan työtehtävät sisältävät yleensä kulttuuripalveluiden organisointia, tuotteistamista ja liiketoimintaa tai kulttuurialan palveluiden kehittämistä. Työympäristönä voi olla esimerkiksi teatterit, konsertti- ja tanssitalit sekä taidealan laitokset, kulttuuri- ja liikuntajärjestöt, kuntien ja valtion kulttuuritehtävät, oma yritys, tapahtumat ja festivaalit, kuvataidegalleriat ja näyttelytilat sekä pelialan yritykset ja yhteisöt. [3]

Näissä kuvauksissa ei mainita sanaakaan mediataloista tai sanomalehtien toimituksista.

Tuottajan titteli on kuitenkin ollut sanomalehdissä käytössä jo vuodesta 1998 asti. Silloin se lisättiin ammattinimikkeeksi Journalistiliiton rekisteriin. [4]

Daniel Wallenius on määritellyt opinnäytetyössään neljä tuottajatyyppeä: tekijä-tuottajan, päällikkötuottajan, uutistuottajan ja verkkotuottajan. [4] Tässä artikkelissa tarkastelen tuottajuutta kuitenkin nimenomaan kulttuurituottamisen näkökulmasta ja kulttuurin määritelmää niin laajasti kuin on tarpeen.

Arja Kangas on työskennellyt Keskipohjanmaa-lehden tuottajana vasta muutaman kuukauden, mutta on toiminut tuottajan tehtävissä myös aiemmissa työpaikoissaan. Hänen nykyiseen työnkuvaansa kuuluu esimerkiksi toimituksen johtamista, sisältöjen ja verkon suunnittelua, aikatauluttamista sekä analytiikan ja muiden medioiden seuranta.

”Työ vaatii uutisaktiivisuutta, järjestelmällisyyttä ja kärsivällisyyttä. Koko ajan täytyy olla kartalla: jos et suunnittele tulevia sisältöjä joka päivä, joudut keksimään pyörän aina uudestaan. Samalla pitää kuitenkin hyväksyä se tosiasia, että kaikkea ei voi suunnitella ennalta”, Kangas kuvailee. [1]

Hänen työnsä on siis varsin monipuolista. Oikeastaan yhtä monipuolista kuin kulttuurituottajankin työ. Voisiko Kangas siis sittenkin olla kulttuurituottaja?

”Jos ajatellaan kulttuurituottamista laajemmin, kaikki toimittajat tuottavat kulttuuria varmasti jollakin tavalla. Mutta en missään nimessä koe olevani kulttuurituottaja siinä mielessä, mitä se työnimike oikeasti tarkoittaa.” [1]

Maakuntalehti Kalevan tuottajana työskentelevä **Vesa Kärki** puolestaan kokee olevansa kulttuurituottaja. Syy tähän on varsin yksinkertainen: hänen työnimikkeensä on tuottaja, mutta hän vastaa nimenomaan Kalevan kulttuurisivuista.

”Minä olen ainoa tuottaja, johon voi liittää tässä toimituksessa etuliitteen kulttuuri”, Kärki sanoo. [5]

Itse asiassa Kärki toimii myös urheilutoimituksen esimiehenä ja tuottaa pidempiä lukemistojuuttuja yhdessä Kalevan featuretuottajan kanssa. Mutta ilman kulttuurisivujen tuottamista hänkään ei kokisi olevansa kulttuurituottaja.

Kärjestä tuli Kalevan tuottaja vuonna 2010. Sitä ennen lehdessä työskenteli esihenkilöitä ja päälliköitä. Vaikka nimike vaihtui, työnkuva on säilynyt pohjimmiltaan hyvin samankaltaisena.

”Vastaan siitä, että kulttuurisivut täyttyvät seitsemänä päivänä viikossa ja että niiden tekemiseen on riittävästi työvoimaa. Tämä on siis hyvin pitkälle perinteistä lehtityötä ja samanlaista hommaa kuin mitä esihenkilöt ovat tehneet vuosikymmenten ajan.” [5]

Suuria muutoksiakin on toki tapahtunut: digitaalisuus on lisääntynyt vauhdilla, ja aiemmin itsenäiset lehdet ovat siirtyneet isojen konsernien omistukseen. Tuottajan työssä tämä tarkoittaa yhteistyön lisääntymistä.

”Teen töitä yhdessä kulttuuritoimittajien, muun toimituksen, avustajien, uutistuottajien, featuretuottajan ja muiden konsernin lehtien kanssa”, Kärki luettelee. [5]

Lista hyvältä tuottajalta vaadittavista ominaisuuksista on Kärjenkin mielestä pitkä: pitää olla kärsivällinen ja pitkäjänteinen, vastata kysymyksiin, huoliin ja murheisiin sekä tehdä omaa työtä jatkuvien keskeytysten keskellä.

”Samalla täytyy hyväksyä se, että tuottajan työ ei ole pelkkää sisältöjen suunnittelua, vaan tähän liittyy paljon byrokratiaa, palavereita ja hallinnollista hommaa.” [5]

Vaikka Kärki pitääkin itseään kulttuurituottajana, hänen mielestään sanomalehdessä tuottajana työskenteleminen on kuitenkin hyvin erilaista kuin tapahtumakentällä työskentely.

”Seuraan toki mitä samalla ammattinimikkeellä toimivat saavat aikaiseksi ja reagoin niihin tekemällä juttuja, mutta en ole ainakaan vielä itse mukana tapahtumatuotannoissa.” [5]

Muutoksia siihenkin asiaan voi kuitenkin olla luvassa. Digitaalisuuden myötä myös perinteiset lehtitalot ovat alkaneet tuottaa omia tapahtumia. Kaleva ei sitä vielä tee, mutta toimituksessa ollaan valmiina muutoksiin.



”Varmaan tuottajan roolikin tulee vielä muuttumaan”, Kärki arvelee. [5]

Walleniuskin muistuttaa opinnäytetyössään, että mikään ammattinimike journalismissa ei ole tullut jäädäkseen:

Ehkä paras tapa ilmaista asia, olisi sanoa, että tuottaja oleskelee lehdissä niin kauan, kunnes journalismi taas muuttuu niin radikaalisti, että joku toinen titteli koetaan sopivammaksi tehtäviä hoitavalle ihmiselle. Periaatteessa tuottajan nimike on osuva.

Tuottaja vastaa jutuntekoprosessista suunnittelusta ja viimeistelystä, joskus myös toteutuksesta. Näin tuottajuus lehdessä siis täyttää perinteisen tuottajuuden määritelmän.

[4]

Vielä ei ole kuitenkaan vastattu otsikossa esitettyyn kysymykseen: onko sanomalehdessä työskentelevä tuottaja kulttuurituottaja? Se riippuu siitä, miten asiaa ajattelee.

Yksittäinen toimittaja, koko toimitus yhdessä ja toimituksen arkea johtava tuottaja tuottavat koko ajan erilaisia sisältöjä. Nämä sisällöt ovat omalla tavallaan kulttuuria, joten toimituksen työntekijät ovat siis kulttuurituottajia.

Mutta jos kulttuurituottaja määritellään tarkasti tapahtumien ja perinteisen kulttuurin parissa työskenteleväksi henkilöksi, silloin ainoastaan toimituksen kulttuurisivuista vastaava tuottaja on kulttuurituottaja.

Olipa työnimike tai -identiteetti mikä tahansa, sekä Kangas että Kärki nauttivat työstään.

”Tykkään tästä hommasta, kun asiat sujuvat. Tykkään siitä, että voin suunnitella verkkoa ja mitata meidän onnistumisiamme analytiikan avulla. Mutta on toki myös päiviä, jolloin on aivan tajuton kiire, ja silloin tuntuu, että mikään ei riitä”, Kangas kertoo. [1]

Kärki tietää, että pitkien juttujen ja isompien kokonaisuuksien hallinnointi sopii hänelle paremmin kuin nopeampoinen uutistyo.

”Joskus on kysytty, että haluaisinko vuorotella esimerkiksi uutistuottajan kanssa, mutta en halua. Tuntuu siltä, että olen nyt oikeassa paikassa tässä organisaatiossa”, hän toteaa. [5]

Tiitto Annika, opiskelija

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

Isomursu Pekka, yliopettaja, tutkintovastaava

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Kangas, A. 2020. Haastattelu. Tekijän hallussa.

[2] Humanistisen ammattikorkeakoulun verkkosivut. Hakupäivä 15.10.2020.

<https://www.humak.fi/opiskelijaksi/kulttuurituottaja/>

[3] Metropolia Ammattikorkeakoulun verkkosivut. Hakupäivä 15.10.2020.

<https://www.metropolia.fi/fi/opiskelu-metropoliassa/amk-tutkinnot/kulttuurituotanto>

[4] Wallenius, D. 2012. Tuottaja tuli taloon: Tuottajan toimenkuvan synty ja työtehtävät seitsenpäiväisessä alueellisessa sanomalehdessä. Oulun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Hakupäivä 11.5.2021.

<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201205097257>

[5] Kärki, V. 2020. Haastattelu. Tekijän hallussa.

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Tiitto Annika, Isomursu Pekka

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021060835765>

**Tiivistelmä:** Kulttuurituottajan työnkuva on hyvin monipuolinen. Tässä artikkelissa selvitetään, kokevatko sanomalehtien tuottajat olevansa kulttuurituottajia.

# Mind the Gap -podcast

4.10.2021 - Räsämäki Pasi, Isomursu Pekka

**Podcast-sarjassa pohditaan sitä, kuinka eri alojen ammattilaisista saadaan irti mahdollisimman hyvin heidän paras osaamisensa, paras työpanoksensa. Ja kuinka tehdään mahdollisimman hienoa kulttuuria ja taidetta?**



Kulttuurituottajan tehtävä on mahdollistaa erilaisten projektien onnistuminen. Tekeminen voi olla hyvinkin moninaista tapahtumatuotannoista tanssiteoksen kautta elokuvaan ja kaikkea siltä väliltä.

Yksi asia säilyy kuitenkin aina samana – kukaan ei onnistu projekteissa yksin, aina tarvitaan erilaista osaamista ja vähintään lisää käsipareja auttamaan. Kulttuurin projektinhallinta on siis ihmisten kohtaamista.

Millaisia kokemuksia eri taiteenalojen ammattilaisilla on tuottajan kanssa toimimisesta? Miten kulttuurituottajan tulisi toimia, kun haluaa saada ammattilaisesta kaiken osaamisen ja intohimon tekemiseen?

Teemasta keskusteltiin erilaisten osaajien kanssa, ja näin syntyi podcast-sarja Mind the Gap.

”Kyl se on äärimmäisen tärkeä ihminen se tuottaja.”

Ensimmäisessä jaksossa on mukana elokuva- ja teatteriprojekteissa kouliintunut kampaaja **Kristiina Kinnunen**. Hän on tuttu muun muassa tv-sarjasta Karjalan Kunnalla. [1]

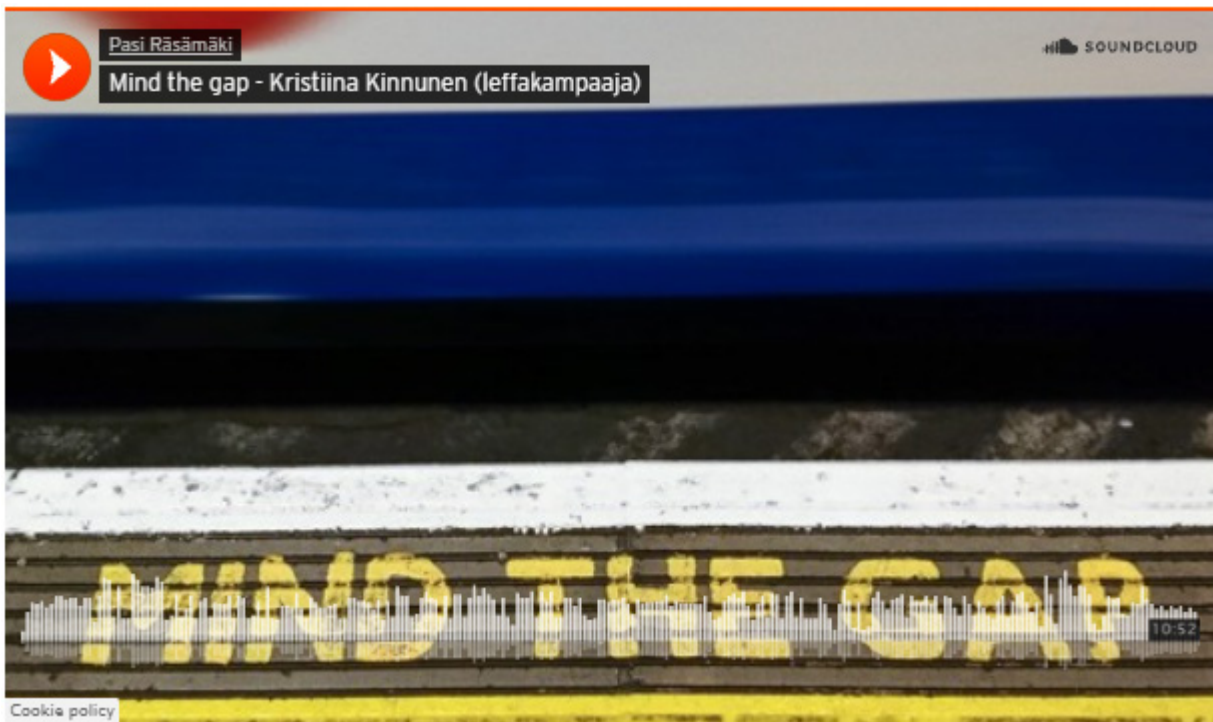
”On paljon valokuvaajia, joilla on sitten niitä oheistaitoja moniin eri asioihin, ja ymmärrystä, jolloin myöskin voi siinä työryhmässä silloin syntyä semmosta vuorovaikutusta, et valokuvaaja pääsee vaikuttamaan sinne tilaajan mielialoihin positiivisesti.”

Toisessa jaksossa keskustellaan valokuvaaja **Olli Jaatisen** kanssa. Hänet tunnemme muun muassa Leo Montosen valokuvien löytäjänä ja toimittajana näyttely- ja kirjakäyttöön. [2]

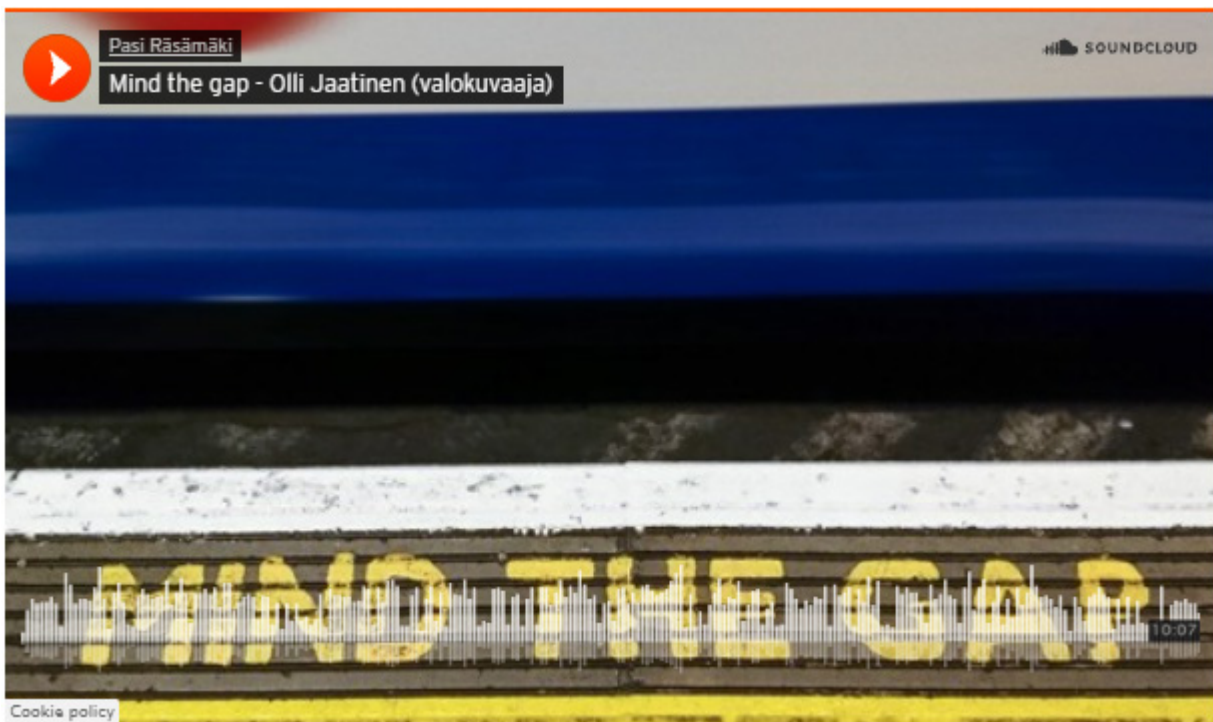
”Kun tekee asioita helpoksi toimittajalle, niin se yleensä etenee siitä, mutta pelkkä tiedote voi myös hyvin riittää. Mutta jos on niinku mahdollisuus, aikaa ja tilaisuus soitella sinne perään ja jotenkin vähän syventää sitä asiaa, kysyä, et ”moi, saitteko tiedotteen, mitä ajatuksia herätti?”, niin ei siitä nyt varmaan ainakaan mitään haittaa oo.”

Kolmannen jakson asiantuntijana on **Pasi Huttunen**, Kulttuuritoimituksen toimittaja ja kriitikko. [3]

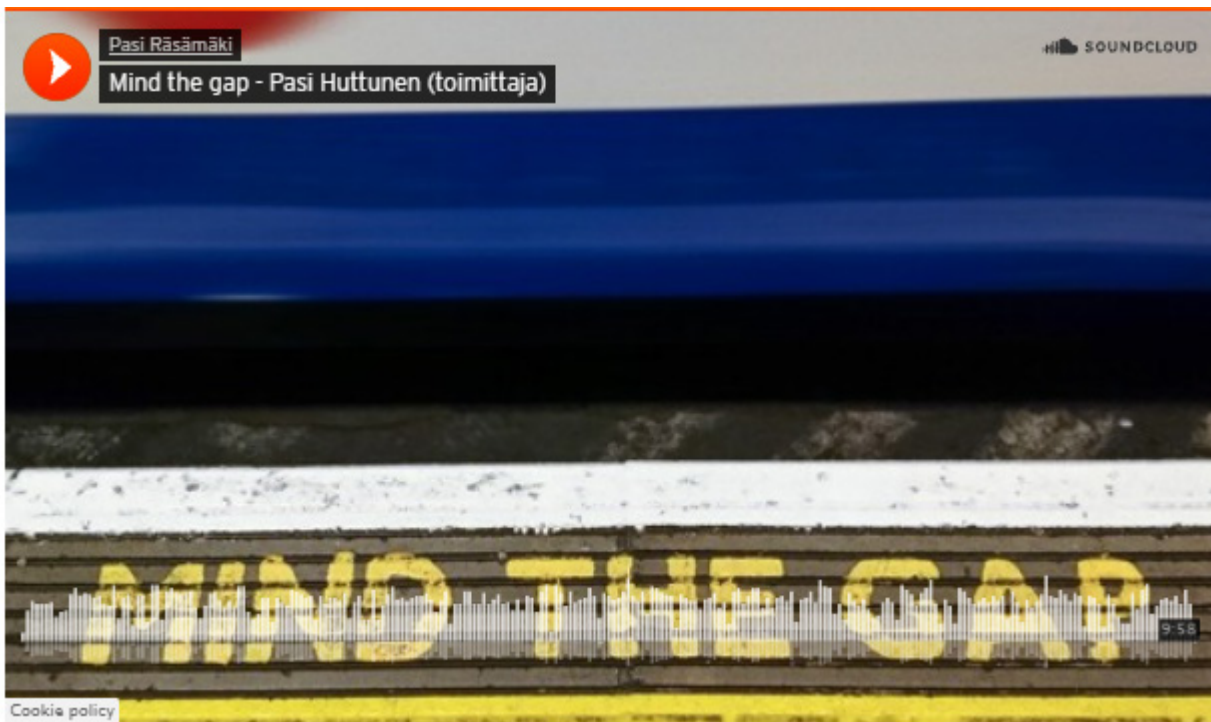
## Jakso 1 – Kristiina Kinnunen, elokuvakamppaaja



## Jakso 2 – Olli Jaatinen, valokuvaaja



## Jakso 3 – Pasi Huttunen, toimittaja



### Lähteet

[1] Kinnunen, K. Haastattelu 29.9.2020.

[2] Jaatinen, O. Haastattelu 3.10.2020.

[3] Huttunen, P. Haastattelu 2.11.2020.

## Haastattelujen litteroinnit

### Jakso 1 – Kristiina Kinnunen, elokuvakampaaja

Transkriptio:

(0:00)

Ääniraita Lontoo metrotunnelista

(0:18)

Joo, ja se on niinku vähä se, tuottajahan on semmonen joukkueenjohtaja. En mie sano et se, se ei välttämättä, jos aatellaan sitä aina puhutaan niinku, et se on ohjaaja. Mut kyllä ohjaaja, ohjaajalla on muuta tekemistä. Et kyl se on se, se on se tuottaja, se on äärimmäisen tärkeä ihminen se tuottaja.

(0:41)

Kuuntelet Mind the Gap -podcastia. Miten kulttuurituottaja kohtaa eri alojen ammattilaisia ja selviää ilman juopaa tai gappia. Tässä jaksossa meillä on mukana Kristiina Kinnunen; kampaaja, puku-, maskiosaston veteraani, joka on meille kaikille tuttu Karjalan kunnalla tv-sarjasta ja Roskisprinssi -leffasta. Käyn parturissa ja keskustelen Kristiinan kanssa, miten hänestä saisi irroitettua niin hyvän työsuorituksen kuin mahdollista. Mitä siellä työpaikalla pitäisi tapahtua ja mitä jutellaan ja kuinka toimia?

Mutta mulla on tuottajista ollut kyllä myös semmonen aina sinne hyvä kuva, että, että on ollut myös semmosia tuottajia, jotka on vaan hiiviskelly kulisseyssä ja tarkkailu tilannetta, mutta on ollut myös semmosia tuottajia, jotka on niinku halunnut ihan aidosti ottaa selvää ja, ja tuota tarjota appuu, jos tulee ongelmia tai olla niin kun silleen helposti lähestyttäviä, ettei tarvi niinku, koska se ehkä mitä kaikki niin kauhhein tilanne, että sie pelkkäisit tuottajia. Se että esimerkiksi siltä ei vois kysyy tai siltä ei vois pyytää mitään.

(2:14)

Mitä kulttuurintuottajan pitäisi ensimmäisen sopia kanssasi?

Sen voisi ajatella niin että keskustellaan, sovitaan, varaudutaan pahimpaan, tehään säännöt, luotetaan puolin ja toisin. Ja semmonen niinkun tota, hyvä ilmapiiri on myös semmonen, et sen huomaa, että jos tulee vähän niinku ahistava, tai semmonen vähän niinku pelon ilmapiiri. Niin tota sillon, sillon on ite vaikee tehdä sitä työtä niinku silleen kun halluis tai et ois niinku siitä saa niinku irti, tai se et saa itsestään irti kaiken. Koska silloin kun se, se ilmapiiri ja se on niinku hyvää ja sie oot valmis tekemään ihan melkkein mitä vaan sen homman etteen, sie joustat ja sie venynyt ja sie vanut ja, ja tuota että et niinku oo, niinku semmonen liian jyrkkä, niin se sujjuu, mutta sen pitäis olla molemminpuolista. Jos aina pittää vaan sen, sen



jonkun tekijän tai osaston venny ja antaa periksi ja tulla aikaisemmin ja tehdä myöhemmin ja näin ja jos se on vaan niinku et se on, se on vaan niinku ykspuolista, niin se ei oo kivaa. Koska silloin kun se ilmapiiri on hyvä ja se, se, se homma sujuu, niin sehän on kaikille niinku etu ja silloin tulee hyvää jälkkee myös ylleensä. En tarkoita, että se siellä ei ois niinkun tota kurrii eikä järjestystä, eikä, eikä tuota sääntöjä eikä, eikä näin. Se pittää niinku olla suunnitelma.

(4:32)

Kuri ja järjestys kuulostaa tietysti hyvältä, mutta voisko olla jotain vielä rajumpaa?

Tottakai siis se pittää myös siihen pahimpaan aina niinku varautua, että saattaa tulla muutoksia ja saattaa tulla yllätyksiä ja näin, mutta sanotaan se, että, että myös se, että miten niistä kerrotaan ja miten niistä ilmoitetaan, niin sekin on myös semmonen. Että sulle ei vaan niinku tuu tyyliin uus CALL SHEET ja että noni, nyt tää mennee näin, vaan että kerrotaan, miksi, mitä varten.

(5:17)

Yks mikä on äärimmäisen tärkeä niin yhteistyö eri osastojen välillä tottakai ja sehän niinku aina mieltä lämmittää jos esimerkiksi sie oot vaikka pukusuunnittelijana tai maskeeraajana, kampaajana, että, että siut otetaan siihen ryhmään silleen, että siellä piittää palaverii castingin kanssa ja sit siellä piittää palaverii lavastajan kanssa ja sit siellä on kuvaaja. Eli sie tunnet olevas niinkun tärkeä osa siinä tuotantoketjussa, puhutetaan nyt tämmösestä niinku perheestä, joka on tämmönen, perhe. Eli jos vaikka leffaa tehhään niin tuota, ja kyl mie niinku kokisin et se tuottajahan se on semmonen, niinku, se on vähän semmonen niinku isä tai äiti hahmo siellä.

(6:25)

Myös se, että se tuottajahan pittää niinku tottakai kiinni aikatauluista ja rahapussista. Mutta kyllä sen tuottajan pitäis pittää tietysti, olla hajulla siitä, että työolot on hyvät ja, ja tuota voi sanoa, että työajat on asialliset. Mutta sekin että minusta se on myös hyvä asia, että tuottaja on selvillä, mitä se tekkee. Sillä on valtuudet luvata tai kertoa asioita. Et semmoset niin kuin hyvät säännöt ja se että,

että se toimii käytännön tasolla, mutta myös se että sillä on niinku semmonen laajempi kuva siitä asiasta.

(7:29)

Onko tommonen teatteri- ja leffatyö, jossa luoda illuusiota siitä, että miltä ihmiset näyttää tai mikä niiden olemus on, onks se oikeeta työtä? Mitä se työ on? Onks se työ työtä?

Jos aatellaan, että tota sie kuulut siihen työryhmään ja sie koet et sinuu arvostetaan ja sun työtä arvostetaan, niin sithän se niinku se se on niinku samalla tavallahan se menee se kaupan kassa sinne kassalle. Niin, etten mie niinku aattelis, että se ois niinku mitenkään, siinä on ehkä enemmän, on ehkä enemmän henkilökohtaista ja persoona on siihen paljon vaikuttaa ja en mie nyt sano et se mitenkään luovaa ois tai tämmöstä. Koska sehän on totta, että jos sie teet vaikka 65 kertaa saman näytelmän teatteriin, meet joka ilta klo 17.00, esitys alkaa klo 19.00 teet vaihdot, purat sen pois, teet taas sen, että se alkaa uudestaan kampaajat peruukit, putsaat viikset, peset vaatteet. Et sehän on niinku siis siinähän on se rutiini.

Mutta sekin et sie tiiät, että jos se yks päivä tulis töihin, niin sitä esitystä et voitais pitää. Ja sen myös pittää se ymmärtää se työyhteisö, että ei oo niitä pieniä, pieniä rooleja, ei oo niitä pieniä työhommia, vaan että se on niinku vyyhti, joka on niinku, jokkainen linkki on siellä tärkeä.

(9:25)

Kuuntelit juuri Mind the Gap -podcastia ja rooleissa tänään Kristiina Kinnunen ja Pasi Räsämäki. Kiitos sinulle kun kuuntelit ja tervetuloa kuuntelemaan lisää. Kyseessä on ohjelma, jossa pohditaan sitä miten kulttuurin tekijöitä saisi parhaan suorituksen irti. Miten saada hienot taidetta ja kulttuuria, kuinka se olisi kätevää ja mitä tuottajan pitäisi huomioida kun haluaa sellaista.

Niin ja kaikkein kivointahan ois tehdä tuotanttoo, jossa jokainen ois niinku omasta halusta ja voisi tehdä ilmaseks sen, ois niinku määrätön määrä aikaa ja ois hyvä

meininki, nii sehän ois ihan älyttömän kiva hengaillla. Niin, niinku se ensimmäinen kesä siellä Miikkulassa, mut kyllähän se sekin muuttu sitten työksi.

(10:25) Ääniraita Lontoon metrotunnelista

(10:52) Podcast-jakso päättyy

Jakso 2 – Olli Jaatinen, valokuvaaja

Transkriptio:

(0:00)

Ääniraita Lontoon metrotunnelista

(0:22)

No, koska tossa nyt on yksi sellanen epäonnistunut toimeksianto, joka sitten sen toimeksiannon suorittamisen jälkeen paljastukin kyseisen tapahtumatuottajan toistoksi. Hän oli huijannu aikaisempina vuosina kaikkia muita.

(0:45)

Kuuntelet Mind the Gap podcastia. Kuinka kulttuurituottaja kohtaa eri alojen ammattilaisia ja selviää ilman juopaa tai gappia. Tässä jaksossa on mukana valokuvaaja, valokuvataiteilija Olli Jaatinen. Tätä haastattelua äänitettiin Mikkelin valokuvakeskuksessa lokakuussa 2020. Mennäänpä nyt takaisin kuuntelemaan, kuinka jännittävässä tuottajakohtaamisessa kävi.

Ja ei kyllä luvannu kovin paljon, mutta mä ajattelin sitä tilannetta, että siitä voisi avautua mulle semmonen kesto, vuosittainen kesto tapahtuma. Et puhuttiin lähinnä matkakuluista, päivärahoista, ja puhuttiin ehkä noin tonnin summasta niinku verottomana tulona, ettei palkkiota. Mitään en koskaan saanut, mutta en oo ainut, joka on saanut sen saman kohtelun samalta henkilöltä. Ja sitten vielä tapasin tämän henkilön pari vuotta myöhemmin ja tota se edelleenkin niinku esitti täysin viatonta ja yritti vielä niinku käynnistää sitä jollakin tavalla tai tai jotain hyvitystä niinku koittaa rakentaa. Ihan karmeita katella, kun ihminen yrittää valehella ja valehella ja valehella ja siit ei niinku tuu mitään.

(2:10)

Mitä pitäisi tehdä, että tällaisia tilanteita ei tulisi?

Tavallaan se avain kysymys olis aina tarkistaa sen tapahtuman ja tapahtumatuottajan, -tilaajan taustat. Valokuvaaja on tietysti aina vähän sillä tavalla, miten mä nyt sanosin, niinku nöyrä, nykyaikana nöyrä ottamaan vastaan niitä töitä, mitä ylhäältä annetaan, koska kilpailu on kiristynyt, alalla on entistä enemmän ylikouluttamista ja niitä näennäisesti valokuvaa, taitoja hallitsevia henkilöitä on paljon. Ja silloin tavallaan sen tilaajan vastuulla on sitten nähdä se, että minkä tasoisesta tekijästä on kulloinkin kyse ja millon, millon niinku joku hinta on ok ja millon joku hinta ei.

(3:18)

Onko valokuvaajien asiakkaat aina hankalia, vai voisko joskus asiat mennä sujuvasti?

No toinen ääripää tietysti on sanotaan nyt vaikka suuri kustantamo, päivälehti, jonka kanssa on kirjallinen sopimus, kirjallinen hinnasto ja sillä tavalla vastuullinen tekijä. Mä oon niinku valokuvaajana vastuullinen siitä mitä mä laskutan. Mutta kuitenkin pelisäännöt tiedetään, että tota, mun mielestä semmosen asiakkaan kanssa on helppo toimia. Mut ehkä nää on nyt ne kaksi ääripäätä.

(4:00)

Mistä kulttuurintuottajat tietää, kenet valokuvaajat palkkaa? Puhutaanko koulutuksessa esimerkiksi siitä, että kuinka luodaan itsestä brändi, että asiakas tietäisi, mitä hankkii kun palkkaa jonkun tietyn henkilön tekemään jonkun asian?

Mä rupesin opiskelemaan valokuvataidetta vuonna 80 ja valokuvataide oli tullut suomen kieleen noin 5 vuotta aikaisemmin, silloin kun valtion kamerataidetoimikunta oli jaettu elokuvataide- ja valokuvataidetoimikuntaan ja sitten tuli myöskin taideteollisen korkeakoulun valokuvataiteen laitos. Hyvin tuore sana, sisältö oli vieläkin vähän auki. Mä muistan, yliopettaja käsitteli meitä hyvin niinku pumpulihansikkain ja missään vaiheessa koko sen aktiivisen noin seitsemän, kahdeksan vuoden opiskelun aikana niinku ei puhuttu tuotteistamisesta, että meitä tuotteistettaisiin tai pitäisi ajatella itseään niinku tuotteena. Sen sijaan kerrosta

alempana graafisen suunnittelun opiskelijat opiskeli muun muassa markkinointia, jota me paheksuttiin, koska yliopettaja paheksu sitä, et vaikka hänelläkin oli kuitenkin niinku kaupallisen valokuvaaja tausta. Mut sit hän erottin silleen, että kun hän teki valokuvataidetta, niin hän sano kerran kun kollega, opiskelija piti luentoa erään valokuvaajan värivalokuvista, niin tää yliopettaja poistu huutaen paikalta. "Värivalokuvaus ei ole taidetta!" Ja se oli niin tiukkaa se, koska sitä valokuvausta, valokuvataidetta ei oltu määritelty. Ja siellä alakerrassa ne graafikot, tulevat graafikot kuitenkin hyväksy sen, että niitten pitää brändätä itsensä, koska ne todennäköisimmin sijoittuu kuitenkin palkkatöihin erilaisiin mainostoimistoihin ja julkaisuihin, lehtiin, kustantamoihin. Et siin oli semmonen selkee, me oltiin niinku tulevia taiteilijoita joista ei sitten välitetty kuitenkaan hevonpaskaa, että kuin ne tulee toimeen. Ja siellä alakerrassa kuitenkin puhuttiin ihan rahasta, neuvottiin veroilmoituksen teko ja muuta semmosta, josta meillä ei saanu puhua. Ja mä tota, ite ku rupesin opettaa 80-luvun loppupuolella, mä muistan siellä joskus 90-luvun, ehkä puolivälissä, kun oli jo sitten meillä valokuvataiteilijoiden liitto ja ne brändäykset alko olla sillon, brändi-sanaa ei varmaan vielä ennen ku 2000-luvun puolella, mutta mä puhuin joskus opiskelijoille siitä, hätkäytin tavallaan, että jokainen teistä on tuleva tuote. Ja se toi semmosen syvän hiljaisuuden siihen luokkaan. Mut sitten ne kuitenkin niinku tavallaan avautu ja ymmärti, että, että näinhän se muuten on. Et mejän täytyy erottautua toisistamme sillä, miten me ne kuvat tehdään. Miten niitä ruvetaan markkinoimaan?

(7:29)

Suurin osa valokuvaustöistä on sellaista, missä kuvataan ihmisiä. Millaisia taitoja se vaatii?

Ihan itse kuvaaminen on, on myöskin semmosta psykologiaa vaativaa toimintaa. Että tota, monesti kun ihmisiä kuvaa, pääsääntöisesti ihmisiä mäkin niinku kuvaan, niin tota, se on kyllä yhenlaista teatteriohjaaja työtä. Eilen sattumalta kuvasi erästä Suomen kuuluisinta mallia, joka on tehny tosi pitkän malliuran maailmalla. Ei oo ikinä ollut niin helppoa kuvata ketään ku häntä. Mut siltiki, kuitenkin vähän ohjasin. Ja sitten ne pienetkin ohjaukset meni heti maaliin. Että tota, ja niistä kuvista näkee heti, että tää tietää miltä se näyttää, kun se on kuvassa. Ja en mä ite tiiä, miltä mä näytän jossain kuvassa, että, et se oli tosi upee kokemus. Mä kuvasin sen eilisen

tapahtuman just silleen, että se, se täyttää jo ne odotukset tunnetusta, kuuluisasta henkilöstä. Että se ei, ei tuu mitään säröä siihen. Sehän oli niinku sen, hänen edustamansa yrityksen mainos, suomeks sanottuna se mitä siinä tehtiin. Ja sillä tavalla mä sen otinkin.

(9:00)

Kuuntelit juuri Mind the Gap -podcastia. Minä olen Pasi Räsämäki ja vieraanani oli Olli Jaatinen. Tässä sarjassa pohditaan sitä, kuinka eri alojen ammattilaisista saadaan irrotettua mahdollisimman hyvin heidä paras osaamisensa, paras työpanoksensa. Ja kuinka tehdään mahdollisimman hienoa kulttuuria ja taidetta.

On paljon valokuvaajia, joilla on sitten niitä oheistaitoja moniin eri asioihin, ja tota, ja ymmärrystä, jolloin myöskin voi siinä työryhmässä silloin syntyä semmosta vuorovaikutusta, et se valokuvaaja pääsee vaikuttamaan sitten sinne sen tilaajan mielialoihin positiivisesti.

(9:50) Ääniraita Lontoon metrotunnelista

(10:07) Podcast-jakso päättyy

### **Jakso 3 – Pasi Huttunen, toimittaja**

Transkriptio:

(0:00)

Ääniraita Lontoo metrotunnelista

(0:19)

Kun tekee asioita helpoksi toimittajalle, niin sit se niinku yleensä etenee siitä, mutta se, se niinku et pelkkä tiedote voi hyvin riittää. Mutta se on taas sitten niinku, että jos on niinku mahdollisuus, aikaa ja niinku tilaisuus sinne soitella perään ja jotenkin vähän syventää asiaan ja et “Moi, saitteko tiedotteen, mitä ajatuksia herätti?”, niin ei siitä nyt varmaan ainakaan mitään haittaa oo.

(0:46)

Kuuntelet Mind the Gap -podcastia. Kuinka kulttuurituottaja kohtaa eri alojen ammattilaisia ja selviää ilman juopaa tai gappia. Tässä jaksossa on mukana toimittaja Pasi Huttunen, kulttuuritoimituksesta ja KaaosZinesta meille tuttu. Pohdiskellemme Pasiin kanssa sitä, miten kulttuurituottaja toimisi, että tavoittaisi median mahdollisimman hyvin. Tämä jakso on äänitetty ravintola Sointulassa marraskuun alussa 2020.

(1:17)

Siis jos, jos miettii sellaisen jonkun niinku kulttuurituotteen kannalta, niin kyllähän se auttaa se jos on ylipäättäen niinku perehtynyt niinku siihen miten journalisti toimii, että ymmärtää siis niinku journalistin, on vaikka journalistin ohjeet lukenut läpi ja ymmärtää tavallaan, et miten se homma toimii. Sitte niitä on paljon helpompi venyttää niitä rajoja jos niin haluaa tehdä, tai sitten voi yrittää pysyä niitten rajoissa. Ja toinen sitten tavallaan vähän niin että tuntee niitä medioita, mitkä niinku on sen oman tuotteen kannalta kiinnostavia. Että minkä tyyppistä kamaa niinku se, se lehti tekee, jota haluan tavoittaa, niin sitten tavallaan on paljon helpompi saada se hahmotettua niillekin se, että mikä se lisäarvo on, minkä he saavat kun ne kiinnostuvat sinun jutustasi. Ensinnäkin sen tuottajan pitäisi osata, osata niinku jotenkin selkeäsanaisesti, ymmärrettävästi ja tiiviisti kertoa sille toimittajalle, se että miksi tämä on kiinnostava. Sehän ei sinänsä välttämättä niinku oo semmosta niinku pikku-uutista kummempi juttu, se että uusi tapahtuma tällainen ja tämä. Mut et mikä siinä on sit semmonen niinku, et löytyykö, et mitä sieltä tapahtuman aihepiiristä tai muusta löytyy? Jotakin sellaista mitä ottaa huomioon ja on vähän sit semmosta niinku uutta, erikoista, kiinnostavaa, hälyttävää, huolestuttavaa, ilahduttavaa, jotain tavallaan semmoista uutis arvoista. Et jos sen saa tavallaan niinkun paketoitua sinne, niin tuota, sille toimittajalle, sille lehdelle jotenkin sen selkeästi niin siinä on jo otettu se ensimmäinen iso askel. Ja sitten kun ne kiinnostuu, niin olla hyvin tavoitettavissa, että sinut saa niinku kiinni ja sitten osat niinku tavallaan vastaila niihin lisäkysymyksiin tai, tai helposti ohjata sinne, mistä saa vastauksen lisäkysymyksiin. Ja et semmonen niinku tosiaan tavallaan, et niinku aikoinaan ehkä tiedottajat enemmän pelkäsi sitä, että niinkun kun laitettiin vaikka tiedote, niin jotenkin arkailtiin sitä, et ei nyt voi liikaa, liian valmiiksi tehdä vaikka näkökulmaa siihen tai että jotenkin niinku, et pelättiin tavallaan sitä toimittajien

tontille menemistä. Mutta kun nykyään tuntuu, et toimittajat jotenkin odottaa, että se tiedote on jo melkein valmis uutinen, jossa saa jopa sitaatit mukana ja tämmöstä. Et sitä ei niinku tartte pelätä, että kyllä se toimittaja osaa olla niinku, käyttämättä sitä tiedotteen tekstiä, jos se ei halua. Mutta se ei tunnu enää haittaavan ihmisiä semmonen, niinku jotenkin vähän semmonen niinku valmiiksi tekeminen, vaan et se enemmän niinku tuntuu selvästi toimittajista jotenkin enemmän vain hyvältä palveluita nykyään, että tämä nyt niinku, tämä arvostaa meitä nyt sen verran et haluaa tehdä meille asian ja elämän helpoksi.

(4:22)

Kannattaako tuottajan hankkia valmiiksi valokuvia ja tarjota niitä tiedotteiden mukana medialle?

No se riippuu, riippuu varmasti hirveän paljon siitä, että mihinkä toimitukseen sinä oot yhteydessä. Paikallislehti on usein varmaan niinku aika tyytyväinen siitä, jos niillä tulee semmonen tiedote, josta ne saa pienellä vaivalla, ehkä puhelinsoitolla, vähän lisäkysymyksillä jutun, niin sit jos niillä on se kuva. Mut sitten niinku tämmönen, vaikka maakuntalehti tasoinen putiikki, jolla on usein omat kuvaajat ja joka haluaa ehkä, ehkä vielä selkeämmin näkökulmittaa itse sen jutun, että tehdä sillä omalla kulmalla, johon tarvitaan tietynlainen kuva, niin sitten niillä nyt ei välttämättä on niin usein käyttöä. Et siinä, siinä on sitten ehkä parempi tavallaan niinku odottaa niitten omien valmiiden kuvien kanssa ehkä siihen, et ne niinku kysyy, että oisko teillä jotain kuvaa, ku meillä nyt, kun valokuvaaja katkaisi jalkansa eikä pääse paikalle.

(5:18)

Tämä kuulostaa siltä, että tuottajan ja koko organisaation jonka puolesta ja hän tekee tiedotteita, tai jos sillä on vaikka tiedottaja erikseen, niin täytyy olla tosi hyvin tietoinen siitä, minne niitä laittaa ja millä tavalla.

No siinä tietysti tullaan siihen, että kuinka, kuinka hyvin on osannut tavallaan hahmottaa sen, että kun sen lähettää tiedotteen, että mihin se tiedote menee ja mitä se vastaanottaja haluaa. Eli jos pystyy esim. räätälöimään tiedotteita niinku



jopa mediakohtaisesti tai edes alueellisesti, niin sithän ollaan jo niinku aika paljon voiton puolella, koska sit sieltä helpommin poimitaan se mikä on kiinnostavaa.

(5:59)

Mistä tuottaja tietää, kenet palkata? Onko toimittajilla samantyyppisiä kotisivuja, tai siis juttuportfolioita kuin valokuvaajilla on tällaisia valokuvaportfolioita? Kuinka siis vertailla, että mikä toimittaja sopisi meille parhaiten?

Kyllähän siis aika monilla friikkutoimittajilla on siis, no lähinnä se niinku usein se nettisivun on se portfolio. Et niil on jotkut nettisivut, jossa jollain tavalla summaillaan sitä, että mitä ne nyt on niinku, mitä ne nyt on tehneet.

Freelancertoimittajatkin on oppineet, että ei kannata silleen salata ja pantata sitä mitä olet tehnyt, koska on niinku helpompi myydä jos on jonkinlainen käsitys ihmisillä siitä mitä myy.

(6:44)

Kuinka itse olet hoitanut sen, että verkossa on materiaaliasi jollain tavalla vertailtavissa ja tutkittavissa?

Jos tarvitsee referenssejä johonkin tuollaiseen niinku, niin kyllähän just, just jo kuten niinku että kulttuuritoimiston sivuilta saa niinku sitä miun nimeä klikkaamalla saan sieltä sen niinku listauksen kaikista mitä olen sinne tehnyt ja saman vaikka KaaosZinesta. Et nuo on tietysti käteviä ja, ja sitten niinku, jos on niinku valokuvaushommia liittyny, niin sit on tietysti joku Insta feedi, jonka on voinu laittaa, että tuon tyyppistä nyt yleensä kuvailen.

(7:24)

Voiko toimittajia jotenkin houkutella itse tulemaan paikan päälle ja jollain tavalla innostaa siihen, että hän tulisi katsomaan jonkun esityksen tai kuuntelisi levyä tai lukisi kirjan?

No jos miettii tota kulttuuritoimitusta, niin minähän tietysti ite oon siellä pikkusen erikoisessa asemassa, koska, koska minä olen ainut tällä alueella, joka tekee kulttuuritoimitukseen, joka on pääpiirteissään tamperelainen, tamperelainen media, mutta siis yleisesti ottaen aika samalla tavallahan sinne tulee kuitenkin sitten niinku

valtavat määrät tiedotteita, joista sitten niinku siellä, siellä sitten niinku yleensä päätoimittaja tai joku muu sitten tavallaan seuloo ja tarjoaa toimittajille tehtävää, mutta toisaalta sitten koska kyse on niinku tämmösestä verkkomediassa, jossa ainakin tässä vaiheessa vielä niinku palkkiona tekijöillä on näkyvyys, niin sit se on, se on myös siis nimenomaan hyvin itseohjautuvaa, että kyllä niinku vielä ei oo tullu mitään sellaista, että kun olen sanonut, että tämän voisin tehdä niin poikkeuksetta vastaus on “Joo joo, tee vaan, millonka saadaan julki?”

(8:37)

Kuuntelit juuri Mind the Gap -podcastia. Tässä sarjassa pohditaan sitä, kuinka eri alojen ammattilaisista saadaan irrotettua mahdollisimman hyvin heidä paras osaamisensa, paras työpanoksensa. Ja kuinka tehdään mahdollisimman hienoa kulttuuria ja taidetta. Minä ole Pasi Räsämäki ja tällä kertaa vieraanani oli Pasi Huttunen. Pohdimme toimittajuuteen ja journalismiin ja toimittajien palkkaamiseen ja median saavuttamiseen liittyviä asioita.

Olen mä nyt jotain näyttämöjuttuja käynyt viime aikoina aika paljon kattomassa siinä vaiheessa kun niinku Katajavuoren Rauli alko laittaa mulle tietoa niistä. Siis että ihan niinku laitto jotakin, että “Olisipa kiva jos pääsisit paikalle tähänkin esitykseen”, niin sithän siihen on aika, aika vaivatonta tarttua tietysti kun tulee hyvin suora kontakti siihen sieltä että pääsisitkö.

(9:33) Ääniraita Lontoon metrotunnelista

(9:58) Podcast-jakso päättyy

Räsämäki Pasi, opettaja, valokuvaaja, opiskelija  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

Isomursu Pekka, yliopettaja, tutkintovastaava  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Räsämäki Pasi, Isomursu Pekka

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021060835766>

**Tiivistelmä:** Podcast-sarjassa pohditaan sitä, kuinka eri alojen ammattilaisista saadaan irti mahdollisimman hyvin heidän paras osaamisensa, paras työpanoksensa? Ja kuinka tehdään mahdollisimman hienoa kulttuuria ja taidetta?

# Sopeuta ja sopeudu! Tapahtumateollisuus poikkeustilassa

4.10.2021 - Hoppu Päivi, Luttinen Noora. Hoppu Petri

**Vuonna 2020 tapahtuma- ja kulttuuriala oli ennennäkemättömän muutoksen edessä. Alkuvuodesta maailmalla kulkenut COVID-19-pandemia saavutti Suomen ja koko tapahtuma-ala pysähtyi. Pandemian leviäminen heitti nopeasti koko alan valtaviin haasteiden eteen, ja sillä on ollut terveysvaikutustensa lisäksi mittavat taloudelliset ja sosiaaliset vaikutukset.**



Hallitus antoi 12.3.2020 suosituksen, että kaikki yli 500 hengen tapahtumat perutaan 31.5.2020 saakka [1]. Ohjeistusta tiukennettiin 16.3.2020, jolloin myös yli kymmenen hengen tapaamiset keskeytettiin [2]. Yle Tampere uutisoi 27.3.2020,

että koronavirus on vaikuttanut pelkästään Tampereen seudulla yli 2 000 tapahtuman järjestämiseen. Kolme neljäsosaa maaliskuu-toukokuun 2020 tapahtumista peruttiin kokonaan ja reilu viidennes siirrettiin. [3]

Kesäkuusta eteenpäin tapahtumia sai hetken aikaa järjestää, mutta rajoitusten puitteissa, mikä teki monien tapahtumien järjestämisestä käytännössä mahdotonta. Tiukemmat rajoitukset palasivat heti kesän jälkeen pandemian näyttäessä uudelleen kiihtyvän leviämisen merkkejä.

Nämä ovat olleet suuria koko kulttuurialaa horjuttavia uutisia, ja valitettavasti lomautuksia, irtisanomisia ja konkurssesjakin on odotettavissa, kun niin suuret kuin pienetkin tapahtumat ovat uhattuina. Moni alan toimija on myös joutunut pohtimaan kokonaan alan vaihtoa. Tapahtumateollisuudessa toimii noin 3 200 yritystä ja toimialan kokonaisarvo on 2,35 miljardia euroa. [4]

Tässä artikkelissa paneudutaan pandemian aiheuttamaan tilanteeseen kahdesta eri näkökulmasta. Aluksi tarkastellaan tapahtuma-alaa kokonaisuutena ja haastatellaan tuoreen tapahtuma-alan keskusjärjestö Tapahtumateollisuus ry:n johtajaa ja vaikuttamisesta ja viestinnästä vastaavaa **Maria Sahlstedtia**. [5] Haastattelun teki **Noora Luttinen**, yksi artikkelin kirjoittajista.

Artikkelin jälkimmäisessä osassa käsitellään koronaepidemian vaikutuksia tanssitapahtuman tuotannossa SottiisiMoves-tapahtuman kautta. Yksi artikkelin kirjoittajista, **Päivi Hoppu**, työskentelee Pispalan Sottiisin tapahtumatoimistossa, ja hän vastasi SottiisiMoves-tapahtumassa osanottajiin liittyvistä asioista. Tämä osa artikkelista perustuu hänen kokemuksiinsa, tapahtumaa koskeviin dokumentteihin ja muistiinpanoihin sekä toimialajohtaja **Jukka Heinämäen** [6] ja tapahtumakoordinaattori **Elina Vullin** [7] haastatteluihin, jotka tehtiin marraskuussa 2020.

## Tapahtumateollisuuden hätätila

Artikkelia kirjoitettaessa joulukuussa 2020 tapahtuma-alan toimintaa on rajoitettu rankasti jo yli puoli vuotta. Tämänhetkisen tilanteen mukaan alueet jaetaan kolmeen eri rajoituskategoriaan sen mukaan, mikä taudin leviämistilanne alueella on.

Yleisötilaisuuksien rajoitus epidemian perustason alueilla on 50 henkilöä, kiihtymisvaiheen alueilla 20 henkilöä ja leviämisvaiheen alueilla 10 henkilöä. Kaikissa tapauksissa on noudatettava THL:n ja OKM:n ohjetta turvaetäisyyksistä ja hygieniäkäytännöistä. [8]

Kuluttajalle esimerkiksi lempiartistin konserttien peruuntuminen voi näyttäytyä lähinnä kyseisen artistin ahdinkona, mutta tapahtuma-ala on todellisuudessa hyvin moninainen ja perustuu pitkälti alihankintaketjuihin. Artistin lisäksi peruuntuneen konsertin vuoksi työnsä menettävät esimerkiksi keikkapaikan vuokraaja, lippukaupat, tuottajat, valomiehet, miksaajat, somistajat, roudaajat, ravintolatyöntekijät sekä järjestyksenvalvojat.

Suoraan tapahtuman parissa työskentelevien lisäksi työt vähenevät myös muun muassa taksifirmoilta, hotelleilta, ravintoloilta ja muilta tapahtuma-alaan sidoksissa olevilta toimialoilta. Toimialan kokonaisarvosta uhkaa kuluvana vuonna 2020 kadota jopa 1,8 miljardia euroa, joten kyse ei todellakaan ole pienestä toimialasta tai ”harrastamisesta”.

## Tapahtuma-ala järjestäytyy

Tapahtumaelinkeinon keskusjärjestö Tapahtumateollisuus ry perustettiin Helsingissä 10.6.2020. Yhdistyksen perustajajäsenenä oli 44 eri tapahtuma-alojen merkittävää toimijaa. Yli 20 vuotta tapahtuma-alalla yrittäjänä hyvin monipuolisissa rooleissa toiminut **Kati Kuusisto** oli puhunut tapahtumateollisuuden järjestäytymisen ja yhteisen etujärjestön puolesta jo kolme vuotta.

”Keväällä koronan iskiessä päälle Kati nosti esiin somessa keskustelua siitä, pitäisikö asialle tehdä yhdessä alan sisällä jotakin. Kati pirautti minulle ja sanoi, että nyt voisi olla oikea hetki laittaa asiaa eteenpäin. Aikaisemmin järjestäytymiselle ei ole löydetty aikaa tai oikeaa syytä. Alalla on varmaan mennyt niin hyvin, ettei olla nähty tarvetta perinteiselle edunvalvonnalle tai järjestäytymiselle, jota muilla toimialoilla on ollut jo vuosikausia. Tämä koronakriisi laukaisi jutun alkuun. Aluksi keräsimme verkostojemme kautta alan eri yrityksiä yhteen ja pidimme vapaamuotoisia Zoom-kokoontumisia. Lopulta perustimme Tapahtumateollisuus ry:n 44:n alan toimijan kanssa”, Maria Sahlstedt kertoo.

Kati Kuusisto toimii yhdistyksen toisena johtajana ja vastaa hallinnosta ja edunvalvonnasta.

Tapahtumateollisuus ry toimii tapahtumien puolestapuhujana ja tiedon yhteen kokoajana. Yhtenä tärkeimmistä yhdistyksen tavoitteista on ollut tuoda tapahtuma-ala ja sen moninaisuus yleiseen sekä päättäjien tietoisuuteen.

Yhdistyksen perustamisvaiheessa keväällä 2020 keskeisinä tavoitteina oli selkeyttää kuvaa tapahtuma-alan merkityksestä ja laajuudesta sekä turvata toiminnan jatkuminen.

”Keväällä tapahtuma-alaa ja esimerkiksi siihen kohdistuvia tukitoimia koskeva julkinen keskustelu oli hyvin sekavaa. Tavoitteena oli, että muodostuu yksi ääni, joka puhuu kaikista tapahtumista ja vie päättäjille sen ymmärryksen, että tapahtumaelinkeino ei ole 'harrastelua'. Se on yrityksiä, liiketoimintaa, työpaikkoja, verotuloja ja oikeasti miljardien toimiala. Toisena päätavoitteena oli tietysti saada tapahtumat auki”, Sahlstedt sanoo.



## Tapahtuma-alan kartoittaminen

Tapahtumateollisuus ry teki ensi töikseen yhteistyössä Turun yliopiston kauppakorkeakoulun kanssa tapahtuma-alan toimialaselvityksen. Aikaisemmin alaa

ei ollut kartoitettu, ja koronakriisin yhteydessä oli käynyt kivuliaan selväksi, ettei tapahtumateollisuutta ymmärretä kokonaisuutena.

”Meidän tietojemme mukaan selvitys oli ensimmäinen laatuaan koko maailmassa, ja se tehtiin sekä sisäisen että ulkoisen vaikuttamisen välineeksi. Päittäjiin vaikutetaan tutkitulla faktatiedoilla ja numeroilla. Tärkeää on myös yksittäisen yrittäjän ymmärrys siitä, että olen osa näin isoa ja vaikuttavaa kokonaisuutta”, kertoo Sahlstedt.

Selvityksessä tapahtumateollisuuden ekosysteemin toimialoiksi määritetään muun muassa tapahtumajärjestäminen, tapahtumatilojen vuokraus, esiintyjä- ja ohjelmalvelut, tapahtumateknologian ja -rakentamisen palvelut, myynti ja vuokraus, lipunmyyntipalvelut, tapahtumien oheispalvelut, suunnittelu ja konsultointi, digitaaliset tapahtumapalvelut ja muut tapahtuma-alan erityispalvelut.

Selvityksestä kävi ilmi, että ala työllistää 20 000 koko-aikaista ja 175 000 tilapäistä työntekijää, tapahtumateollisuudessa toimii noin 3 200 yritystä ja toimialan kokonaisarvo on 2,35 miljardia euroa.

”Toimialaselvityksessä nousi esiin myös alan alueellinen kattavuus, toimiala on valtakunnallinen. Tutkimusotoksessa yrityksiä löytyi 306 kunnasta, kun kuntia on koko Suomessa 310. Toki ala keskittyy suuriin kaupunkeihin, mutta yksikään kunta ei voi niin sanotusti pestä käsiään asiasta – se koskee kaikkia. Toimialamme on kuntien taloudelle todella tärkeä”, Sahlstedt korostaa.

Tapahtumateollisuus ry on myös myöhemmin selvittänyt alan tilannetta monien jäsenistölleen kohdistettujen kyselyiden avulla. Artikkelin kirjoitushetkellä joulukuussa 2020 yhdistykseen kuuluu 200 jäsentä. Yhdistykseen kuuluu erilaisia yrityksiä sekä myös noin 10 pienempää tapahtuma-alan keskusjärjestöä, muun muassa Messu ja tapahtumajärjestäjät ry, Messu- ja somistusalan liitto ry, Suomen Palloliitto ry, Jääkiekon SM-liiga Oy, Kulttuuri- ja taidealan keskusjärjestö KULTA ry, Kirkkopalvelut ry, Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestö ry sekä musiikkitapahtumien ja niiden järjestäjien LiveFIN ry.

Viimeisimpänä on valmistunut lokakuussa verkkokyselyllä toteutettu selvitys jäsenyritysten liiketoiminnan tilanteesta ja näkymistä, jonka mukaan:



- Yli 70 % yrityksistä liiketoiminta on edelleen pääosin seisahduksissa ja yli 60 % alan yrityksistä arvioi selviytyvänsä enää alle puoli vuotta.
- 87 % yrityksistä arvioi kuluvan vuoden liikevaihdon putoavan vähintään 50 % verrattuna edellisvuoteen ja 44 % yrityksistä arvioi kuluvan vuoden liikevaihdon putoavan yli 80 % verrattuna edellisvuoteen.

Kyselyt maalaavat karua kuvaa tapahtumateollisuuden tilasta yli puoli vuotta kestäneiden rajujen rajoitusten jälkeen.

”Tällä hetkellä meillä on kolme päätavoitetta. Ykkösenä on tietenkin koronakriisistä selviytyminen, ja sen osalta vahinkojen korjaaminen, mikä tulee jatkumaan vielä pitkään. Toisena on yhtenäinen tapahtumaelinkeino. Alan tulee yhdessä ymmärtää, keitä me olemme, mitä me teemme ja mikä meitä yhdistää, jotta koko tapahtumaelinkeino voi puhua yhdellä suulla. Kolmantena tavoitteena on tapahtumatoimialan ja sen merkittävyyden tunnustaminen yhteiskunnassamme. Kaikki asiat ovat menneet eteenpäin, mutta niiden ratkeaminen on vielä tulevaisuudessa”, sanoo Sahlstedt.

## Missio: tapahtumaelinkeinon mahdollisuuksien vahvistaminen yhteiskunnassa

Tapahtumateollisuus ry on tehnyt jo valtavan työn tapahtumaelinkeinon hyväksi, ja alan oma ääni on alkanut rakentua.

”Toiminta on lähtenyt vauhdikkaasti eteenpäin, yritykset ovat löytäneet meidät. Näin puolen vuoden toiminnan jälkeen 200 jäsenen jäsenmäärä on hyvä, ja voimme sanoa, että edustammekin koko alaa”, sanoo Sahlstedt.

Toiminnan ensimmäinen tavoite, ymmärryksen tuominen tapahtumaelinkeinosta päättäjille on myös monella tapaa saavutettu.

Perjantaina 3.12.2020 tiede- ja kulttuuriministeri **Annika Saarikko** antoi virallisella Facebook-sivullaan lausunnon, jonka mukaan helpotusta tapahtuma-alan tilanteeseen on pohdittu yhdessä elinkeinoministeri **Mika Lintilän**, THL:n **Mika**

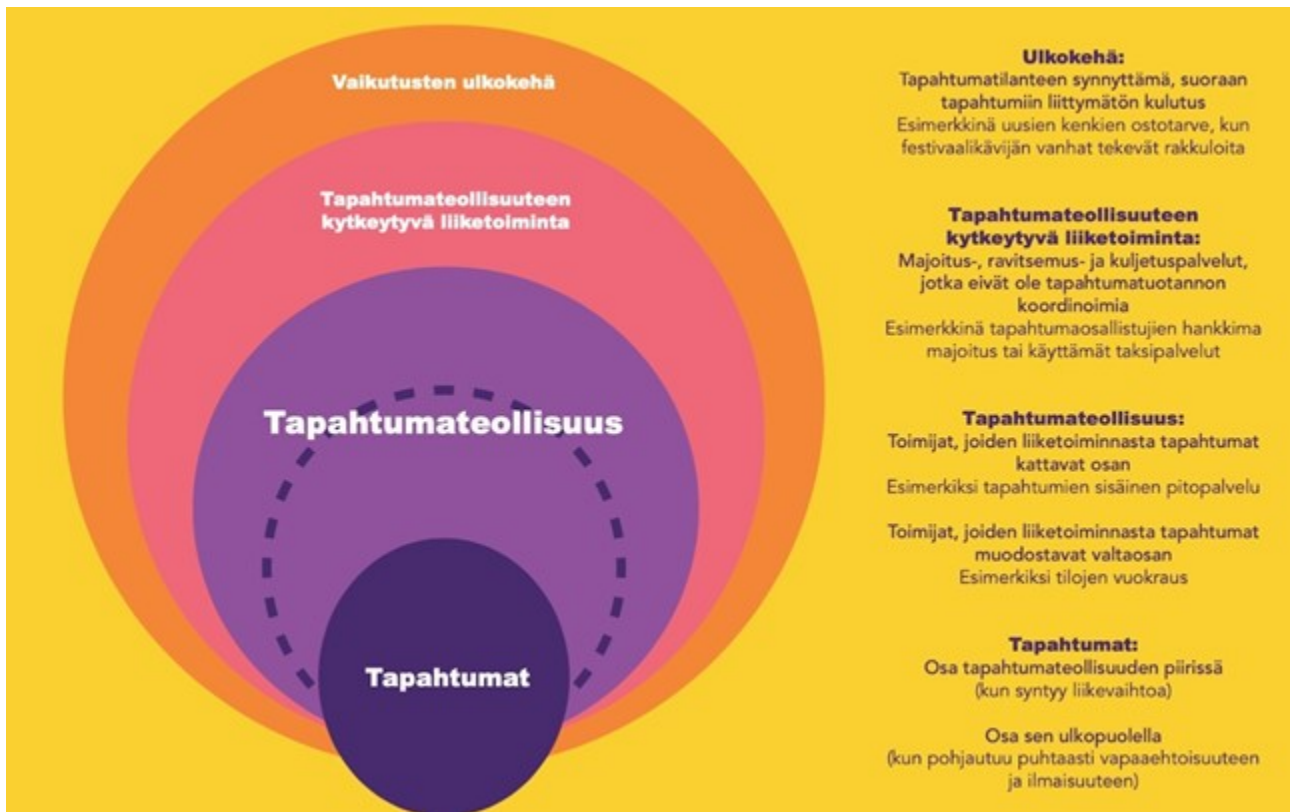
**Salmisen** sekä tapahtumateollisuuden, musiikkialan ja SM-liigan edustajien kanssa ja alaan tullaan kohdistamaan uutta rahallista apua. Lausunnon mukaan opetus- ja kulttuuriministeriö sekä työ- ja elinkeinoministeriö tekevät hallitukselle esitykset rahallisesta tuesta tapahtuma-alalle. [9]

Tapahtumateollisuus ry on vienyt näitä keskusteluja voimakkaasti eteenpäin, ja toiveissa on, että uutisia uudesta tukipaketista saataisiin vielä ennen joulua. Aiemmat yritystuet sekä kustannustuki ovat soveltuneet tapahtuma-alojen yrityksille huonosti, ja tähän mennessä apu on saavuttanut vain murto-osan yrityksistä.

Työ ei kuitenkaan lopu koronakriisin väistymisen jälkeen. Sahlstedtin mukaan tulevaisuudessa Tapahtumateollisuus ry:n missiona on edelleen vahvistaa tapahtuma-alan elinkeinon mahdollisuuksia yhteiskunnassamme.

”Tapahtumat luovat yhteiskuntaan monenlaista hyvinvointia. On tärkeää levittää yhteiskunnassa tietoa siitä, mihin kaikkeen tapahtumat vaikuttavat. Kun ei ole tapahtumia, ei ole asiakkaita hotelleissa, ravintoloissa eikä liikennevälineissä, eikä alueille tule verotuloja”, Sahlstedt selventää.

”Lisäksi keskiössä on muun muassa tapahtuma-alan koulutus. Tietynlainen työntekijäpula on vaivannut alaa jo pitkään. Esimerkiksi ammattitaitoisista tuottajista ja tietyn alan teknikoista on pulaa, ja koulutusta ei ole riittävässä määrin tai oikeanlaisilla sisällöillä. Kaikkinensa elinkeinon vahvistaminen ja mahdollistaminen on hyvin moninainen asia, ja roolimme nyt ja tulevaisuudessa on vahvistaa kaikkia näitä toiminnan edellytyksiä”, summaa Sahlstedt.



## Viides kerta toden sanoo – SottiisiMoves koronan kourissa

Seuraavaksi käsitellään tapahtuma-alan ongelmia sekä niihin etsittyjä ratkaisuja ja toimenpiteitä pandemian aikana esimerkkitapauksen, SottiisiMoves-tapahtuman, kautta. SottiisiMoves oli Suomen Nuorisoseurojen ja Tampereen kaupungin yhteistyössä järjestämä tanssifestivaali, joka järjestettiin 16.–18.10.2020 Tampereella.

Alkuperäisen suunnitelman mukaan tapahtuma piti toteuttaa 10.–14.6.2020. SottiisiMovesissa yhdistyivät Pispalan Sottiisin kansainvälinen kansantanssifestivaali ja Nuori Kulttuurin valtakunnallinen Moves-tanssikatselmus. Molempien taustalla on valtakunnallista kulttuurista nuorisotyötä tekevä Suomen Nuorisoseurat ry.

Tuotantoprosessi oli haastava ja vaati valtavasti sopeutumista ja sopeuttamista sekä asiakkailta, henkilöstöltä että vapaaehtoisorganisaatiolta. Haastavinta oli jatkuva epävarmuus siitä, miten pandemiatilanne muuttuu, miten asiakkaat reagoivat ja

miten viranomaisohjeistukset vaikuttavat tapahtumatuotantoon. Koska kyseessä oli osallistujatapahtuma, haasteen toi myös se, että koronan myötä ryhmien harjoittelumahdollisuudet tapahtumaa varten heikkenivät ja useassa ryhmässä harjoittelu jouduttiin lopettamaan kokonaan.

SottiisiMovesin valmistelut aloitettiin keväällä 2019, ja tapahtuman tavoitteeksi asetettiin 2 500 eri ikäistä osallistujaa eri tanssilajeista. Tapahtumaa markkinoitiin koko vuosi tanssin kentällä. Tammikuussa 2020 julkistettiin ohjelma sekä kansainväliset vieraat ja tarkennettiin yhteistyökuvioita. Helmikuussa käynnistyivät Nuoren Kulttuurin aluetapahtumat, joista valittiin edustajat valtakunnalliseen tapahtumaan Tampereelle. Maaliskuussa alkoi osanottajaryhmien ilmoittautuminen ja vapaaehtoisten rekrytointi. Valmistelut etenivät suunnitelmien mukaan, kunnes kaikki muuttui.

Maaliskuun puolivälissä korona oli myös Suomen asia, ja viranomaiset asettivat tiukat suositukset ja rajoitukset viruksen leviämisen ehkäisemiseksi. Ohjeet vaikuttivat merkittävästi tapahtumiin ja siten myös SottiisiMovesin suunnitteluun. Ohjelma-aikataulut tiivistettiin viidestä kolmeen päivään, ilmoittautumisaikaa jatkettiin ja peruutusehtoja muokattiin joustavimmiksi.

Muutaman viikon päästä kuitenkin todettiin, että tapahtuman järjestäminen ei ole mahdollista, ja se siirrettiin lokakuulle. Koska tilanne oli myös kansainvälisesti hankala, päätettiin tapahtuma järjestää kotimaisin voimin ja kansainvälisistä vieraista luovuttiin virolaisia ryhmiä lukuun ottamatta. Oleellisena osana siirtopäätöstä oli se, että syksyn tapahtumapaikaksi saatiin Tampere-talo, joka konserttitiloiltaan tarjosi turvalliset puitteet myös mahdollisessa pandemiatilanteessa.

Kesä meni hyvin, pandemiatilanne helpottui ja rajoituksia purettiin. Syksyn alussa tehtiin varotoimena neljän eri koronaskenaarion tiekartta, jonka pohjalta tapahtuman valmistelut jatkuivat.

”Korona-asioita käsiteltiin koko organisaation voimin skenaariotyöskentelyllä. Siinä muodostettiin neljä eri skenaariota koronapandemian kehityksestä ja sen konkreettisista vaikutuksista tapahtuman tuotantoon. Tämä muodosti erittäin hyvän

pohjan koronatoimenpiteiden suunnittelulle, koska asioita tarkasteltiin niin ohjelmatuotannon, järjestelyjen, osallistujahuollon ja viestinnän näkökulmista, kukin omalta vahvuusalueeltaan käsin”, Elina Vulli toteaa.

Elokuun lopussa koronatilanne muuttui kuitenkin epäsuotuisaan suuntaan ja yleisörajoitukset kiristyivät. Yli 50 hengen yleisötilaisuudet sallittiin sillä edellytyksellä, että niiden turvallisuus voitiin varmistaa koronavirustartuntojen ohjeistusten mukaisesti. [10]

Syyskuussa Viron matkustussääntöihin tuli muutos, ja matkat Suomeen kiellettiin. [11] Näin ollen virolaiset esiintyjät joutuivat perumaan tulonsa. 1.10. järjestettiin osallistujille ja esiintyjille webinaari, jonka keskeisenä sisältönä oli terveysturvallisuuteen liittyvät asiat. 7.10. pidettiin infotilaisuus vapaaehtoisille viranomaisohjeistuksia noudattaen maskien ja turvavälien kera.

Kaksi päivää tästä eli 9.10. tapahtumakonseptia muokattiin vielä kerran, kun tapahtuma päätettiin järjestää striimattuna ilman yleisöä. Pandemiatilanne heikkeni, eikä livetapahtuman järjestäminen vastuullisesti ollut enää mahdollista. Tapahtuman nimeksi tuli SottiisiMoves Stream.

## Uusi ja tuntematon korona

Tapahtumien turvallisuutta säätelevät erilaiset lait ja säädökset. Koronapandemia muutti oleellisesti turvallisuussuunnittelua, kun yhdeksi riskitekijäksi esimerkiksi järjestyksenvalvonnan, tapaturmien ja tapahtumarakenteiden turvallisuuden rinnalle tuli terveysturvallisuus. Turvallisuussuunnitelman osaksi tehtiin laaja ja yksityiskohtainen koronaan varautumisen toimenpidesuunnitelma.

”Perinteisesti poliisi ja pelastuslaitos ovat ottaneet kantaa tapahtuman turvallisuuteen liittyvissä asioissa, mutta tässä tapauksessa painopiste siirtyi terveysturvanomaisten suuntaan”, Jukka Heinämäki arvioi.

Toimenpiteitä pohdittaessa hyödynnettiin valtakunnallisia ja alueellisia viranomaisohjeistuksia sekä muiden toimijoiden ohjeita. Ohjeiden soveltamisessa auttoi Tampereen kaupungin tartuntatautilääkäri.

”Tampereen kaupungin tartuntatautilääkäri oli korvaamaton apu eri koronatoimenpiteiden arvioimisessa ja priorisoimisessa. Epidemiologian ammattilaisena hän otti kantaa siihen, millä toimenpiteillä on eniten vaikutusta koronaviruksen torjumiseen (esimerkkinä käsihygienia) ja minkä toimenpiteiden merkitys on niin vähäinen, ettei niitä ole järkevää toteuttaa (esimerkkinä lavan moppaaminen jokaisen esiintyjän jälkeen)”, Elina Vulli muistelee.

Pandemia piti huomioida kaikilla tuotannon osa-alueilla: ohjelmasta järjestelyihin ja viestinnästä talouteen. Ohjelmapuolella esiintymispuitteiden ja yleisöturvallisuuden lisäksi piti miettiä muun muassa pukuhuoneiden riittävää määrää, niiden väljää käyttöä ja tarvittavia välisiivouksia. Koska kontaktit esiintyjäryhmien välillä piti minimoida, ryhmien kulkureitit esiintymistiloissa tulivat myös merkityksellisiksi. Katsomopaikkojen määrä puolitettiin, jotta turvavälit saatiin toteutettua. Koska kyseessä oli tanssitapahtuma, tanssiminen sallittiin vain oman parin kanssa ja yhteiset tanssitilaisuudet jäivät ohjelmasta pois.



Järjestelyiden osa-alueella oleellisia olivat muun muassa yhteismajoitustilojen väljyys, yhteisruokailujen porrastus- ja jonotuskäytänteet, tehostettu siivous ja asiakaspalvelupisteiden suojaaminen. Pienet ryhmät saivat majoituskoululta oman luokan, ja aiempi ryhmien yhdistäminen samaan tilaan ei ollut enää mahdollista, jotta kontaktit eri ryhmien välillä minimoitiin. Tapahtumapaikoille laitettiin opasteita viranomaisten antamista yleisohjeistuksista ja totta kai kauppalistalle kasvomaskit ja käsidesit.

Koska tapahtumaa toteutti suuri vapaaehtoisten joukko, myös heidän suojaamisensa tartunnan ehkäisemiseksi oli tärkeää. Vapaaehtoisille ja osallistujille tehtiin tarkat ohjeet, joissa neuvottiin, kuinka toimia mahdollisessa virustartuntatilanteessa. Vapaaehtoisten ja tuotantohenkilöstön varahenkilöjärjestelyt piti myös miettiä etukäteen mahdollisten altistusten varalta.

Viestintä poikkeustilanteessa on aina haastavaa. Tiedotusvälineistä tulevan informaatiotulvan, asiakkaiden reaktioiden, viranomaisohjeiden, talouden realiteettien ja maalaisjärjen välillä tasapainoilu vaati pään kylmänä pitämistä. Viestinnän sisällöt ja ulostulot piti miettiä tarkkaan. Viestinnän kärkenä oli, että turvallisuus edellä mennään, viranomaisohjeita noudatetaan ja niihin reagoidaan heti.

## Digiloikka, opit tulevaisuuteen

SottiisiMoves toteutettiin lopulta striimattuna ilman yleisöä ja tanssikatselmuksat videokatselmuksena, jossa ryhmät saivat raadin palautteen lähettämiensä videoiden pohjalta. Konserttiohjelma muokattiin viikossa uuteen muotoon: samalla Tampere-talon Sorsapuistosaliin rakennettiin studio-olosuhteet, joista viikonlopun aikana tuotettiin viisi tilaisuutta.

Osa tilaisuuksista lähetettiin suoratoistona reaaliaikaisesti ja osa tallenteina. Yhteistyökumppaneina olivat Tampereen seudun ammattiopisto Tredun audiovisuaalisen viestinnän opiskelijat, jotka opettajansa johdolla hoitivat teknisen toteutuksen yhdessä paikallisen tapahtumatekniikan palvelutuottajan kanssa. Tilaisuuksia seurasi noin 6 000 katsojaa 23 maasta, ja niitä oli toteuttamassa 120 esiintyjää. Katselmuksiin osallistui yhteensä 66 ryhmää.

Puolen vuoden poikkeuksellinen matka toi paljon hyödyllistä oppia myös tulevaan, ja digiloikka oli valtava. Striimi- ja virtuaalitapahtumat tulevat taatusti lisääntymään, ja suoratoistot tulevat normaaliksi osaksi tapahtumatuotantoa. SottiisiMoves Streamin saavuttamat katsojamäärät osoittavat, että verkon kautta saavutettavuus on aivan eri luokkaa kuin livetapahtumassa, ja tämä on todella hieno asia.

SottiisiMovesin tuotantotiimissä säilyi luja usko toteutukseen ja koko porukka puhalsi yhteen hiileen. Tarvittiin valtava määrä selvitystyötä, asiakirjoihin tutustumista, kokouksia, sähköpostiviestejä ja puhelinsoittoja, jotta tapahtuma voitiin rakentaa aina uudelleen tilanteeseen sopivaksi ja turvalliseksi.

Tilanteet vaihtelivat ja suunnitelmat muuttuivat moneen kertaan eikä turhalta työltäkään vältytty. Maaliskuusta lähtien kaikki kokoukset pidettiin etänä, ja tiimi tapasi toisensa livenä vasta lokakuussa 2020. Työporukassa säilyi kannustava ilmapiiri koko prosessin ajan, ja muutamien epätoivoisten hetkienkin jälkeen työ jatkui suunnitellusti. SottiisiMoves oli oiva esimerkki siitä, mihin joustava tapahtumaorganisaatio tarvittaessa pystyy: jatkuvaan sopeuttamiseen ja sopeutumiseen laadusta tinkimättä.

## Kohti uutta normaalia

On selvää, ettei pandemian jälkeen paluuta entiseen ole, vaan tapahtumateollisuuden tulevaisuudessa hämöttää uusi normaali. Tulevaisuuden tapahtumatuotantoihin tarvitaan uusia toimintatapoja, joissa yhdistetään sekä kasvokkain kohtaamista että digitaalisia ratkaisuja, eräänlaisia hybridimalleja. Tarvitaan myös organisaatioiden vanhojen toteutusmallien rohkeaa päivittämistä ja henkilöstön koulutusta.

Koska pandemiatilanne ei vielä ole ohi, pitää jatkossa työstää rinnakkain useita eri malleja, jotka voidaan ottaa käyttöön tilanteen mukaan. Jotta vältytään päällekkäiseltä ja turhalta työltä, ennakointi on tärkeää ja päätökset toteutuksesta pitää tehdä hyvissä ajoin. Myös tapahtuma-alan yhteistyöverkostojen merkitys varmasti korostuu tulevina vuosina.



Live-tapahtumat eivät kuitenkaan tästä maailmasta katoa, sillä ihmisten tarve yhteisöllisyyteen on ja pysyy. Mikään ei korvaa yleisön ja esiintyjän välistä vuorovaikutusta livetilanteessa tai vaikkapa kaveriporukan kohtaamista hyvän taide-elämyksen äärellä. Tapahtumilla on tärkeä merkitys osana ihmisten elämää ja hyvinvointia, ja näin on varmasti jatkossakin.

Hoppu Päivi, tapahtumasihteeri

Pispalan Sottiisin/Suomen Nuorisoseurojen tapahtumatoimisto

Luttinen Noora, freelancer tapahtuma-alalla

Hoppu Petri, yliopettaja

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Valtioneuvosto. 2020. Hallitus päätti suosituksista koronaviruksen leviämisen hillitsemiseksi. Tiedote 132/2020, 12.3.2020. Hakupäivä 11.12.2020.

<https://valtioneuvosto.fi/-/10616/hallitus-paatti-suosituksista-koronaviruksen-leviamisen-hillitsemiseksi>

[2] Valtioneuvosto. 2020. Hallitus totesi Suomen olevan poikkeusoloissa koronavirustilanteen vuoksi. Tiedote 140/2020, 16.3.2020. Hakupäivä 11.12.2020.

<https://valtioneuvosto.fi/-/10616/hallitus-totesi-suomen-olevan-poikkeusoloissa-koronavirustilanteen-vuoksi>

[3] Siltanen, M. 2020. Koronalla on valtava vaikutus Tampereen seudun tapahtumiin, rahallista tappiota on tullut jo ainakin 10 miljoonaa euroa. YLE uutiset 27.3.2020. Hakupäivä 11.12.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11278488>

[4] Tapahtumateollisuus ry 2020. Mitä on tapahtumateollisuus? Hakupäivä 11.12.2020. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/mita-on-tapahtumateollisuus/>

[5] Maria Sahlstedtin haastattelu 8.12.2020. Noora Luttisen hallussa.

[6] Jukka Heinämäen haastattelu 10.11.2020. Päivi Hopun hallussa.

[7] Elina Vullin haastattelu 10.11.2020. Päivi Hopun hallussa.

[8] Aluehallintovirasto. 2020. Usein kysyttyä kysymyksiä koronaviruksesta. Hakupäivä 11.12.2020. <https://avi.fi/usein-kysyttya-koronaviruksesta>

[9] Saarikko, A. 2020. Facebook-päivitys 4.12.2020. Hakupäivä 11.12.2020. <https://www.facebook.com/SaarikkoAnnika/>

[10] Aluehallintovirasto. 2020. Yleisötilaisuuksien rajoitukset kiristyvät syyskuussa tartuntatautilanteen vuoksi. Tiedote 24.8.2020. Hakupäivä 11.12.2020. <https://avi.fi/tiedote/-/tiedote/69887654>

[11] Valtioneuvosto. 2020. Maahantulon rajoituksia tiukennetaan koronatilanteen perusteella. Tiedote 110/2020, 24.9.2020. Hakupäivä 11.12.2020. <https://valtioneuvosto.fi/-/1410869/maahantulon-rajoituksia-tiukennetaan-koronatilanteen-perusteella>

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Hoppu Päivi, Luttinen Noora. Hoppu Petri

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

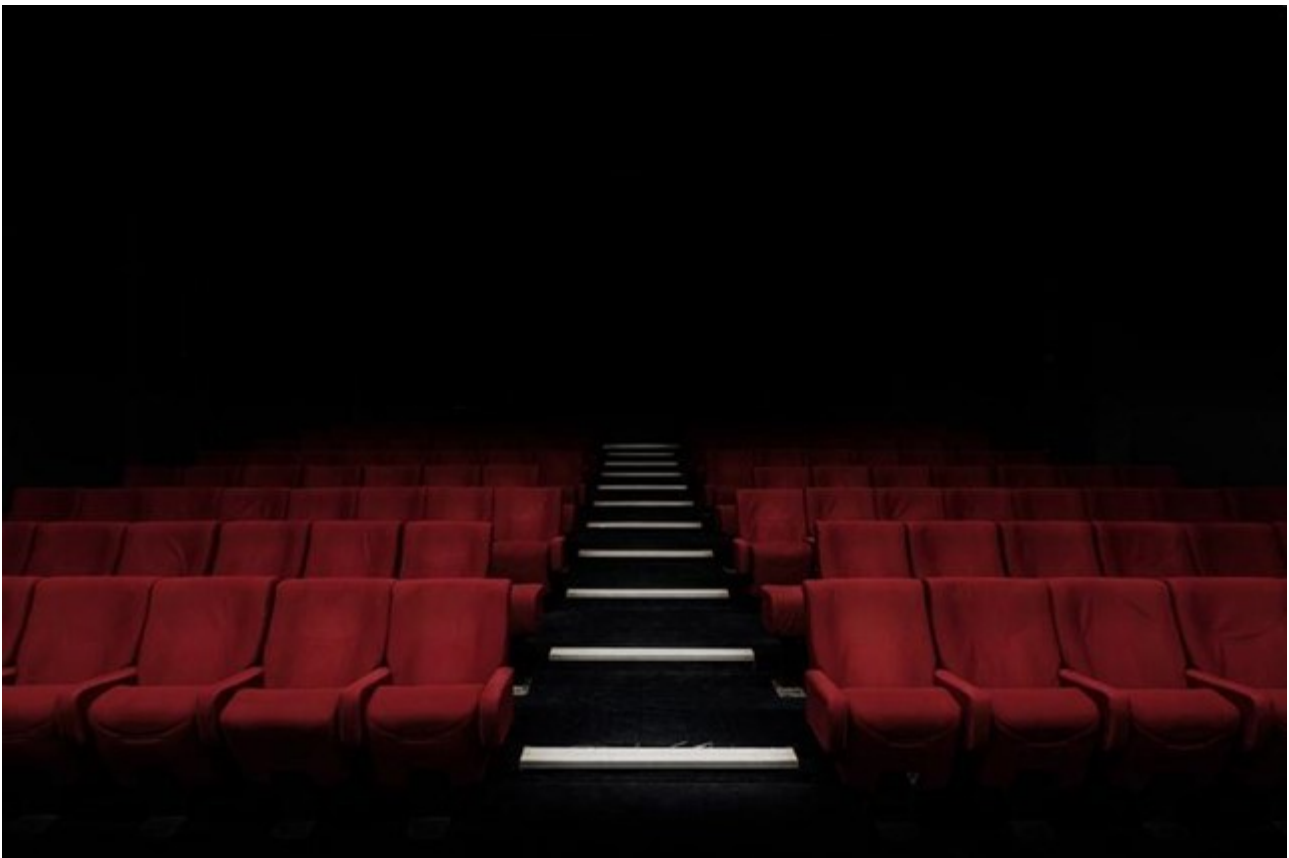
**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021060835769>

**Tiivistelmä:** Vuonna 2020 tapahtuma- ja kulttuuriala oli ennennäkemättömän muutoksen edessä. Alkuvuodesta maailmalla kulkenut COVID-19-pandemia saavutti Suomen ja koko tapahtuma-ala pysähtyi. Pandemian leviäminen heitti nopeasti koko alan valtaviin haasteiden eteen, ja sillä on ollut terveysvaikutustensa lisäksi myös mittavat taloudelliset ja sosiaaliset vaikutukset.

# Urheilu jyrää ja kulttuurilaitokset sulkevat ovensa

4.10.2021 - Jeremejeff Tiina, Tötterström Jouko

**On helppoa todeta se, minkä niin moni muukin on jo tämän vuoden aikana todennut: korona ja kokoontumisrajoitukset ovat muuttaneet vapaa-aikaamme ja työelämää täysin, emmekä voi nauttia kulttuuri- ja urheilutapahtumista kuten ennen. Kulttuurin saralla epidemian aiheuttamat tappiot ovat järkyttävät. Onkin aika silmäillä miten kulttuurialan kulurakenne ja tulot ovat rakentuneet. Esimerkiksi festivaaleja jouduttiin jättää järjestämättä, ja myös useat teatterit ovat lomauttaneet työntekijänsä, joten kuluttajat eivät pääse nauttimaan varsinkaan kotimaisesta viihteestä kuten aiemmin.**



Teattereiden katsomot pysyvät tyhjinä (kuva: Felix Mooneeram/Unsplash.com)

# Urheilu on löytänyt uusia ratkaisuja

Urheilu ja kulttuuri tuottavat molemmat elämyksiä kuluttajille.

Jos vertaamme näitä kahta alaa ja niillä nähtyjä ratkaisuja epidemian aikana, on helppo todeta, että erot ovat valtavat. Tälläkin hetkellä urheilussa useat organisaatiot toimivat ja tekevät tulosta, vaikka stadionit ja hallit ovat suljettuna katsojilta. Monet urheiluliigat ovat raportoineet jopa katsojamäärien kasvusta vuoden aikana. NBA ja UFC ovat kertoneet tavoittaneensa huomattavasti enemmän katsojia vuoden 2020 kuluessa, ja sama trendi on jatkunut vuonna 2021.

On huomattavaa, kuinka nopeasti urheiluliitot ja -liigat reagoivat pandemian aiheuttamaan tilanteeseen. He myös etsivät uusia ratkaisuja, joilla pelaajat pääsevät tekemään töitään. Tämän kautta myös kuluttajat ovat voineet seurata tapahtumia kotoa.

Huippusuositun Pohjois-Amerikan koripalloliiga NBA:n viime kausi jouduttiin perumaan vuonna 2020. Tämä aiheutti miljardien dollareiden tappiot, ja 55 000 henkilöä jäi ilman työtä. Kauden peruminen ei koskenut vain pelaajia, vaan myös kaikkia organisaation työntekijöitä stadionin siivoojista lähtien. Joukkueet menettivät myös suuren summan tv- ja sponsorisopimusten tuomista tuloista, koska pelejä ei voitu käydä.

Jotta liigaa voitaisiin jatkossakin pelata, NBA valitsi todella luovan ratkaisun ja panosti e-urheiluun. He aloittivat e-sport-liigan tähtipelaajien kesken, mutta sen lisäksi he palkkasivat e-urheilutähtiä pelaamaan koripalloilijoita vastaan. Myös fanit voivat koota oman joukkueensa ja pelata omassa e-liigassa. Tämän NBA2K-liigan avulla katsojamääriä on pystytty kasvattamaan. Normaalisti kauden aikana on tavoitettu 297 miljoonaa katsojaa, mutta vuonna 2020 tämän artikkelin kirjoitushetkellä katsojia on ollut jo peräti 347 miljoonaa. [1]

Tämä tarkoittaa, että NBA on tavoittanut reilusti uusia katsojia, jotka eivät normaalisti seuraa koripalloa. Menetettyjä tuloja on pystytty tämän avulla korvaamaan noin miljardin verran, mikä tarkoittaa sitä, että liigan joukkueet saavat kausipalkkion normaalisti.

Katsojamäärien nousu on huomattu myös vähemmän suosittujen lajien kohdalla, kuten brasilialaisen jujutsun Suomen mestaruuskisojen kohdalla: kisoja seurasi tänä vuonna yli 3000 henkeä kotoa käsin, kun taas aiempina vuosina katsojia on ollut sekä paikan päällä ja verkossa molemmissa alle tuhat. Puhumme alle 5 000 harrastajan lajista. Ihmiset kaipaavat harrastuksiaan, ja ovat innokkaita seuraamaan tapahtumia poikkeusoloissa kotoa käsin.

## Ajatuksia kulttuurialan toiminnasta

Kulttuuri ja urheilu antavat molemmat elämyksiä katsojille, mutta miksi toinen näistä pystyy tuottamaan huomattavasti enemmän digitaalista sisältöä? Jopa stadioneiden ollessa suljettuina urheilu pystyy tuottamaan miljardeja dollareita. Johtuuko tämä siitä, että urheilussa seurat ovat omavaraisia ja niillä on useita tulonlähteitä, kun taas kulttuurin alalla olemme tottuneet vain odottamaan apurahoja tai voimme käyttää saamiamme tukia vain tiettyihin tuotantoihin?

Kulttuurituottajien pitäisi ottaa vastuu siitä, että ihmiset voisivat seurata varsinkin kotimaista kulttuuria myös kotoa käsin. On melko ironista, että me luovan alan ammattilaiset emme kykene luoviin ratkaisuihin saadaksemme kassavirran pyörimään ja toimintaa omavaraisemmaksi. Meillä on nykypäivänä suuri määrä digitaalisia ratkaisuja, joita voisimme hyödyntää.

Ehkä koronan aiheuttama tilanne ravistaa kulttuurialankin hereille, ja pystymme tulevaisuudessa tekemään päätöksiä nopeammin sekä hyödyntämään teknologiaa, jota on tarjolla. Meidän tulisi myös tarkastella sitä, miten kulurakenne luovilla aloilla rakentuu ja tehdä kulttuurialasta mahdollisimman omavarainen, jotta meidän ei tarvitsisi odottaa tukia tai sponsorirahoja, jotka tietyllä tavalla myös rajoittavat luovuutta.

Kotimaisen kulttuurin jatkuvuuden kannalta on tärkeää, että tuemme kulttuuria tänä vaikeana aikana, jotta pandemian päätyttyä meillä on edelleen paikkoja, joissa voimme nauttia erilaisten kulttuurialojen tuomista elämyksistä. Emme voi pelkästään jäädä odottamaan valtion antamaa elvytyspakettia, josta ei ole vielä edes varmuutta.

# Kotimainen teatteri koetuksella

Kotimaiset teatterit ja konserttitalot ovat joutuneet koronarajoitusten vuoksi joko sulkemaan ovensa tai pitämään esitykset rajoitetuille yleisömäärille. Tällä on ollut murskaava taloudellinen vaikutus taidelaitosten toimintaan.

Tampereen Työväen Teatterin johtaja **Otso Kautto** kertoi syyskuussa 2020 Ylen haastattelussa, että teatteri tekee noin miljoonan euron tappiot koronarajoitusten vuoksi, eikä pieniä näyttämöitä ole varaa avata. Ensin jouduttiin karsimaan 200 freelance-työntekijän paikat, ja haastattelun aikaan myös vakiohenkilökunta oli lomautettuna ja YT-neuvottelut käynnissä. [2]

Teatterin tiedotuskeskuksen TINFOn mukaan kaikki teatterit Suomessa tekivät koronatoimenpiteiden vuoksi viikossa 1,7 miljoonan euron tappiot, ja kahdessa kuukaudessa summa kasvaa jopa 13,6 miljoonaan euroon (marraskuu 2020). TINFOn laatimien tilastojen mukaan (marraskuu 2020) peruuntuneita esityskertoja oli 3 879, ja toteutuneet 2 959 näytäntöä keräsivät yhteensä 577 545 katsojaa. Edellisvuoteen verrattuna esityskertojen määrä putosi siis 56 %, ja katsojia oli 57 % vähemmän. [3]

Tulojen menetys siis kulttuurialan, etenkin esittävän taiteen työntekijöille on ollut kestämaton. Suomen Näyttelijäliitto ja Teatteri- ja mediatyöntekijöiden liitto (Teme ry) arvioivat, että näyttelijöiden osalta tulonmenetyksiä on 5–6 miljoonaa euroa ja 16–20 miljoonaa euroa teatteri-, tanssi-, sirkus-, elokuva- ja tv-tuotannon aloilla työskentelevien osalta.

Emme voi unohtaa myöskään näytelmäkirjailijoita, dramaturgeja sekä kääntäjiä, jotka usein työskentelevät freelancer-sopimuksella, jolloin tulot on sidottu prosenttiosuuksiin lipputuloista.

# Ratkaisuksi suoratoisto ja verkkopalvelut myös ulkosuomalaisille?

Saisimme todennäköisesti helpostikin katettua asiakaspaikkojen rajoituksesta johtuvia tappioita sillä, että tarjoamme mahdollisuuden seurata teatteria livenä tai tallenteena kotona milloin katsojalle sopii. Emme myöskään rajoittaisi palveluitamme tiettyyn alueeseen, ikäryhmään tai tulojen perusteella.

TINFO:n mukaan 15 teatteria kokeili näytäntöjen live-striimausta kevään 2020 aikana, ja 17 esityskertaa keräsi 21 641 katsojaa. Myös maailmalla on nähty kuinka suosittuja esittävän taiteen tallenteet ja live-striimaukset ovat. Näistä kahdesta tulisikin tehdä osa pysyvää ekosysteemiä myös kotimaisen esittävän taiteen alalle. [4]

Useaa ulkosuomalaista (25–40-vuotiaat) haastatellessa 95 % heistä vastasi, että he kaipaavat tällaisia ratkaisuja ja olisivat valmiita ostamaan vuosittaisen pääsyn palveluun, jotta voisivat seurata kotimaista viihdettä ja kulttuuria. Varsinkin 30–40-vuotiaat kaipaavat teatterin näytelmiä ja suosikkiartistien konsertteja.

Ulkosuomalaisia on yli 1,6 miljoonaa, joten kyseessä on suuri ryhmä, joka on valmis sijoittamaan kohtuullisen summan siihen, että saisi seurata suomalaista kulttuuria kotoa käsin ympäri maailmaa. Myös monet Suomessa asuvat nuoret kertoivat olevansa kiinnostuneita seuraamaan kotimaista kulttuuria kotoa käsin, koska heillä ei ole aina varaa lähteä teatteriin. Jos tarjolla olisi edullinen ratkaisu, he mielellään hyödyntäisivät palvelun. 14,95 euroa kuukaudessa oli heidän mielestään kohtuullinen kuukausittaisesta palvelusta sekä 5,90 euroa yksittäisestä katselukerrasta. Viikoittaisesta palvelusta ollaan valmiita maksamaan 9,90 euroa.

Pay-Per-View on todettu toimivaksi urheilussa, joten miksi emme hyödynnä sitä myös kulttuurin saralla? Mikseivät Tampereen Työväen Teatteri ja muut teatterit hyödynnä mahdollisuutta avata virtuaaliteatteria tai omaa suoratoistoista Pay-Per-View-palvelua? Tämän avulla tuhannet kulttuurinystävät voisivat nauttia näytelmistä kotoa, ja teatterit saisivat tehtyä tulosta. Kuten TINFO:n alustavista luvuista jo näemme, on palvelulle selvästi kysyntää.

Teatterit voisivat lisätä esitettävään ohjelmistoon tallenteena myös menneiden vuosien menestysnäytelmiä, jotka ovat jääneet monilta näkemättä, koska heillä ei ole ollut aikaa tai varaa matkustaa toiselle paikkakunnalle katsomaan teatteria.

Myös taidegalleriat voisivat hyödyntää virtuaalikerroksia tehokkaammin sekä tarjota asiakkailleen mahdollisuuden sovittaa tauluja virtuaalisesti omaan kotiin. Tällaiseen käyttöön sopivia sovelluksia on jo useita, ja ne auttavat ostajaa näkemään taideteoksen kotona.

## Opiskelijat apuun

Virtuaalisen sisällön rakentaminen ei ole enää tänä päivänä valtava sijoitus, ja usealla paikkakunnalla esimerkiksi kaupunginteatterit voisivat hyödyntää kulttuurituotannon yliopisto- ja AMK-opiskelijoita sekä audiovisuaalisen linjan ammatillisia opiskelijoita.

Nuorilla on varmasti näkemystä sekä kaikki tarvittava osaaminen luoda digitaalista sisältöä. Tässä olisi myös oiva tilaisuus alan opiskelijoille päästä rakentamaan portfolioita ja saada käsitys siitä, millaista elämä projektien täyteisellä kulttuurialalla on.

Tämä lisäisi myös kotimaisten kulttuurialan työntekijöiden verkostoitumista, jota tulemme tarvitsemaan tulevaisuudessa huomattavasti enemmän, jotta kotimainen kulttuuri saadaan elpymään.

Jeremejeff Tiia, opiskelija

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurituottamisen ja luovan talouden tutkinto-ohjelma (YAMK)

Tötterström Jouko, yliopettaja

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö



## Lähteet

[1] Perez, P. 2020. Rethinking Live Sports in the Age of COVID-19. The Diffusion Group 16.4. Hakupäivä 3.11.2020. <https://www.tdgresearch.com/rethinking-live-sports-in-the-age-of-covid-19/>

[2] Alapirtti, S. 2020. Kautto Ylelle: TTT tekee miljoonan tappiot. Aamulehti 14.9. Hakupäivä 12.11.2020. <https://www.aamulehti.fi/teatteri/art-2000007585689.html>

[3] Koronakevään tuhot teattereissa. 2020. TINFO 19.11. Hakupäivä 1.12.2020. <https://www.tinfo.fi/fi/Koronakevaan-tuhot-teattereissa>

[4] Teatterille erävoitto kotisohvasta ja katselulaitteen ruudusta. 2019. TINFO 13.6. Hakupäivä 3.11.2021. [https://www.tinfo.fi/fi/Teatterille\\_eravoitto\\_kotisohvasta\\_ja\\_katselulaitteen\\_ruudusta](https://www.tinfo.fi/fi/Teatterille_eravoitto_kotisohvasta_ja_katselulaitteen_ruudusta)

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Jeremejeff Tiina, Tötterström Jouko

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021081243195>

**Tiivistelmä:** On helppoa todeta se, minkä niin moni muukin on jo tämän vuoden aikana todennut: korona ja kokoontumisrajoitukset ovat muuttaneet vapaa-aikaamme ja työelämää täysin, emmekä voi nauttia kulttuuri- ja urheilutapahtumista kuten ennen. Kulttuurin saralla epidemian aiheuttamat tappiot ovat järkyttävät. Onkin aika silmäillä miten kulttuurialan kulurakenne ja tulot ovat rakentuneet. Esimerkiksi festivaaleja jouduttiin jättää järjestämättä, ja myös useat teatterit ovat lomauttaneet työntekijänsä, joten kuluttajat eivät pääse nauttimaan varsinkaan kotimaisesta viihteestä kuten aiemmin.

# Digitaalisten palvelujen uudet mahdollisuudet kulttuurin kentällä

4.10.2021 - Tähtinen Kristiina, Kotala Jutta, Kuulusa Anna, Perkkiö Heli, Tötterström Jouko

**Keväällä 2020 myös kulttuuriala teki muiden toimijoiden tavoin valtavan digiloikan. Teknologinen osaaminen nousi keskiöön, kun yleisön tavoittamisen keinoja joutui pohtimaan uudesta digitaalisesta näkökulmasta. Tässä artikkelissa tarkastellaan digiloikkaa esimiehen, kulttuurituottajan, opettajan ja kulttuuripalveluiden käyttäjän näkökulmasta.**



Kalat (tekijä: Eevi Mattila)

# Johdanto

Kevät 2020 jää kulttuurialalla historiaan keväänä, joka ensin pysäytti konsertit, teatterin, baletin, keikat, sulki museot ja näyttelyt, vei opetuksen etätoteutukseen – ja hetki äkkipysähdyksen jälkeen siirsi tarjonnan digitaaliseen muotoon. Tilanne pakotti eri kulttuuritoimijat pohtimaan uusia malleja työlleen, päivittämään teknologiset valmiudet ja osaamisen vastaamaan päivän tarpeita sekä löytämään uusia keinoja tavoittaa yleisöä. Valittavana oli useita ilmaisia työkaluja, ja toimijat ottivat käyttöönsä niistä toiminnalleen sopivimmat vaihtoehdot. Käyttöönotto ja käyttäminen sujuivat pääosin hyvin, mutta pieniä haasteita kuitenkin ilmeni matkan varrella osalla toimijoista.

Tässä artikkelissa tarkastellaan kulttuurialan digiloikkaa neljästä eri näkökulmasta. Mukana ovat esimiehen, kulttuurituottajan, opettajan sekä kulttuuripalveluiden käyttäjän näkökulmat. Esimiesnäkökulmaa edustaa Raahen musiikkiopiston sekä Raahe-opiston johto. Samojen opistojen opettajat pohtivat teemoja oman ammattinsa näkökulmasta. Tuottajan näkökulman tuovat mukaan eArktisten ja Tapahtumatalo Raahen tuottajat. Käyttäjäkokemuksia puolestaan kertovat Oulu Sinfonian kuulijat sekä Tanssistudio Razzmatazzin asiakkaat.

## Taiteen opetuksen digiloikka – rehtoreiden mietteitä

Raahen musiikkiopiston ja Raahe-opiston taiteen perusopetus siirtyivät etäopetukseen 18.3.2020 alkaen koko loppukevääksi. Poikkeustilan myötä opistojen työtapoihin tuli muutoksia: vaikka digitaalisia työkaluja oli opistojen rehtorien mukaan hyödynnetty jo ennen poikkeustilaan siirtymistä jossain määrin, käytettävien alustojen määrä lisääntyi huomattavasti etäopetukseen siirtymisen myötä. Etäopetuksessa hyödynnettiin eri videopuhelusovelluksia kuten Google Duo ja Zoomia, Google Classroom -oppimisympäristöä, Microsoft Teams -alustaa, Padlet-seinää sekä Microsoft OneDrive -tiedostonjakopalvelua, sillä näiden käyttö ei vaadi pitkää koulutusta opettajalta tai asiakkaalta eikä maksullisia lisenssejä. [5] [7]

Molemmat opistot siirtyivät etäopetukseen heti valtioneuvoston ohjeistuksen tultua, minkä vuoksi oppimisympäristöjen ja opetusmuotojen valinnat tuli tehdä nopealla aikataululla. Oppimisympäristön valintaan vaikuttivat molemmissa oppilaitoksissa rehtorien mukaan työn luonne ja opetussuunnitelmat, sillä kaikkea opetusta ei voitu suoraan viedä etäopetusmuotoon. Opettajat joutuivat sen myötä tekemään luovia ratkaisuja opetussisältöjen suhteen. [5] [7]

Esimerkiksi Raahe-opiston kudontakurssin opettaja ideoi etätehtäväksi kasvomaskien valmistamisen, sillä opiston kangaspuita ei ollut mahdollista käyttää poikkeustilan aikana. Kursseilla hyödynnettiin myös paljon kotoa löytyviä kierrätys- ja kartonkimateriaaleja sekä luonnon materiaaleja. Liikuntakurssit tuotettiin opistossa osittain etänä, ja rehtorin mukaan nuoremmat osallistujat olivat sinut asian kanssa. [5] Musiikkiopistossa opetussuunnitelman toteuttamisessa otettiin huomioon perheiden haasteet ajan sekä tarvittavien laitteiden suhteen. Opisto myös kokeili lähiovetusta sekä etäopetusta yhdistävää hybridimallia. [7]

Digitaalisten ympäristöjen käyttöönotto sujui molemmilta opistoilta hyvin. Musiikkiopiston rehtorin mukaan henkilökunta otti opetus- ja kokouspalvelut käyttöön sujuvasti, sillä henkilökunnalla oli eritasoisia digitaitoja jo ennestään. Opettajille tarjottiin myös kirjalliset ohjeet ja etäneuvontaa palveluiden käyttöön, ja heille annettiin mahdollisuus opettaa etänä joko omasta luokastaan tai kotoa käsin. [7]

Myös Raahe-opiston rehtori oli tyytyväinen siihen, että henkilökuntaa sekä asiakkaita oli jo aiemmin koulutettu digitaitoihin Digittää-hankkeessa. Rehtori totesi kuitenkin, että opistossa oli vielä osittain pulaa osaamisesta ja välineistä: opistolla oli esimerkiksi käytössä vain muutamia tablettitietokoneita. Opisto ei tehnyt kevään aikana lisähankintoja, koska taloustilanne ei ollut selvä ja lomautukset aiheuttivat huolta. Syksyn myötä kalustohankintoja on jälleen tehty, ja muun muassa koulutusta on hankittu.

Poikkeustila aiheutti kuitenkin Raahe-opiston rehtorin mukaan haastavia muutoksia: enemmistö opiston opettajista jouduttiin lomauttamaan loppukevään ajaksi, mistä johtuen valtaosa kursseista jouduttiin keskeyttämään. [5] Musiikkiopistolla tilanne oli parempi; siellä lomautuksia ei tehty, joten lukuun ottamatta säästytunteja ja

osaa musiikkileikkikoulutoiminnasta kevään 2020 opetus toteutui sataprosenttisesti. [7]

Kevään poikkeustila antoi molempien rehtorien mukaan opistoille paremmat valmiudet järjestää etäopetusta myös jatkossa. Raahe-opisto on suunnitellut lisäävänsä kurssitarjontansa etäopetusta ja verkkokursseja, joiden yhtenä tarkoituksena on lisätä opetuksen saavutettavuutta. Verkkokurssien toteutukseen opisto kuitenkin tarvitsee lisää etenkin kannettavia tietokoneita, jotta kurssien toteuttaminen olisi mahdollista. Musiikkiopisto puolestaan suunnittelee hankkivansa hankerahoituksen turvin laadukkaan videokuvauskaluston konserttien tallentamista varten.

Opistojen rehtorit ovat saaneet korona-ajan opetustoimista palautetta niin asiakas- kuin sidosryhmiltäkin. Musiikkiopistoa kiiteltiin siitä, että toimintaa on kyetty ylläpitämään ja opetus on toteutunut. Perheet kokivat tärkeäksi sen, että lapsen tai nuoren harrastus jatkui myös etäaikana. Raahe-opiston saama palaute oli vähäinen, mutta toiveita eri alustojen käyttökoulutuksesta tuli monilta tahoilta. [5] [7]

Onko digitaalisten palveluiden lisääminen innovoinut jotain uutta oppilaitoksiin? Rehtorit kertoivat, että opistoissa kartoitetaan mahdollisuuksia hybridi- ja virtuaaliopetuksen monipuolistamiseen. Virtuaaliopetus on tuonut paljon nuoria Raahe-opiston piiriin, joten opiston piiriin on saatu enemmän ja osin uudenlaista asiakaskuntaa. Raahen musiikkiopistossa digitaalisilla työkaluilla aiotaan laajentaa toimintaa monipuolisemmaksi ja tuottaa konsertteja myös digikanavia hyödyntäen videoina ja mahdollisesti striimaamalla. [5] [7]



VIDEO 1. Raahe Sinfonietta. K. Jenkins: Palladio, johtaa Ewa Tracz-Lejman. Raahen musiikkiopisto

## Digiloikka toi uutta otetta oppitunteihin

Opettajille koronakevään digiloikka toi poikkeustilan alkaessa paljon erilaisia mahdollisuuksia toteuttaa etäopetusta. He käyttivät opetuksessaan – ja osin käyttävät edelleen – useita eri sovelluksia ja alustoja. Laulunopettaja kertoi, että musiikkiopiston pop/jazz-osaston oppilaat hyödynsivät tunneilla myös kaiuttimia ja karaoketaustanauhoja. Opettaja koki taustanauhojen käytön toimivaksi ja käyttökelpoiseksi lähioppitunneillakin, joten nauhoja käytetään edelleen, jos säestäjää ei ole käytettävissä. [6]

Syksyllä 2020 Raahe-opisto toteuttaa digitaalisen joulukalenterin, johon opettajat ja kuorot tekevät joululauluja. Kuoronjohtaja kertoi, että hän ja kuoro ovat tästä innoissaan. Virtuaalinen taidenäyttely blogialustalla on jo toteutettu sekä taiteen perusopetuksen että Raahe-opiston puolella. Musiikkiopistolla etäkonserttien järjestämiseen tarvitaan lisää opastusta, sillä konserttien järjestäminen myös etänä koetaan jatkossa tarpeelliseksi. [4] [6]

Musiikkiopiston taiteen laajan opetuksen järjestämisessä yhteydet toimivat melko hyvin. Mitä paremmat laitteet ja nopeammat nettipaketit, sitä paremmin yhteydet

toimivat. Taiteen perusopetuksen puolella ei suoraa vuorovaikutusta laitteiden ja nettipakettien välillä ollut.

Google Classroom -oppimisympäristössä ei opettajien kokemusten mukaan toteutunut reaaliaikainen dialogi opettajan ja ryhmän välillä, ja opettajat kokivat, että jokin muu sovellus olisi ehkä ollut parempi. WhatsApp-pikaviestinpalvelua käyttivät lähinnä vanhemmat oppilaat, joilla vuoropuhelu opettajan kanssa sujui kysellen. Huolimatta siitä, että internet tarjoaa runsaasti valmiita ohjeita opetukseen, kokivat opettajat tärkeäksi tuottaa opetusmateriaali pääosin itse. Tuolloin opettajan oma persoona pääsee opetuksessa esille paremmin.

Musiikkiopiston opettajien saaman palautteen mukaan oppilaat ja heidän vanhempansa olivat erittäin tyytyväisiä siihen, että tunnit eivät kevään poikkeusoloissa keskeytyneet ja opettajaa näki säännöllisesti. Varsinaisten etäopetustilanteiden lisäksi opettaja kuunteli oppilaiden videoäänitteitä ja antoi näistä palautetta. Videotallenteita käytettiin, koska äänenlaatu oli niissä parempi kuin etäyhteyssovelluksissa. [6]

Raahe-opiston opettajien mukaan oppilaiden vanhemmat pahoittelivat sitä, ettei kotona pystytty tekemään tehtäviä eivätkä yhteydet olleet käytettävissä. Poikkeustilan aikana selvisi, että oppilaat eivät välttämättä osanneet palauttaa tehtäviä käytetyllä alustalla. Pohdintaa tuotti myös vertaisoppimisen ja arvioimisen merkitys lapsille. Lapset kokevat tärkeäksi mahdollisuuden näyttää omia töitä ystäville ja nähdä muiden töitä. [4]

Musiikkiopiston opettajien työaika ei merkittävästi lisääntynyt alun haasteiden jälkeen. Opettaja kertoi, että opetusjärjestelyjä joutui paikoitellen tekemään eri tavalla kuin lähiopetuksessa: esimerkiksi videoiden äänittämiseen, kuuntelemiseen ja palautteiden tekemiseen meni jonkin verran enemmän aikaa kuin lähiopetuksessa. Taiteen perusopetuksen osalta opettajat kokivat, että opetuksen suunnitteluun, virtuaalinäyttelyiden järjestämiseen ja opetusvideoiden tekemiseen sekä Teams-viestinnän kaltaisten uusien asioiden haltuunottoon meni paljon aikaa.

Opettajat totesivat aikovansa jatkaa käyttöönotettujen digityökalujen käyttöä – myös tilanteessa, jossa kokoontumis- tai muita rajoituksia ei enää ole. He pitivät

esimerkiksi Google Classroomia, YouTubea ja erilaisia verkkopalveluja käyttökelpoisina etätuntien järjestämisessä. Kuva- ja tekstiilipuolen opetuksessa haasteena tosin on haptinen tekniikka: materiaalien käsittely ja kokeilu ei onnistu etänä.

Opettajille on digiloikan myötä kertynyt paljon uutta osaamista digitaalisuudesta ja etänä järjestetyistä opetustunneista. Etäopetuksen lukuisista positiivisista puolista huolimatta molempien opistojen opettajat muistuttivat, että taideaineiden opiskelussa on mukana myös paljon sosiaalista vuorovaikutusta, joka toteutuu laimeammin etäopetuksessa kuin kontaktiopetuksessa. [4] [6]



VIDEO 2. Tanssistudio Razzmatazz -onlinevideo

## Hybridimalli hyödyttää tuottajia

Tapahtumatuotannossa digitaalisia järjestelmiä on ollut käytössä jo ennen kevättä 2020 muun muassa lipunmyynnin ja etäkokoustekniikan osalta, mutta kevään koronarajoitteiden vuoksi digitaalisuutta tuli hyödyntää aiempaa enemmän ja nopealla omaksumisajalla. eArktiset ja Tapahtumatalo Raahella ovat vastuussa erityyppisistä kulttuuritapahtumista, joten kokemukset ja työmäärä vaihtelivat: Tapahtumatalo Raahella oli kevään aikaan tuotettavanaan neljä tapahtumaa, kun taas eArktisilla vain yksi. [2] [9] [10]



Käytettävissä olevien resurssien puute hankaloitti kummankin tuottajatahon toimintaa. Molemmat joutuivat ostamaan ainakin osan palveluista ulkopuoliselta palveluntarjoajalta, sillä heillä itsellään ei ollut kokemusta livestriimauksesta eikä kalustoa striimauksen järjestämiseen – tosin joidenkin järjestelmien käyttöä pystyi opettelemaan itsekin, jolloin aivan kaikkea ei tarvinnut ostaa. Tuottajat hyödynsivät digitaalisina palveluina muun muassa Microsoft Teams -alustaa, Zoom- ja YouTube-palveluja, Facebookin Live-toimintoa ja ulkoista lipunmyyntipalvelua.

Striimien maksullisuus vaihteli tuotettavien tapahtumien kesken. Tapahtumatalo Raahen kaikki striimaukset olivat ilmaisia, kun taas eArktisten tapahtumassa osa striimeistä oli ilmaisia ja osa maksullisia. Maksullinen striimi oli vuorovaikutteinen, ja se sisälsi tapahtumaan ilmoittautuneille kahden päivän ajan ohjattua yhteisöllistä toimintaa, jossa striimin katsojat ja juontajat kommunikoivat keskenään Zoom-lähetyksen avulla. Kummallakaan toimijalla maksuttomat striimit eivät sisältäneet vuorovaikutuksellista toimintaa, ja katsojat pystyivät osallistumaan lähetyksiin ainoastaan yksisuuntaisesti kirjoittamalla kommentteja striimin kommenttikenttään tai jakamalla sosiaalisessa mediassa valokuvia ja videoita katsomishetkestä. Tapahtumien saavutettavuutta mitattiin katsojamäärissä ja sosiaalisessa mediassa olleiden kommentointien, tykkäämisten ja jakamisten määrien pohjalta. [2] [10]

Maksullisten striimien sisällön mielekkyys on tärkeää niin eArktisille kuin Tapahtumatalo Raahellekin: striimin sisällön tulee olla tarpeeksi mielenkiintoista, jotta ihmiset olisivat valmiita maksamaan siitä. Tapahtumatalo Raahen tuottaja pohtikin mahdollisuutta tuottaa mielenkiintoista sisältöä maksullista striimiä varten. [2] [10]

Digitaalisten kulttuuritapahtumien tuottaminen sujui hyvin, mutta striimaukset eivät olleet aivan ongelmattomia. Tapahtumatalo Raahen joutui palvelunestohyökkäyksen ja häiriköinnin kohteeksi. Häiriköt loivat tapahtumista valetapahtumia, joita myytiin maksullisina lähetyksinä eteenpäin. Näiden valetapahtumien tarkoituksena oli saada kerättyä maksukortti- ja käyttäjätietoja. eArktisilla ongelmia tuli ainoastaan verkkoyhteyden luotettavuuden kanssa: yksi striimattu lähetys alkoi aikataulusta jäljessä tietoliikenneongelmien vuoksi. He varautuivat Zoom-lähetyksissä häiriköihin kokousasetusten ja moderaattorien avulla, mutta lähetyksiin ei pyrkinyt lainkaan

ulkopuolisia. Zoom-kokous oli suojattu salasanalla, ja tapahtuman aikana kokoukseen liittyivät ainoastaan ilmoittautuneet osallistujat. [2] [10]

Jatkossa digitaalisten tapahtumien järjestäminen tulee tuottajien mukaan olemaan työmäärältään helpompaa, sillä järjestämisestä on jo kokemusta. Tapahtumatalo Raahella työmäärä ei digitaalisten palveluiden käyttöönoton myötä lisääntynyt, sillä heillä oli varaa hyödyntää paljon ostopalveluita. eArktisilla puolestaan työmäärä lisääntyi paljon. Vastaavanlaista vuorovaikutuksellista tapahtumaa ei oltu aikaisemmin järjestetty, joten kaikki ohjelma luotiin uusiksi virtuaalisuutta ja yhteisöllisyyttä silmällä pitäen. Työmäärän lisääntymiseen vaikutti myös käytettävissä olevan rahan määrä – rahaa koko tapahtuman tuottamiseen ostopalveluna ei ollut. Kehityskohteena molemmilla tuottajilla on vuorovaikutuksen lisääminen: kuinka katsojat saadaan osallistettua lähetyksissä. [2] [10]

Tuottajien mukaan digitaalisia palveluja tullaan hyödyntämään tulevaisuudessa enemmän, ja niiden tarkoituksena on täydentää olemassa olevia palveluita. Tapahtumatalo Raahe haluaisi kehittää erityisesti ikääntyneille suunnattuja digitaalisia palveluja, jotta ikääntyneet pääsisivät hyödyntämään kulttuuripalveluja myös kotoa käsin. Molemmat tuottajat aikovat jatkossa hyödyntää niin sanottua hybridimallia, jossa fokus säilyy fyysisessä palvelussa, mutta osa palveluista tuotetaan digitaalisesti. [2] [9] [10]

Digitaalisten palveluiden tarjontaan vaikuttaa molemmilla toimijoilla käytettävissä olevan rahan määrä. Lisäpalvelut tuovat lisäkuluja, joiden tarjoamiseen tarvitaan lisärahoitusta. Kulunut kevät toimi molemmille tapahtumatuottajille yhdenlaisena harjoituksena digitaalisten palveluiden hyödyntämiseen kulttuurialalla. He kokivat, että tästä on hyvä jatkaa eteenpäin. [2] [10]

## Asiakkaat ottivat uudet kanavat sujuvasti käyttöön

Tamperelainen Tanssistudio Razzmatazz tarjosi maaliskuu–toukokuussa 2020 tanssinopetusta asiakkailleen niin sosiaalisen median kanavissa kuin muillakin digitaalisilla alustoilla. Käytössä olivat Instagram ja Facebook sekä Vimeo- ja Zoom-palvelut. Opetusmuotoina olivat sekä reaaliaikaiset etätunnit että videotallenteet. Tarjonnassa oli erilaisia tanssi- ja liikuntatunteja taaperoikäisistä aikuisiin. Asiakas

pystyi valintansa mukaan seuraamaan sekä oman ryhmänsä että muiden tanssityyliä tunteja. Aluksi tunteista ei peritty erillistä maksua, vaan ne sisältyivät keväältä jo maksettuun kurssimaksuun, mutta kevään lopulla tunteista alettiin periä pieni maksu. [8]

Oulu Sinfonian livekonserttitarjonta pysähtyi täysin maaliskuussa 2020. Poikkeusolojen myötä orkesterille mahdollistui konserttien videointi ja tallenteiden esittäminen, jota varten orkesteri perusti oman YouTube-kanavan. Kanavalla on kevään ja syksyn kuluessa julkaistu muutama konserttitallenne, artistiesittelyjä ja viimeisimpänä uutuuksena soiva joulukalenteri. Konsertit ovat näkyvillä rajatun ajan, haastattelut toistaiseksi. Tämän lisäksi orkesterin verkkosivuilla ja jo olemassa olevissa somekanavissa julkaistaan muuta markkinointisisältöä. Konserteista suurin osa nauhoitettiin ilman elävää yleisöä. Ainoastaan yhdessä konsertissa esiintyi koko sinfoniaorkesteri, muut olivat erilaisten orkesterista muodostettujen pienkoonpanojen konsertteja. Palvelu oli maksuton. [3]

Molempien palveluntarjoajien asiakkaat löysivät uudet kanavat palveluntarjoajien oman tiedotuksen kautta. Sähköpostitiedotus, internet-sivut, sosiaalisen median kanavat, paikallinen sanomalehti sekä työntekijälähettiläisyys olivat merkittävässä asemassa. Kanavat olivat entuudestaan tuttuja asiakkaille, joten niiden käyttö oli helppoa, eivätkä asiakkaat kaivanneet erillistä käyttöopastusta. [3] [8]

Uudet palvelut olivat asiakkaiden mielestä laadukkaita. Konsertit olivat monikameratuotantoja, joissa panostettiin sekä äänen- että kuvanlaatuun, joten asiakkaat kokivat seuraamisen mielekkääksi. Erityisesti kiitosta sai yhdessä konsertissa käytetty kapellimestarikamera, joka avasi katsojalle kokonaan uuden näkökulman konserttiin, kun kapellimestarin kasvot, ilmeet ja eleet tulivat näkyviin perinteisen livetilanteen (tai livekonsertin) sijaan, jolloin yleisö näkee kapellimestarista enimmäkseen selän. Kokemus konsertista kuitenkin riippuu paljon myös laitteista, jolla konserttia seurataan. On eri asia katsoa ja kuunnella sinfoniaorkesteria kännykästä kuin kotiteatterista. [3]

Tanssitunnit tarjosivat parhaimmillaan päivän kohokohtaan koko karanteenia viettävälle perheelle. Toisaalta sosiaalisesta paineesta kärsivä asiakas pystyi

oppimaan normaalia ryhmätuntia paremmin, kun opettaja vastasi ystävällisesti kysymyksiin ja asiakas sai keskittyä omaan työskentelyynsä. [8]

Live vai tallenne -kysymykseen käyttäjät suhtautuivat hyvin kaksijakoisesti. Konserttiyleisö koki tallenteen mielekkäämmäksi kuin suoratoistona esitetyn konsertin, koska silloin konsertin voi katsoa itselle sopivaan aikaan. Tallenteesta pystyy halutessaan katsomaan joitain kohtia useamman kerran – toisaalta kotona keskittyminen saattaa herpaantua ja muut asiat haitata seuraamista. Vaikka klassisen musiikin livekonserttiin lähteminen onkin oma tapahtumansa, haastattelumme perusteella osa kävijöistä kokee kuuntelutilaisuuden yksityiseksi enemmän kuin yhteisölliseksi, jolloin tallenteen myötä puuttumaan jäävä yleisön yhteinen kokemus ei haittaa. Toisaalta Suomen Sinfoniaorkesterit ry:n vuonna 2018 teettämän kuulijatutkimuksen mukaan osalle kävijöistä myös yhteisöllisyys, ystävien tapaaminen ja yhdessä kokeminen on olennainen osa konsertin tarjoamaa elämyskokonaisuutta. [1] [3]

Tanssiasiakkaat puolestaan kokivat liven ehdottomasti paremmaksi. Kun sekä opettajalla että ryhmäläisillä on kaikilla yhtä aikaa kamera päällä, asiakas saa samanlaisen yhteisöllisen tekemisen tunteen kuin ryhmätunneillakin. Tanssijat voivat esitellä omia koreografioitaan toisille, ja yhtäaikainen rytmi löytyy, kun opettaja laittaa musiikin päälle salilla. Asiakkaat visioivat jopa sitä, että koronatilanteen jatkuessa perinteisen opintokauden loppunäytöksenkin voisi järjestää etänä esimerkiksi niin, että jokaisen ryhmän esitys kuvattaisiin videolle ja koostettaisiin loppuesitysten kavalkadiksi, joka jaettaisiin kaikille ryhmille. [8]

Kaikki käyttäjät kokevat, että uudet palvelut jäävät käyttöön myös poikkeusolojen jälkeen. YouTube mahdollistaa esimerkiksi jopa maailmanlaajuisen näkyvyyden, ja sisällöt voisivat olla paitsi konsertteja myös esimerkiksi kurkistusta orkesteritoiminnan kulisseihin, artistiesittelyjä ja haastatteluja. Tanssipuolella etenkin uusiin tanssilajeihin olisi hyvä tutustua verkossa. Verkkotunnit helpottavat myös aikataulullisesti, kun tunneille voisi osallistua kotoa käsin aina, kun on aikaa. Palvelut voisivat olla myös maksullisia, jolloin osallistumiseen myös sitoutuu helpommin kuin maksuttomaan tarjontaan. Maksullisuutta on hyvä kuitenkin pohtia huolellisesti. Suoratoistopalvelut ovat opettaneet käyttäjät siihen, että esimerkiksi musiikkia, elokuvia tai sarjatarjontaa on pienellä kuukausimaksulla tarjolla lähes

rajattomasti, joten yksittäisen tanssitunnin tai konsertin hinta ei voi olla kovin suuri. Samaa hintaa kuin livetapahtumasta eivät asiakkaat yleensä ole valmiita maksamaan. Toimivaa voisi olla myös se, että maksulla saisi tietyn aikaikkunan, jonka kuluessa palvelun voisi katsoa. [3] [8]

## Lopuksi

Korona-ajan digiloikka on asettanut joukon kysymyksiä ja vaatimuksia kulttuurialan ammattilaisille sekä kulttuurista nauttiville yksilöille ja ryhmille. Tulevaisuuden visiossa erityisen merkittävää on digitaalisten palvelupolkujen kehittäminen.

Suomessa valmius digitaalisten palveluiden tuottamiseen ja kuluttamiseen on lähtökohtaisesti hyvä. Sekä artikkelia varten haastattelemamme palveluiden tuottajat että asiakasryhmät olivat vähintään osittain tyytyväisiä siihen, että kulttuuripalveluja pystytään järjestämään myös etänä.

Kantaako kulttuuri puhelimen, tietokoneen tai tv:n ruutuun, kaiuttimiin ja kuulokkeisiin pidemmällä aikavälillä? Muutos tulee vaatimaan luovien alojen talouden ja toiminnan suunnittelun uudistumista. Ehkä harrastajilla on tulevaisuudessa 3D-lasit, joilla he osallistuvat Oulu Sinfonian virtuaalikonsertteihin, Razzmatazzin tanssinäytöksiin tai taidenäyttelyihin. Jää nähtäväksi siirtyykö maksaminen luontevasti internetin kautta kulutettaviin suoratoisto- ja tallennepalveluihin. Kuinka käy kulttuurin ja taiteen tekemisen yhteisöllisyyden: voiko kokonaisvaltaista taide-elämystä tuottaa välillisillä menetelmillä?

Tällä hetkellä uhkana kenties on, että kulttuurin tuottajat ja kuluttajat ovat kuin kultakaloja eri maljoissa, joiden välinen vuorovaikutus on haasteellista, eikä kummankaan osapuolen ääni pääse vielä aidosti kuuluviin. Huolellisesti mietittynä ja toteutettuna digitaaliset kanavat – joko paikan päällä koettuun elämykseen yhdistettynä tai aivan omana kokemuksenaan – kuitenkin tarjoavat käyttäjilleen mahdollisuuden päästä uimaan globaaliin kulttuurin valtamereen, jossa niin tuottajat kuin kuluttajatkin pystyvät parhaiten valitsemaan heille sopivat tavat kulttuurista nauttimiseen.

Tähtinen Kristiina, apulaisrehtori, pianonsoitonopettaja  
Raahen musiikkiopisto

Kotala Jutta, tanssinopettaja, tapahtumatuottaja  
Oulun alueen tanssikoulut, Arktiset Askeleet -tanssitapahtuma

Kuulusa Anna, toimitusjohtaja, tanssinopettaja, koreografi  
Tanssisstudio Razzmatazz

Perkkiö Heli, markkinointivastaava  
Oulun Sinfonia

Tötterström Jouko, yliopettaja  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## **Lähteet**

[1] Partanen, E., Ahomäki, M. & Laukkanen, J. 2018. Kävijätutkimus 2018 – Kävijät. Suomen Sinfoniaorkesterit ry. Hakupäivä 16.12.2020.

[https://www.sinfoniaorkesterit.fi/assets/statistics/Suomen-Sinfoniaorkesterit-ry-Kavijatutkimus-2018\\_Kavijat.pdf](https://www.sinfoniaorkesterit.fi/assets/statistics/Suomen-Sinfoniaorkesterit-ry-Kavijatutkimus-2018_Kavijat.pdf)

[2] eArktiset. Tuottaja. Tuottajahaastattelu 8.10.2020.

[3] Oulu Sinfonia. Asiakashaastattelu 3.11.2020.

[4] Raahen opisto. Opettajahaastattelu 8.10.2020.

[5] Raahen opisto. Rehtori. Esimieshaastattelu 15.10.2020.

[6] Raahen musiikkiopisto. Opettajahaastattelu 13.10.2020.

[7] Raahen musiikkiopisto. Rehtori. Esimieshaastattelu 7.10.2020.

[8] Tanssisstudio Razzmatazz. Asiakashaastattelu 1.11.2020.

[9] Tapahtumatalo Raahen. Lipunmyynti. Tuottajahaastattelu 7.10.2020.

[10] Tapahtumatalo Raahe. Tuottaja. Tuottajahaastattelu 7.10.2020.

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Tähtinen Kristiina, Kotala Jutta, Kuulusa Anna, Perkkiö Heli, Tötterström Jouko

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021060835771>

**Tiivistelmä:** Keväällä 2020 myös kulttuuriala teki muiden toimijoiden tavoin valtavan digiloikan. Teknologinen osaaminen nousi keskiöön, kun yleisön tavoittamisen keinoja joutui pohtimaan uudesta digitaalisesta näkökulmasta. Tässä artikkelissa tarkastellaan digiloikkaa esimiehen, kulttuurituottajan, opettajan ja kulttuuripalveluiden käyttäjän näkökulmasta.

# Musiikin etäopetus Suomessa vuonna 2020

4.10.2021 - Tuohino Jussi, Tötterström Jouko

**Musiikin opetus asettaa erityisesti yhteysoiton osalta erityisvaatimuksia etäopetussovelluksille. Luonnollisesti välittyvän äänen lisäksi verkkoyhteyksien pitäisi toimia luotettavasti mahdollisimman pienellä viiveellä eli latenssilla. Oulun ammattikorkeakoulussa otettiin 10 vuotta sitten ensiaskeleita musiikin etäopetuksen haastavalla polulla. Millaista kehitystä alalla on viime vuosien aikana tapahtunut? Millä tavoin musiikin opettajat kokevat etäopetuksen lähiopetukseen verrattuna? Kuinka siirtyminen etäopetukseen on poikkeustilan myötä sujunut?**



## Johdanto

Tämän artikkelin kirjoitushetkellä on kulunut päivälleen kymmenen vuotta siitä, kun Oulun ammattikorkeakoulun (Oamk) musiikkipedagogikoulutuksen lehtori **Outi Nissi** kirjoitti ePookiin musiikin etäopetuksesta. [1] Nissin artikkeli käsitteli aihetta



Vi r Music -hankkeen tiimoilta Oamkille uutena kokeellisena asiana, joka alkoi verkkoyhteyksien nopeuden, laadun ja saatavuuden yleistyttyä tulla tutummaksi ilmiöksi yritysviestintäteknologioiden myötävaikutuksella myös koulutussektorille.

Samana vuonna maailmassa oli kohdattu yllättävä lähes kaikkialla vaikuttanut poikkeustilanne, kun Eyjafjallajökull-tulivuori purkautui Islannissa maaliskuussa 2010 ja aiheutti tilapäisen lentokiellon purkauksesta syntyneen tuhkapilven vuoksi. Hankekokoukset saatiin kuitenkin järjestettyä, ja hankkeen avustuksella Oamkiin pystytettiin ensimmäinen musiikin opettamista varten suunniteltu etäopetusluokka.

Nyt kymmenen vuoden jälkeen on sopiva hetki tutkia, millaisia yhtymäkohtia on löydettävissä edellä Oamkin näkökulmasta kuvattuihin musiikin etäopetuksen ensiaskeliin, ja millaisena opettajat kokevat musiikin etäopetuksen Suomessa vuonna 2020.

Artikkelia varten toteutettiin määrälliseen tutkimukseen perustuva kysely, johon pyydettiin vastauksia Musiikin etäopetus -Facebook-ryhmästä. Maaliskuussa 2020 Suomi siirtyi jälleen poikkeustilaan – tällä kertaa ensisijaisesti pisaratartuntana leviävän uudentyyppisen koronaviruksen aiheuttaman pandemian vuoksi.

Musiikin opettajat eivät jääneet kuitenkaan neuvottomiksi koko maailmaa koettelevan katastrofin edessä, vaan siirtyivät laajalti toteuttamaan opetustaan etänä muun yhteiskunnan tavoin. Kollegiaalinen ystävyys ja avunanto heijastuvat hienosti kyselyvastaajien yhteisestä nimittäjästä: 16. maaliskuuta perustettu Musiikin etäopetus -ryhmä kattaa noin 6 100 jäsentä ja lukemattomia julkaisuja, joissa ”musiikin etäopetuksen kanssa tuskaveivat jakavat vinkkejä ja linkkejä siitä, miten soiton- ja laulunopetuksessa sekä musiikin ryhmäaineissa voidaan parhaiten hyödyntää etäopetuksen tarjoamia mahdollisuuksia”. [2]

Kyselytutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka musiikin opettajat kokevat musiikin etäopettamisen yleensä ja miten siirtyminen etäopetukseen on sujunut koronavirusrajoitusten pakottamana. Toisena tavoitteena oli Vi r Music -hankkeen tavoin muodostaa ajantasainen näkemys musiikin etäopetuksen pedagogisista toimintamalleista ja verrata niitä lähiopetukseen: kuinka paljon ja millä tavoin pedagogisia menetelmiä täytyy muuttaa, kun alun perin lähiopetukseen

suunniteltuja oppitunteja toteutetaan verkon välityksellä? Lisäksi kyselyllä pyrittiin selvittämään, onko nopeassa aikataulussa toteutettu etäopetukseen siirtyminen synnyttänyt samalla uusia pedagogisia menetelmiä musiikin opetuksessa hyödynnettäväksi.

## Kyselytutkimuksen toteutustapa ja aineistonkeruu

Webropol-kyselyohjelmistolla toteutettu kysely rakennettiin niin, että se mahdollistaisi parhaalla tavalla edellä kuvattujen tavoitteiden saavuttamisen. Kyselyn yhdeksästätoista kysymyksestä kolme oli varattu avoimia vastauksia varten – valtaosassa mitattiin vastaajan näkemystä käsiteltävästä asiasta seitsemänportaisella Likert-asteikolla. Kysymykset jaoteltiin neljään osioon: Vastaajan perustiedot -osiossa kysyttiin musiikin opetuskokemuksen määrää yleisesti ja erityisesti etäopetukseen liittyen sekä opetettavan musiikin tyyllisuuntaa ja vastaajan pääsääntöistä opetuspaikkaa.

Toisessa osiossa selvitettiin vastaajan kokemusta erilaisista etäopetustyökaluista ja -ohjelmistoista sekä saadusta koulutuksesta niiden käyttöön. Samassa osiossa vastaaja arvioi myös tietoteknistä taitotasoaan ja etäopetuslaitteistonsa laatua. Kolmannessa osiossa vertailtiin etäopetuksen toimivuutta lähiopetukseen verrattuna. Yleistasoisten huomioiden lisäksi vastaajia pyydettiin arvioimaan oppilaidensa edistymistä etäopetuksessa.

Kolmas osio päättyi kysymykseen etäoppituntien kuormittavuudesta ja niiden valmisteluun käytetystä ajasta. Kyselyn viimeisessä osiossa käsiteltiin musiikin etäopetuksen erikoispiirteitä, ja kysymykset jaoteltiin käsittelemään teknisiä, viestinnällisiä ja pedagogisia asioita omina kokonaisuuksinaan. Ennen kyselyn päättäneyttä vapaampaa kommenttiosiota kysyttiin vielä pedagogisten menetelmien muuttamisesta etäopetukseen paremmin sopiviksi ja mahdollisista uusista digitaalisista opetusmenetelmistä ja pedagogisista toimintatavoista, joita usein poikkeuksellisina ajanjaksoina luonnollisesti syntyy olosuhteiden vaikutuksesta.

Kysely avattiin vastaajille Musiikin etäopetus -ryhmässä julkaistun saatekirjeen kera 5.11. ja suljettiin 15.11. puolentoista viikon aineistonkeruujakson jälkeen. Kyselyyn vastasi yhteensä 35 Musiikin etäopetus -ryhmään kuuluvaa musiikin opettajaa.

Vastausmäärään voi olla tyytyväinen erityisesti saatujen tulosten valossa, mutta määrällinen tutkimustapa ei tämänkokoisella näyteaineistolla anna täysin luotettavaa kokonaiskuvaa musiikin etäopetuksen tilasta Suomessa vuonna 2020.

Vastausmäärään johtaneita syitä voi etsiä esimerkiksi seuraavista asioista. Kyselyn teknisessä toteutuksessa oli seikkoja, jotka saattoivat tehdä kyselyyn vastaamisesta vähemmän houkuttelevaa, kuten vastaamisen määrittäminen pakolliseksi lähes kaikissa kysymyksissä (ainoastaan avoimet kysymykset olivat valinnaisia), niin kutsutun ”en osaa sanoa” -vaihtoehdon puuttuminen kauttaaltaan ja kysymysten jaottelu yksi toisensa jälkeen näytölle ilmestyviin erillisiin osioihin, jolloin kyselylinkin avannut ei ole välttämättä saanut toivomaansa kokonaiskuvaa vastaamisen kuormittavuudesta heti kyselyn alussa.

Musiikin etäopetus -ryhmä Facebookissa on myös todella aktiivinen, ja uudet julkaisut eivät välttämättä pysy kovin pitkään ylhäällä ryhmän viestiseinällä, joten saatekirje on saattanut nopeasti pudota vaikeasti löydettäväksi. Lisäksi kannustin tähän kyselytutkimukseen osallistumiseen oli ainoastaan äänen saaminen kuuluviin vastaajaa koskettavasta aiheesta ja näin ollen täysin vapaaehtoista.

Saatekirjeessä vastaamiseen arvioitiin kuluvan aikaa noin 10 minuuttia, ja tämä arvio oli lopulta hieman yläkanttiin: vastaajien kyselyvastauksiinsa käyttämä mediaaniaika oli 7 minuuttia ja 46 sekuntia. Kyselyn vastausprosentin määrittäminen on valitettavan vaikeaa, sillä Facebook ei näytä tilastoa siitä, kuinka moni ryhmän jäsen on nähnyt saatekirjeen sisältäneen julkaisun.

Edellä esitettyä pohdintaa vastausmäärään liittyen voi kuitenkin jatkaa vertaamalla vastaajien määrää niihin, jotka olivat ainoastaan avanneet kyselyyn johtavan linkin: tulokseksi saatu 58 % kertonee saatekirjeen ja kyselylomakkeen tarkoituksenmukaisuudesta – asiasta kiinnostuneet ja riittävän motivoituneet (ja saatekirjeen saavuttamat) henkilöt ovat todennäköisesti kokeneet kyselyyn osallistumisen mielekkääksi ja riittävän vaivattomaksi. Kyselyn teknistä ja sisällöllistä toimivuutta vahvistaa lisäksi se, että vastaamisen aloittaneista 92 % teki kyselyn kokonaan valmiiksi. Keskenjääneitä kyselyvastauksia ei otettu huomioon.

Kyselytutkimus toteutettiin anonyymisti. Vastaajien henkilötietoja ei kysytty tai tallennettu muulla tavoin. Kysymykset rakennettiin myös sellaisiksi, ettei niitä yhdistelemällä voi päätellä vastaajien henkilöllisyyttä.

## Tulokset linjassa aiemman tiedon kanssa

### **Etäopetuskokemus lisääntyy koko ajan**

Vastaajien perustiedot antavat monipuolisen kuvan näytejoukosta. Musiikin opetuskokemuksen määrä vastaajien kesken jakaantui hyvin tasaisesti, uransa alkupuolella olevista aina opetuskokemusta yli 30 vuotta kartuttaneisiin konkareihin saakka. Kokemuksensa lisäksi tämä vastaajaryhmä oli hienoisesti myös eniten edustettuna kaikkiin vastaajiin nähden.

Pääsääntöisesti vastaajat opettivat yleisimmin musiikkiopistossa (n=12, 34 %) ja vapaan sivistystyön piirissä (n=7, 20 %). Muut vastaajat opettivat vaihtelevasti korkeakouluissa, konservatorioissa, lukioissa, yläkouluissa ja itsenäisesti.

Vastaajat toimivat pääasiassa klassisen (n=18, 52 %) ja rytmimusiikin (n=12, 34 %) parissa. Kirkkomusiikkia (n=2, 6 %) ja kansanmusiikkia (n=3, 9 %) opettavat vastaajat olivat selkeästi vähemmistössä kyselyvastaajina.

Keskimäärin vastaajilla oli jonkin verran etäopetuskokemusta, kuitenkin enemmän vastausasteikon alemmaan päähän kallistuen. Kyselylomakkeen seitsemänportainen vastausasteikko sijoittaa vastausten positiiviset reaktiot asteikon yläpähän.

Etäopetuskokemus vaihteli jonkin verran vastaajien yleisen opetuskokemuksen mukaan: kokeneimmilla ja kokemattomimmilla opettajilla oli kokemusta etäopetuksesta enemmän (keskiarvot  $K_a=4,4$ ,  $4,2$ ) kuin aktiiviuran kestoltaan näiden väliin jäävillä ryhmillä ( $K_a=3,3$ ,  $3,5$ ). Ryhmiteltyinä musiikkilajeittain klassista ja kansanmusiikkia ( $K_a=4,1$ ,  $4,0$ ) opettavilla oli keskimäärin enemmän etäopetuskokemusta kuin rytmii- ja kirkkomusiikin opettajilla ( $K_a=3,3$ ,  $3,5$ ). Musiikin yleinen opetuskokemus jakaantui sen sijaan tasaisemmin musiikkilajitasolla vastaajia tarkasteltaessa.

## Koulutus työkalujen ja sovellusten käyttöön puuttuu

Kyselyn toisessa osiossa selvitettiin ensin vastaajien käyttämiä etäopetustyökaluja monivalintakysymyksen avulla. Valmiina annettujen vaihtoehtojen lisäksi vastaajat saivat halutessaan kirjoittaa avoimeen tekstikenttään myös muista käyttämistään työkaluista. Mobiililaittein hoidetut ketterät etäyhteydet olivat lähes jokaiselle tuttuja, samoin kuin Zoom ja Microsoft Teams -ohjelmistot. Vastaajat olivat maininneet useaan otteeseen myös Google Meet -sovelluksen avoimen tekstikentän kautta.

Videokuva ja ääntä välittävien pikaviestinsovellusten ollessa vastaajille arkipäivää on huomioitava, etteivät erikoistuneemmat laitejärjestelmät musiikin etäopetuksen työkaluina olleet lainkaan tuttuja vastaajille. Tämän artikkelin alussa mainittu Oamkin ensimmäinen musiikin etäopetusluokka oli varustettu H.323-standardin videoneuvottelulaitteistolla, jonka kaltaiset järjestelmät olivat pitkään ainoa keino riittävän hyvälaatuisen etäyhteyden muodostamiseen musiikin soiton- tai laulunopetuksen tarpeita ajatellen.

Viime vuosina kuitenkin pikaviestinsovellukset, kuten kyselyvastauksistakin aiemmin kävi ilmi, ovat kehittyneet tekniseltä laadultaan ja käyttöominaisuuksiltaan niin paljon, että useimmissa yrityksissäkin on siirrytty erillisistä videoneuvottelulaitteistoista verkkokokoussovellusten käyttöön. Paikkasidonnaisuus ja laajemmin järjestelmää varten konfiguroitu verkkoyhteys olivat videoneuvottelulaitteistojen keskeisiä ominaisuuksia, ja useimmissa käyttötilanteissa verkkokokoussovellusten riippumattomuus järjestelmää varten rakennetusta pysyvästä teknisestä laitteistosta tekee etätyökalun valinnasta lähinnä makukysymyksen eri sovellusten välillä. [3]

Etäopetukseen valituista työkaluista riippumatta niiden käyttämistä pitää harjoitella, jotta väline edesauttaa opetustyötä prosessina ja tehostaa saavutettuja oppimistuloksia. [4] Koko kyselytutkimuksen ehkä merkittävin tulos juontuu vastaajien poikkeuksellisen yhdenmukaiseen kokemukseen siitä, etteivät he olleet saaneet etäopetukseen valittujen työkalujen käyttöön juuri minkäänlaista koulutusta. Yli kaksi kolmasosaa vastaajista ilmoitti, että he eivät olleet saaneet joko ollenkaan (n=14, 40 %) tai saaneet vain vähän (n=11, 31 %) koulutusta etäopetustyökalujen ja

-laitteistojen käyttöön. Ainoastaan yksi vastaaja oli saanut paljon koulutusta aiheeseen liittyen ja kaksi muuta melko paljon. Vastausten keskiarvo jääkin tämän kysymyksen kohdalla alhaiseen lukemaan ( $Ka=2,1$ , vaihteluväli  $VV=1-6$ ).

Eräs selittävä tekijä etäopetustyökalujen käyttöön saadulle vähäiselle koulutukselle voi liittyä vastaajien jo valmiiksi toimiviin tietoteknisiin taitoihin. Ainoastaan kaksi vastaajaa arvioi taitonsa melko heikoiksi ja kaikki muut kohtalaisista taidoista aina erinomaisiin asti ( $Ka=5,1$ ,  $VV=3-7$ ).

Vastaajien arviot käytössä olleiden etäopetuslaitteistojen toimivuudesta jakaantuivat sen sijaan tasaisesti asteikon keskeltä sen laiduille saakka, eikä kaikkien vastaajien tarkastelu yhdessä tuota ollenkaan jatkohuomioita asiantilan suhteen ( $Ka=4,2$ ,  $VV=1-7$ ).

Lähestymällä ongelmaa vastaajien yleisen opetuskokemuksen ja toisaalta opetuksen musiikkilajin kautta huomataan, että kokemattomin vastaajaryhmä pitää etäopetuslaitteistojaan puutteellisempina ( $n=5$ ,  $Ka=3,0$ ,  $VV=1-6$ ) kuin kokeneemmat vastaajat, joilla vastausten keskiarvot nousivat samaan tahtiin opetuskokemuksen lisääntyessä. Lisäksi kokemattomin vastaajaryhmä antoi ainoat ”erittäin puutteellinen” -arviot etäopetuslaitteistoistaan.

Keskimääräisesti parhaat arviot saatiin enimmäkseen rytmimusiikkia ( $n=12$ ,  $Ka=4,8$ ,  $VV=2-7$ ) ja puutteellisimmat klassista musiikkia ( $n=18$ ,  $Ka=3,9$ ,  $VV=1-7$ ) opettavilta vastaajaryhmiltä. Vaihteluvälin laajuus kuitenkin vähentää keskiarvon merkittävyyttä tämän kysymyksen kohdalla.

## **Oppilaat edistyvät, mutta millä hinnalla?**

Kyselyn kolmannessa osiossa vertailtiin etä- ja lähiopetusta muun muassa tulosten, työn kuormittavuuden ja oppituntien valmistelun näkökulmista. Yleisesti vastaajat arvioivat musiikin etäopetuksen toimivan kohtalaisesti lähiopetukseen verrattuna. Vaikka vastaukset ulottuivat laajasti asteikon molemmille puolille, asettui keskimääräinen näkemys selkeästi asteikon keskelle kaikki vastaajat mukaan lukien ( $Ka=3,8$ ), ja määritellyistä vastaajaryhmistä ainoastaan kokeneimpien opettajien arvio oli huomionarvoisesti parempi ( $Ka=4,6$ ).

Siirtyminen etäopetukseen oli vastaajien mielestä sujunut kauttaaltaan melko hyvin (Ka=5,1, VV=4–7). Jälleen kokeneimman ryhmän tulos lähestyi astetta parempaa arviota (Ka=5,8). Opetustuloksetkin ovat linjassa edellisten kysymysten kanssa, sillä vastaajat kokivat oppilaiden/opetusryhmiensä edistyneen kohtalaisesti etäopetuksessa (Ka=4,5, VV=2–6). Ilman ponnisteluja vastaavanlaisiin tuloksiin ei ole kuitenkaan päästy: vastaajat kokivat etäopetuksen kuormittavana (Ka=2,7, VV=1–5) ja oppituntien valmistelun vaativampana (Ka=3,0, VV=1–5) lähiopetukseen verrattuna.

## **Videoita ja vastuunkantoa**

Kyselyn viimeisessä osiossa arvioitiin etäopetuksen ominaispiirteitä niin teknisesti kuin pedagogisestikin. Ymmärrettäviä taustaoletuksia vahvistaen musiikin opettajat pitivät etäyhteyden avulla muodostettua kuvallista vastetta oppilaan toiminnasta keskimäärin parempana (Ka=3,7) äänelliseen vasteeseen verrattuna (Ka=3,3). Molempien laajat ja jonkin verran asteikon negatiiviseen päähän painottuvat vaihteluvälit (VV=1–6) kertonevat paitsi valittujen teknisten ratkaisujen eroavaisuuksista, myös vaihtelevasta ja vaikeasti hallittavasta yhteyslaadusta vastaanottavassa päässä.

Vastaajien arvio näyttää vahvistavan kyseistä asiaa (Ka=4,0, VV=2–6). Lisäksi on huomionarvoista, että kokenein vastaajaryhmä oli paljon tyytyväisempi äänen- ja kuvanlaadun tarkoituksenmukaisuuteen verrattuna opetusuransa alkupuolella oleviin.

Verkkoyhteydet olivat toimineet vastaajilla melko hyvin (Ka=4,7, VV=3–7), eikä tekniikan läsnäolo ei tuntunut häiritsevän opetusta liikaa (Ka=5,0, VV=2–7). Vaikka sanatonta viestintää ei koettu etäopetustilanteessa kovin selkeäksi (Ka=3,4, VV=1–6), oli kokeneimpien vastaajien arvio viestinnästä toimivampi (Ka=4,1, VV=3–6) kuin kokemattomimmalla vastaajaryhmällä (Ka=2,8, VV=2–4).

Edellisten tulosten myötä alkaa jo vahvistua käsitys, että etäopetustilanteita varten täytyy tehdä muutoksia pedagogisiin toimintatapoihin. Keskimääräisesti vastaajat olivat myös niin toimineet (Ka=4,8, VV=3–7). Vaikka kyselyyn vastanneet klassista musiikkia opettavat henkilöt olivatkin toimineet etänä hieman vähemmän muutoksin

(Ka=4,4) rytmimusiikin opettajiin suhteutettuna (Ka=4,9), molempien ryhmien vastausten vaihteluvälit osoittivat asteikon yläpäästä kohti.

Yli puolet kaikista vastaajista (n=20, 57 %) oli kokeillut ja löytänyt uusia digitaalisia työvälineitä tai -menetelmiä etäpedagogiikan tueksi. Tämä korostui kokeneimmalla ryhmällä (n=8, 80 %) ja rytmimusiikin opettajilla (n=8, 67 %).

Kysely avasi lisäksi pyynnön tarkentaa näitä löydöksiä avoimen vastauksen muodossa, mikäli edellisen kysymyksen vastaus oli myöntävä. Vastauksissa korostui erityisesti videoiden tuottaminen opettajan mallikappaleina, mutta myös kotitehtäväsuorituksina oppilaan itse taltioimina. Muut oivallukset liittyivät paitsi uusien teknisten apuvälineiden käyttöön myös yleisluonteisempiin pedagogisiin toimintatapoihin. Vaikka etäopetuksen pedagogiikka ei usein poikkea lähiopetuksesta kovin paljon, ei opetusta voi suunnittelemta siirtää suoraan verkkoon.

## Latenssi yhä suurin ongelma

Suurin ongelma musiikin etäopetuksessa on yhä kaikkiin etäviestintäteknologioihin väistämättä liittyvä latenssi, jolla tarkoitetaan viivettä tietoverkoissa lähetettävän signaalin ja sen vastaanottamisen välillä. Latenssin suuruus useimmiten käytännössä estää musisoinnin etäyhteyden välityksellä.

Vaikka verkkoyhteydet ovat kehittyneet esimerkiksi ajasta, jolloin Nissi poimi viiveongelman yhdeksi päähuomioksi Vi r Music -hankeartikkelissaan, ei yleisimmin etäyhteyksiin käytetyissä ratkaisuissa ole saatu aikaan merkittävää parannusta latenssin pienentämisessä tai sen pitämisessä kiinteästi tietyllä riittävän matalalla tasolla. Ongelma huomioitiin suurimmassa osassa avoimista vastauksista, joita tämän artikkelin kyselyssä selvitettiin kysymällä ”mikä etäopetuksessa toimii hyvin ja mikä heikommin”. Yhteissoittoa pidettiin kategorisesti mahdottomana musiikin etäopetuksessa.

Tilanne ei kuitenkaan ole edellä kuvatulla tavalla näin toivoton. Ensi vuonna tulee kuluneeksi jo kymmenen vuotta siitä, kun LoLa – Low Latency AV Streaming System julkaistiin tutkimus- ja koulutusikäyttöön italialaisten Conservatorio di Musica



Giuseppe Tartini -musiikkikorkeakoulun ja GARR-tutkimusverkkokonsortion kehittämänä. [5] LoLa on kolmesta tarkasti määritellystä elementistä koostuva järjestelmä (ohjelmisto, AV-laitteisto ja soveltuva verkkoyhteys), jonka avulla matalalatenssinen etäyhteys mahdollistaa hyvin monenlaisen musisoinnin ansiokkaasti. [6] LoLa on Suomessakin otettu käyttöön monessa musiikkiopintoja tarjoavassa korkeakoulussa Oamk mukaan lukien.

Järjestelmä on määritelty niin, että kaikki sen osat tuottaisivat mahdollisimman vähän latenssia. Lisäksi se on suunniteltu nimenomaan musiikkia varten: RME-valmistajan laadukkaat audio interfacet yhdessä LoLa:n tehokkaasti optimoidun ohjelmiston kanssa saavuttavat jopa viiden millisekunnin latenssiarvoja ääniyhteyden osalta (tässä ei oteta huomioon verkkoyhteyden, välimatkan tai esimerkiksi ääniprosessoinnin tuottamaa latenssia). Vertailun vuoksi esitettäköön, että viiden metrin matkalla huonelämpötilassa ääni kulkee 14,5 millisekuntia. Videokuvan osalta latenssiarvot ovat valitettavasti suurempia, ja erityisesti isot näytöt ja projektorit ovat hitaudessaan ongelmallisia. LoLa:n kanssa käytetäänkin yleensä opetustilanteissa nopeita pelinäyttöjä, jolloin ääni ja kuva välittyvät paremmin ajallisesti synkronoituna. [7]



LoLa vaatii kuitenkin kaikkien edellä mainittujen elementtien saatavuuden, ja näistä viimeinen, häiriötön vähintään gigabitin verkkoyhteys symmetrisenä (kumpaankin suuntaan) asettaa suurimmat haasteet LoLa:n laajemmalle käyttöönololle Suomessa muualla kuin Funet-yliopistoverkossa. Lisäksi ainakin toistaiseksi LoLa:n visuaalinen ulottuvuus tyypillisellä yhden kameran konfiguraatiolla vaikuttaa heikkotasoiselta verrattuna yleisten verkkokokoussovellusten ja erityisesti videoneuvottelulaitteistojen välittämään vaikuttavaan kuvanlaatuun verrattuna. Tällä on todennäköisesti ollut myös osansa siihen, ettei LoLa vielä ole levinnyt nykyisen käyttäjäyhteisönsä ulkopuolelle laajemmin.

Teknisesti etäyhteystyökalut mahdollistavat musiikin etäopetuksessa jo nyt paljon asioita, joita ei valitettavasti päästä useinkaan hyödyntämään täydessä mitassaan. Syitä on monenlaisia, ja osaltaan itse laitteet ja ohjelmistot voisivat olla myös helppokäyttöisempiä ja nopeammin käyttöön otettavia. On ollut kuitenkin ilahduttavaa huomata, että esimerkiksi yleinen Zoom-verkkokokoussovellus on parantanut tuotteensa käyttöä musiikillisiin tarkoituksiin yllättävän aktiivisesti, vaikkakin parasta äänenlaatua etsiessään pitäisi jotenkin varmistua siitä, että myös toisessa päässä etäyhteyttä esimerkiksi käytettäisiin kuulokkeita, ja ohjelman asetukset on oikein asetettu. [8] Näillä työkaluilla latenssiongelmaa ei tällä hetkellä kuitenkaan voida valitettavasti ratkaista.

On ennustettu, että digitaalisen äänidatan siirtoon käytettävä AoIP-tekniikka (Audio over Internet Protocol) tulee yleistymään paikallisten studiojärjestelmä- ja äänentoistototeutusten lisäksi myös etäyhteyksien teknisenä toteutustapana. [9] Tekniikan yleistymistä ovat tähän asti hidastaneet laitteiden korkea hintataso ja kilpailu kaupallisten toimijoiden erillisten AoIP-protokollien välillä, mutta ainakin jälkimmäisen ongelman voidaan ajatella jo helpottuneen Audinate-yhtiön kehittämän Dante-verkon suosion [10] ja äänitekniikka-alan kattojärjestön AES:in (Audio Engineering Society) protokollien yhteistoimintaa määrittelevän AES67-standardin myötä [11].

Myös 5G-teknologian pitäisi ainakin teoreettisesti auttaa yhteysviiveiden lyhentämisessä nykyiseen verrattuna [12], mutta asiasta on vielä liian aikaista sanoa mitään varmaa. Sovelluksia kuitenkin jo kehitellään [13] ja testataan [14].



”Voisinpa tanssia sulavasti tähtien alla.” NPAPWS – Network Performing Arts Production Workshop – esittävän taiteen pitkien välimatkojen live-yhteistuotantoja kehittelevä ja esittelevä vuosittainen työpaja Prahassa huhtikuussa 2019. Kuvattuun esitykseen yhdistettiin esityssalin urkujen, cimbalomin soittajan/huilistin ja tanssijan lisäksi kaksi muuta urkuriä toisista paikallisista kirkkoista sekä Barcelonasta hologrammiprojektiona reaaliajassa välitetty tanssiesitys. Teknisenä ratkaisuna mm. CESNET:n kokeelliset matalalatenssiset laitteistot (kuva: Jussi Tuohino) [15]

## Lopuksi

Tuloksia arvioitaessa pitää ottaa huomioon, etteivät ne ole yleistettävissä Musiikin etäopetus -Facebook-ryhmän käyttäjien tai varsinkaan kaikkien Suomessa toimivien musiikin opettajien yleiseksi näkemykseksi käsiteltävistä asioista.

Tutkimuksen toteutustavasta löydetään esimerkiksi seuraavat puutteet: Aineiston koko on liian pieni, eikä sen kokoamisessa ole hyödynnetty satunnaisotannan menetelmiä. Tilastollista merkittävyyttä ei myöskään ole testattu vakiintunein menetelmin, joten tulokset voivat olla satunnaisia erilaisten mittausvirheiden vuoksi. Vaikka kysely laadittiin ja testattiin huolellisesti, usean vastaajan kommentoitua sitä myös selkeäksi ja toimivaksi, olisi sille täytynyt tehdä tarkempi arvio siitä, että kysymyksillä todella mitattiin tarkoitettuja asioita, eikä niitä ymmärretty väärin.

Kaiken tämän jälkeenkin tuloksia ja johtopäätöksiä voi pitää vähintään suuntaa antavina perustuen kyselytutkimuksen sisällöllisen merkittävyyden arviointiin. Tuloksia on verrattu, ja ne ovat tärkeimmiltä osiltaan linjassa Nissin poimimiin päähuomioihin Oamkin Vi r Music -hankkeen tuloksista, lähteinä käytettyihin tieteellisiin julkaisuihin ja muihin relevantteihin artikkeleihin sekä tämän artikkelin kirjoittajien asiantuntijuuteen ja kokemuksiin suhteutettuna.

Jatkotutkimukset ovat silti tarpeen, jotta tässä kuvatut tulokset voidaan esittää paremmin toistettavina ja pätevämmässä valossa.

Tuohino Jussi, suunnittelija

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

Tötterström Jouko, yliopettaja

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## **Lähteet**

[1] Nissi, O. 2010. Musiikin etäopetuksen eväitä etsimässä. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 14. Hakupäivä 11.5.2021.

<http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe201012083069>

[2] Hildén, K. 2020. Musiikin etäopetus -Facebook-ryhmä (yksityinen, vain jäsenet näkevät sisällön).

[3] Järvinen, J. 2019. Heil Himmel & Donnerwetter – videoteknologiapalveluiden kokonaiskuva. Teoksessa A. Hakala, H. Ikonen & L. Liimatainen (toim.) Koulutuksen kehittämisen katsaus 2018. Verkostoilla joustavuutta ja laatua opintoihin.

Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 261, 86–90. Hakupäivä 11.5.2021.

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-830-520-3>

[4] Ruippo, M. 2015. Musiikin verkko-opetus: yhteenvetoraportti Sibelius-Akatemian aluekehityshankkeesta vuosina 2001–2003 ja sen jälkeisestä verkko-opetuksen kehittämisestä. Taideyliopiston Sibelius-Akatemia. Opinnäytetyö. Hakupäivä

11.5.2021. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2018050923815>

[5] Riley, H., MacLeod, R.B. & Libera, M. 2014. Low Latency Audio Video: Potentials for Collaborative Music Making Through Distance Learning. Update: Applications of Research in Music Education 34 (3), 15–23. Hakupäivä 11.5.2021.

<https://doi.org/10.1177/8755123314554403>

[6] LoLa-järjestelmän verkkosivusto. Hakupäivä: 30.12.2020. <https://lola.conts.it/>

[7] Smith, G.D., Moir, Z., Ferguson, P. & Davies, G. 2020. Low-latency Networked Music Collaborations: Does “Good Enough” Do Enough Good? Journal of Network Music and Arts 2, 1. Hakupäivä 11.5.2021.

<https://commons.library.stonybrook.edu/jonma/vol2/iss1/5>

[8] Timson, C. 2020. Zoom 5.2.2. The Musician’s Update. Sound on Sound -lehti. Hakupäivä 30.12.2020. <https://www.soundonsound.com/reviews/zoom-522>

[9] Focusrite www-sivut. RedNet Enables ‘World-First’ Cross-Border Interactive Performance. Hakupäivä 30.12.2020. <https://pro.focusrite.com/case-studies/live-sound/rednet-enables-%E2%80%98worldfirst%E2%80%99-crossborder-interactive-performance>

[10] Davies, D. 2020. Unlimited potential: how networking has transformed professional audio. MusicRadar. Hakupäivä: 30.12.2020.

<https://www.musicradar.com/news/unlimited-potential-how-networking-has-transformed-professional-audio>

[11] AES67-standardi Audio Engineer Society verkkosivustolla. Hakupäivä 30.12.2020. <https://www.aes.org/publications/standards/search.cfm?docID=96>

[12] Jiang, X., Shokri-Ghadikolaei, H., Fodor, G., Modiano, E., Pang, Z., Zorzi, M. & Fischione, C. 2019. Low-Latency Networking: Where Latency Lurks and How to Tame It. Proceedings of the IEEE 107 (2), 280–306. Hakupäivä 11.5.2021.

<https://doi.org/10.1109/JPROC.2018.2863960>

[13] Aloha-sovelluksen verkkosivusto. Hakupäivä 30.12.2020.

<https://alohabyelk.com/>

[14] Estonia Academy of Music and Theathre. 2018. First 5G concert in the world at the Estonian Academy of Music and Theatre. Hakupäivä 30.12.2020.

<https://eamt.ee/en/first-5g-concert-in-the-world-at-the-estonian-academy-of-music-and-theatre/>

[15] Network Performing Arts Production Workshops. 2019. I wish I would dance well under the stars. Distributed performance – LIVE STREAM – 19:30–20:30 CEST, Wednesday, 3 April 2019. Hakupäivä 31.12.2020. <https://npapws.org/i-wish-i-would-dance-well-under-the-stars/>

<https://npapws.org/i-wish-i-would-dance-well-under-the-stars/>

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Tuohino Jussi, Tötterström Jouko

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021060835772>

**Tiivistelmä:** Musiikin opetus asettaa erityisesti yhteysoiton osalta erityisvaatimuksia etäopetussovelluksille. Luonnollisesti välittyvän äänen lisäksi verkkoyhteyksien pitäisi toimia luotettavasti mahdollisimman pienellä viiveellä eli latenssilla. Oulun ammattikorkeakoulussa otettiin 10 vuotta sitten ensiaskelia musiikin etäopetuksen haastavalla polulla. Millaista kehitystä alalla on viime vuosien aikana tapahtunut? Millä tavoin musiikin opettajat kokevat etäopetuksen lähiopetukseen verrattuna? Kuinka siirtyminen etäopetukseen on poikkeustilan myötä sujunut?



# Vetovoimaa kulttuurista – tapahtumien aluetaloudellinen merkitys

4.10.2021 - Kiipeli Satu, Hoppu Petri

**Tapahtumat ovat kiinteä osa paikallista kulttuuritoimintaa. Niiden merkityksen tunnustaminen ei kuitenkaan ole aina ollut itsestään selvää. Viime vuosina tässä on tapahtunut selkeä muutos, ja tapahtumat kiinnostavat yhä enemmän niin kuntalaisia kuin päättäjiäkin.**



Tapahtuma-ala otti kovia iskuja vastaan COVID-19-pandemian aikana. Monien tapahtumien kohdalla jouduttiin pohtimaan vakavasti mahdollisuuksia jatkaa toimintaa, kun taloudellinen pohja tuntui katoavan yhdellä kertaa. Toisaalta pandemian kautta koko alaa alettiin tarkastella aivan uusista näkökulmista, ja alan

sisällä heräsi halu nostaa esiin sen merkitystä niin valtakunnallisen kuin paikallisen tason kulttuuritoiminnassa.

Tässä artikkelissa paneudutaan nimenomaan tapahtuma-alan paikallisiin merkityksiin ja olosuhteisiin nykytilanteessa. **Satu Kiipeli** haastatteli artikkelia varten Oulun kaupungin tapahtuma-aluepäällikkö **Jari Leviäkangasta** [1], Oulun kaupungin kulttuurijohtaja **Samu Forsblomia** [2] ja Lumo-festivaalin tuottajaa **Jarkko Halusta** [3].

## Muutoksen tuulet

Tapahtumien merkitys kaupungeille on muuttunut merkittävästi viimeisen viidentoista vuoden aikana. Eräs pohjoissuomalainen tapahtumajärjestäjä kuvasi tapahtumajärjestämisen alkuaikoja seuraavasti: ”Kyllä siinä hattu kourassa aneltiin kaupungilta lupia milloin mihinkin. Vastustus oli suurempaa. Tapahtumat nähtiin melunaiheuttajina ja roskaavina turhanpäiväisyyksinä.”

Aika on muuttunut. Jari Leviäkankaan mukaan tapahtumat ovat alkaneet kiinnostaa niin poliittista kuin virkamiesjohtoakin, ja kaikki suomalaiset kaupungit haluavat olla nykyään tapahtumakaupunkeja, mikä aiheuttaa jopa kilpailua tapahtumista. Esimerkiksi Oulussa tapahtumien järjestämistä pyritään helpottamaan kehittämällä kaupungin omien eri hallintokuntien välistä yhteistyötä.

”Ideaalitalanteessa tapahtumajärjestäjä saisi kaikki tarvittavat luvat ja sopimukset yhdeltä luukulta”, kuvailee Leviäkangas.

Myös Samu Forsblom on nähnyt kasvavan muutoksen tapahtumien arvostuksessa, mutta havaitsee myös tietynlaisen polarisaation syntyneen kulttuurin saralla. Hänen mukaansa tapahtumien arvostus ja merkitys kaupunkikulttuurissa on noussut, mutta nähtävissä on myös perinteisten taidelaitosten toiminnan kyseenalaistamista nyky muodossaan. Esimerkkinä hän nostaa viimeaikaisen keskustelun kaupunginteatterin rahoituksesta Oulussa. [4]



# Tapahtuma-alan laajuus ja merkitys

Tapahtuma-ala oli vielä ennen koronapandemiaa varsin pirstaloitunut, eikä yhteistä kattojärjestöä ollut olemassa. Pandemian puhjettua asiaan tuli nopea muutos, kun Tapahtumateollisuus ry perustettiin tapahtumasektorin etuja valvovaksi järjestöksi.

Tapahtumateollisuus ry toteutti yhteistyössä Turun kauppakorkeakoulun kanssa selvityksen, jonka mukaan tapahtumateollisuus on kaiken kaikkiaan yli kahden miljardin arvoinen bisnes Suomessa. [5] Kuviossa 1 on kuvattu tutkimuksessa esitetyt tapahtumasektorin välilliset ja välittömät taloudelliset vaikutukset.



Tapahtumateollisuutta kuvaavaan raporttiin oli koottu kaikki viime vuosina tehdyt selvitykset tapahtumien taloudellisista vaikutuksista. Esimerkiksi Oulussa toteutettiin vuonna 2018 tutkimus, jonka mukaan kulttuurifestivaalien välilliset ja välittömät vaikutukset olivat Pohjois-Pohjanmaalla noin 20,82 miljoonaa euroa. [7] Henkilötyövuosina tapahtumat työllistivät noin 221 ihmistä. Tapahtumien järjestäminen vaikuttaa positiivisesti myös kaupunkikuvaan ja yhteisöllisyyteen.

Jarkko Halunen kertoo, että ilmaistapahtumana järjestettävällä Lumo-festivaalilla halutaan luoda hyvää fiilistä kaupunkiin. Halusen mukaan myös yritykset lähtevät mielellään mukaan festivaalin järjestämiseen, ja Lumo-festivaalia on tukemassa yrityksiä, joille oma näkyvyys festivaalin yhteydessä ei ole niin tärkeää. Sen sijaan he haluavat olla mukana luomassa Oulusta vetovoimaista ja viihtyisää kaupunkia, johon työntekijät haluavat mielellään muuttaa.

”Osaavien työntekijöiden rekrytointiin vaikuttaa myös kaupunkiympäristön viihtyisyys. Kyse on tavallaan kilpailuedun parantamisesta”, Halunen huomauttaa.

## Tapahtumien tukemisen edellytykset

”Kyllä ja ei”, vastaa Forsblom kysymykseen, voiko kaupunki tukea tapahtumia taloudellisesti. Hänen mukaansa tapahtumien taloudellinen tukeminen vaatii kaupungilta ennen kaikkea strategista linjausta ja tapahtumien taloudellinen tukeminen pitää olla perusteltua, jotta kaupunki ei omalla tukipolitiikallaan aiheuta esimerkiksi markkinahäiriötä. Hän toteaa kuitenkin, että kaupunki voi tukea esimerkiksi poikkeuksellisen isoja ja harvoin järjestettäviä suurtapahtumia, joissa tapahtumien järjestäjät ottavat suuren taloudellisen riskin.

Toisinaan voikin käydä niin, että itse tapahtuma saattaa olla järjestäjälle tappiollinen, mutta lähiseudun majoitusliikkeet, ravintolat ja muut toimijat tekevät tapahtuman aikana voittoa tapahtuman ansiosta. Tästä hyvänä esimerkkinä voidaan pitää Lahden MM-hiihtoja vuonna 2017, jotka toivat Lahden talousalueelle makoisat voitot, mutta Hiihtoliitto järjestäjänä koki merkittävät taloudelliset tappiot. [8]

Suurtapahtumien toteuttamisessa kaupungin taloudellisella tuella on merkittävä rooli tapahtuman toteuttamisessa. Suomen suurimmista kaupungeista löytyvät omat tapahtumiin keskittyvät organisaationsa, jotka puntaroivat muun muassa mahdollisen tapahtumalle myönnettävän tuen suuruutta.

## Tukipolitiikan suuntaviivat

Kaupunkien tukipolitiikka keskittyy perinteisesti yleishyödyllisten yhdistysten tukemiseen. Siitä huolimatta myös pienemmän luokan tapahtumille – myös

kaupallisille – on perusteltua myöntää tukea. Halusen mukaan tapahtumat tarvitsevat etenkin alkuvaiheessa taloudellista tukea ja että erityisesti joukosta erottuvien ja omalaatuisten tapahtumien tukeminen on tärkeää. Nämä luovat toivottua paikallisidentiteettiä, kiinnostavuutta sekä yhteisöllisyyttä.

Forsblom näkee, että merkittävin tapa, millä kaupungit tukevat tapahtumasektoria, on olosuhteiden luominen. Tapahtumaolosuhteiden rakentaminen ei välttämättä vaadi suuria investointeja, mikäli tietyt olosuhdevaatimukset huomioidaan muun kaupungin rakentamistoiminnan yhteydessä.

Leviäkangas on samoilla linjoilla, ja hän toteaaakin, että tapahtumaolosuhdeinvestoinnit tulisi sisällyttää muuhun kaupungin rakentamistoimintaan esimerkiksi puistoja tai isoja liikuntahalleja suunniteltaessa. Suunnittelun aikana voidaan samalla miettiä, miten rakennettavia fasiliteetteja voidaan hyödyntää tapahtumiin ja tehdä tarvittavat investoinnit samalla. Kysehän on useimmiten varsin tavallisista asioista, kuten sähköstä, vedestä ja saniteettitiloista.

## Kohti vaikutusten arviointia

Tapahtumien aluetaloudellisten vaikutuksien arvioimiseksi kaivataan edelleen lisää dataa, jotta päästäisiin arvioimaan tulevien tapahtumien vaikutuksia helpommin jo suunnitteluvaiheessa.

”Niin sanottua big dataa tulisi hyödyntää paremmin, kuten esimerkiksi eri lipunmyyntiyhtiöiden tunnuslukuja. Tiettyjä tunnuslukuja olisi hyvä pystyä seuraamaan vuosittain monen muun sektorin tapaan”, pohtii Forsblom.

Tapahtumien taloudellisista vaikutuksista tehtäviä raportteja tehdään suhteellisin pitkin aikaväleihin ja tutkimusprosessit ovat verraten raskaita. Niin poliitikkojen kuin virkamiesten olisi hyvä saada edelleen laajemmin tietoa siitä, minkälaisia vaikutuksia yksittäiset tapahtumat luovat kaupunkiin. Vaikka tapahtumia ei useimmiten järjestetä taloudellisen voiton vuoksi, on tapahtumien tuottamat moniulotteiset positiiviset vaikutukset silti hyvä tehdä näkyviksi.

Kiipeli Satu, suunnittelija  
Oulun kaupunki, sivistys- ja kulttuuripalvelut

Hoppu Petri, yliopettaja  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

- [1] Jari Leviäkankaan haastattelu 2.12.2020. Satu Kiipelin hallussa.
- [2] Samu Forsblomin haastattelu 4.12.2020. Satu Kiipelin hallussa.
- [3] Jarkko Halusen haastattelu 4.12.2020. Satu Kiipelin hallussa.
- [4] Kauppinen, E. 2020. Teatterin avustuksen setvintä jatkuu, 500 000 euron toiminta-avustuksen leikkausesityksestä päätetään joulukuussa. Kaleva 18.11.2020. Hakupäivä 4.12.2020. <https://www.kaleva.fi/teatterin-avustuksen-setvinta-jatkuu-500-000-euron/3115620>
- [5] Wiren, M., Westerholm, T. & Liikamaa, A. 2020. Tapahtumateollisuuden toimialatutkimus 2020 osa 2. Tapahtumateollisuus ry. Hakupäivä 4.12.2020. [https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2020/09/Tapahtumateollisuuden-toimialaraportti-2020\\_osa-2\\_high.pdf](https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2020/09/Tapahtumateollisuuden-toimialaraportti-2020_osa-2_high.pdf)
- [6] Tapahtumateollisuus ry 2020. Mitä on tapahtumateollisuus? Hakupäivä 4.2.2020. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/mita-on-tapahtumateollisuus/>
- [7] Rytönen, M. 2020. Kulttuurifestivaalien aluetaloudelliset vaikutuksen Pohjois-Pohjanmaalla. Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu. Hakupäivä 4.12.2020. <https://www.ouka.fi/documents/6281062/12164838/Kulttuurifestivaalien+vaikutukset+Pohjois-Pohjanmaalla.pdf/1a1c15e2-6d1b-4958-8588-700f3eebeac5>
- [8] Pusa, A. 2017. MM-hiihdoista 1,6 miljoonan euron tappiot – johtaa lomautuksiin Hiihtoliitossa. 17.1.2017 Helsingin Sanomat. Hakupäivä 4.12.2020. <https://www.hs.fi/urheilu/art-2000005235834.html>

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Kiipeli Satu, Hoppu Petri

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021060835774>

**Tiivistelmä:** Tapahtumat ovat kiinteä osa paikallista kulttuuritoimintaa. Niiden merkityksen tunnustaminen ei kuitenkaan ole aina ollut itsestään selvää. Viime vuosina tässä on tapahtunut selkeä muutos, ja tapahtumat kiinnostavat yhä enemmän niin kuntalaisia kuin päättäjiäkin.

# Kulttuuripassi – vai sittenkin hyvinvointipassi – Liminkaan!

4.10.2021 - Kärjä Anu-Maija, Hoppu Petri

**Kulttuuri kuuluu kaikille varallisuudesta tai muista saavutettavuuden haasteista riippumatta. Tätä tarkoitusta varten monissa kunnissa on käytössä maksuton kulttuuripassi Kaikukortti. Kortilla voi hankkia maksuttomia pääsylippuja ja kurssipaikkoja kaikkiin niihin kulttuuripalveluihin, jotka kuuluvat valtakunnalliseen Kaikukortti-verkostoon.**

**KULTTUURIA JA HYVINVOINTIA**  
*Limingassa*

HALLINTOKUNNAT  
LÄVISTÄVÄT  
PALVELUT 

 PALVELUIHIN  
MATALA  
KYNNYS  
KAIKILLE

 VIESTIMME MONI-  
KANAVAISESTI JA  
SELKEÄSTI

 AUTAMME  
OSALLISUUTEEN

 EMME JÄMÄHDÄ  
PERINTEISEEN  
KULTTUURI-  
KÄSITTEESEEN

 RAHA EI SAA  
RATKAISTA!

Tässä artikkelissa pohditaan, olisiko Kaikukortti tai vastaava kulttuuripassi mahdollista ottaa käyttöön Limingan kunnassa. Kaikukortin tavoitteena on parantaa taloudellisesti tiukassa tilanteessa olevien nuorten, aikuisten ja perheiden mahdollisuuksia osallistua kulttuurielämään ja harrastaa taiteen tekemistä. [1]

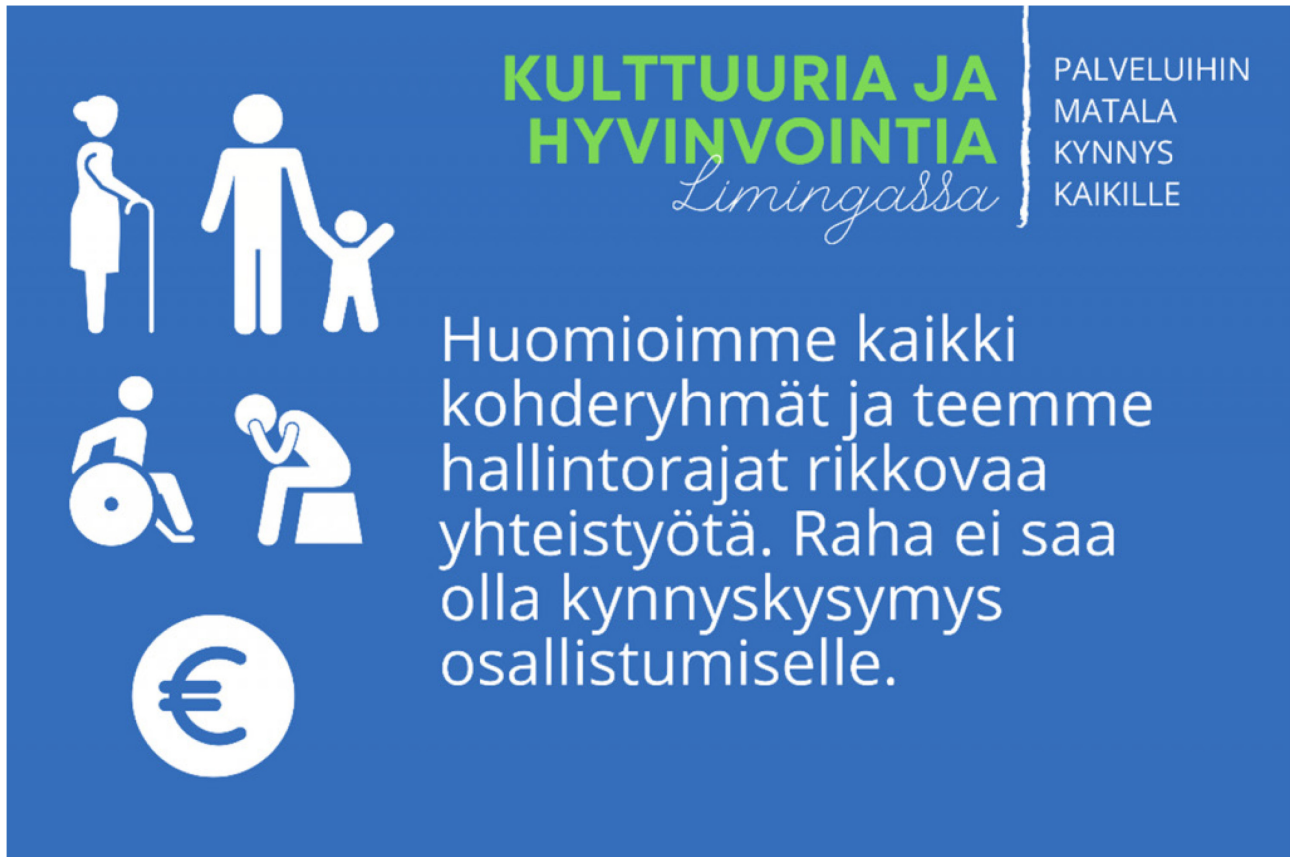
Tahtoa asiaan olisi, sillä Kaikukortista on tehty Limingassa jo valtuustoaloite, mutta toteutukseen se ei ole vielä edennyt.

Haastattelumuotoisen taustakartoituksen tavoitteena oli selvittää, millaisia ominaispiirteitä Limingan osalta kulttuuripassin toteuttamisessa tulisi huomioida. Kävi ilmi, että kulttuurin saavutettavuudessa on monenlaisia haasteita, jotka kohdistuvat muun muassa vähävaraisiin, työvoimapalveluiden piirissä oleviin liminkalaisiin sekä suuriin perheisiin, joita Limingassa on runsaasti. Myös toimintakyvyn rajoitteet voivat sulkea tiettyjä ryhmiä palveluiden ulkopuolelle.

Taustakartoituksessa olivat mukana kunnan kulttuuri- ja kirjastojohtaja **Janne Nevala**, [2] työllisyyspalveluista työhönvalmentaja **Annukka Hanni-Niemikorpi** [3] sekä Mukana-hankkeen yksilövalmentaja **Tiina Nokela**, [4] johtava sosiaalityöntekijä **Heli Karjalainen** [5] sekä hoito- ja hoivatyönjohtaja **Riitta Ruottinen**. [6] Nämä asiantuntijat pohtivat osallisuutta, saavutettavuutta, kulttuuripalveluita ja hyvinvointia ensisijaisesti oman asiakaskuntansa näkökulmasta.

Erityisiksi haasteiksi nousivat taloudellisten näkökulmien lisäksi syrjäytyminen ja osattomuus, mutta myös sopivan tarjonnan puuttuminen. Esimerkiksi uskonto tai elämäkatsomus saattaa olla rajoite tai este osallistumiselle. Osallistumisen esteeksi voi lisäksi nousta hyvinkin konkreettiset asiat, kuten kyydin tai lastenhoidon puute.

Asiantuntijahaastatteluissa nousi esille myös se, että kulttuuripalveluihin liittyy ennakkoluuloja, eikä niitä siten koeta omaksi. Saavutettavuuden esteenä voivat siis olla myös asenteeseen liittyvät seikat, jotka haastavat palveluiden ja tapahtumien sisällöntuottajia, mutta myös niiden markkinointia.



**KULTTUURIA JA HYVINVOINTIA**  
*Limingassa*

PALVELUIHIN  
MATALA  
KYNNYKYS  
KAIKILLE

Huomioimme kaikki kohderyhmät ja teemme hallintorajat rikkovaa yhteistyötä. Raha ei saa olla kynnykskysymys osallistumiselle.

## Olenko oikeutettu tällaiseen palveluun?

Osallisuuden ja hyvinvoinnin lisäämiseksi Limingassa on jo paljon hyviä käytäntöjä, kuten kyläillat, osallisuustyöryhmä, kuntalaiskuulemiset, liikunta- ja kulttuurifoorumit, kertoo kirjasto- ja kulttuurijohtaja Janne Nevala.

”Haasteena on, kuinka saada kiinni ne ihmiset, jotka syystä tai toisesta eivät koe, että kulttuuri- ja vapaa-aikapalvelut voivat tarjota heille mitään. Tai pahimmillaan jopa niin, että he eivät koe olevansa oikeutettuja tällaiseen palveluun.”

Osallistumisen tulisi olla Nevalan mukaan mahdollisimman helppoa, matalan kynnyksen toimintaa, joka tarjoaa elämyksiä.

”Mutta tekemisen tulee olla myös ammattitaitoista. Niin, että esityksistä, tapahtumista ja työpajoistakin jää osallistujalle tunne, että hän osallistuu johonkin, joka tuo hänen elämäänsä jotain, mitä siinä ei aiemmin ollut.”



Esteet osallistumiselle voivat Nevalan kokemuksen mukaan olla hyvin monenlaisia, ja monille jo pelkkä lähteminen voi nousta kynnyskysymykseksi.

”Mietitään, mistä ostetaan lippu, miten käyttäydytään tai mitä pitää pukea päälle. Pohditaan ehkä etukäteen, onko siellä ketään entuudestaan tuttua. Tai joudunko minä osallistumaan johonkin, mihin en halua osallistua?”

Palveluita tulisi kirjasto- ja kulttuurijohtajan mukaan suunnata aivan erityisesti syrjäytyneille, yksinäisille, taloudellisesti ahtaalla oleville, kulttuuriennakkoluuloisille ja jopa kulttuurivihamielisille.

”Huomioida tulisi myös ne, joilla on rajoitteita fyysisellä tai psyykkisellä puolella. Samoin tarjottavaa tulisi olla elämäkatsomuksensa vuoksi kulttuuripalveluiden ulkopuolelle jääville – tällaiset henkilöt pohtivat esimerkiksi sitä, onko hyväksyttävää osallistua johonkin palveluun.”

Myös ujut ja hiljaiset voivat helposti jäädä palveluiden ulkopuolelle. Selkeästi laaditut ilmoitukset ja mainokset voivat antaa rohkeutta osallistumiseen niille, joilla on rajoite vaikkapa liikkumisessa.

”Tapahtumien ja niistä viestimisen tulee olla mahdollisimman selkeärakenteista: mitä ja missä tapahtuu, milloin, miten sinne tullaan, kauanko kestää. Ilmoituksesta tai mainoksesta tulee käydä myös ilmi, mitä minulta odotetaan. Ja jos minulla on puolestaan jokin rajoite, miten se otetaan huomioon – vaikkapa pyörätuolipaikat esityksissä.”

Kulttuuripassin pitäisi Nevalan mukaan palvella myös niitä, joiden kulttuuriepäluulo ei ole taloudellisista syistä johtuvaa.

”Kärjistettynä voisin todeta, että huomioida tulisi myös sellaiset, jotka ajattelevat kulttuurin olevan turha kuluerä kunnan budjetissa.”

Kirjasto- ja kulttuurijohtaja arvioi kulttuuripassin merkitystä liminkalaisille kokonaisvaltaisemmin kuin pelkästään kulttuuripalveluiden näkökulmasta.

”Kulttuuripassi on hyvä tapa, ei pelkästään tuoda kulttuuria uusille ryhmille, vaan ehkä myös käynnistää keskustelua ja vuorovaikutusta kulttuurin merkityksestä kuntalaisten hyvinvointiin.”



AUTAMME  
OSALLISUUTEEN

**KULTTUURIA JA  
HYVINVOINTIA**  
*Limingassa*

Tarjoamme lastenhoitoa  
ja kulttuurikavereita.  
Annamme mallin  
osallistumiseen. Tuomme  
tarvittaessa palvelut  
sinne, missä ihmiset ovat.



## Osallistavaa kulttuuritoimintaa vaikka saunavihtoja tehden!

Hoito- ja hoivatyönjohtaja Riitta Ruottinen pohtii, olisiko Limingassa mahdollista tuottaa enemmän myös osallistavaa kulttuuripalvelua.

”Näitä voisivat olla laulu, tanssi, näytelmä, runonlausunta ja yhdessä maalaaminen. Kesäisin voisi porukalla tehdä vaikkapa vihtoja. Yhdessä tekeminen lisäisi hyvinvointia, etenkin jos kokee yksinäisyyttä. Porukassa yleensä juttu lentää ja nauru raikaa.”

Palveluita voisi Ruottisen mukaan suunnata sekä hoivakodeissa asuville että koteihin ”eristäytyneille” ikääntyneille liminkalaisille.

”Myös yksinäisyyttä kokevat sekä kuulo- ja näkövammaiset voitaisiin huomioida paremmin”, hän lisää.

Ruottinen on tehnyt yhteistyötä muun muassa Oulun vanha musiikki ry:n kanssa: muusikkoryhmä vieraili Limingassa Joutsenkodissa ja seniorikahvilassa ikääntyneille suunnatulla esityksellä. Monesti esitys onkin helpompi tuoda sinne, missä yleisö on. Palveluiden saavutettavuuden esteitä voitaisiin entistä määrätietoisemmin vähentää, sillä ne nousevat haasteeksi monella tapaa.

”Kuljetus tai kyyti voi olla yllättävän suuri haaste, eli miten pääsee kohteeseen. Myös pääsymaksu saattaa nousta esteeksi. Monet ovat arkoja lähtemään ja osallistumaan ensimmäistä kertaa.”

Kaikukorttia tai vastaavaa passia Ruottinen pitää hyvänä vaihtoehtona – näin ainakaan raha ei muodostuisi osallistumisen esteeksi.

”Meillä on koulutettu liikkumisen tueksi vertaisvetureita vanhuspalveluissa. Kulttuuripalveluissa voisi ehkä miettiä jotain samantapaista. Olisi kaveri, jonka kanssa osallistua, ja joka houkuttelee lähtemään.”

## Lapsiparkki voi olla edellytys osallistumiselle

Työllisyyspalveluiden Annukka Hanni-Niemikorpi pohtii hyvinvointia lisäävien palveluiden kohdentamiseen liittyviä mahdollisuuksia Limingan kokoisella paikkakunnalla.

”Esimerkiksi mielenterveyskuntoutujille on joskus järjestetty liikuntaryhmä, joka oli tosi suosittu. Siellä oli tullut vahvasti esille vertaistuen ja keskustelun merkitys mielekkään toiminnan ohella. Olen huomannut aivan saman asian omien ryhmieni kanssa.”

Hanni-Niemikorven mukaan ryhmädynamiikka toimii parhaiten, kun porukka on samanhenkistä. Näin myös toimintaan ja aktiviteetteihin on helpompi lähteä mukaan.

”Voitaisiinko järjestää tukipalveluita varsinaiseen toimintaan osallistumisen tueksi, esimerkiksi lapsiparkki isojen perheiden äitejä ja isiä ajatellen?”

Pienikin maksu on hänen mukaansa monelle suuri kynnys.

”Moni on kysellyt, että eikö kuntosali voisi olla työttömillekin ilmainen. Mielestäni näin pitäisi aivan ehdottomasti olla. Siinä on tällä hetkellä nimellinen 30 euron maksu, jolla ei kunnalle ole suurta merkitystä, mutta työttömälle on. Jos tulot ovat 600 euroa kuukaudessa, se voi olla aika iso kustannus”, hän pohtii.

Yhdeksi kohderyhmäksi Hanni-Niemikorpi nostaa perheenäidit, joilla omaa aikaa ja mahdollisuuksia omien mielenkiinnon kohteiden toteuttamiseksi on vähän.

”Myös uskonto saattaa rajoittaa, eikä sopivaa tarjontaa löydy. Mukaan tulisi saada myös henkilöitä, jotka ovat eläneet hyvin pitkään hyvin pienillä tuloilla, jolloin elämään ei ole kuulunut lainkaan tapahtumia tai harrastuksia.”

Niin kulttuuri- kuin hyvinvointipalveluita voisi kohdentaa hänen mukaansa myös nuorille, joilla on sosiaalista rajoittuneisuutta. Niin ikään työttömät tulisi huomioida.

”Palveluilla tulisi tavoittaa ihmisiä, joilla on työttömyyttä ja sen mukanaan tuomia ilmiöitä, kuten vähävaraisuutta, terveysongelmia, sosiaalipalveluiden tarvetta ja osattomuuden tunnetta.”

Työhönvalmentajan näkökulmasta Liminkaan tarvittaisiin aivan erityisesti lähialueelle kohdennettuja palveluita sekä ilmaista toimintaa perheille: tapahtumia, joissa sekä äideille että lapsille löytyisi mielekästä tekemistä.

”Oma hyvinvointi on monelle tärkeää, voitaisiinko myös liikunta lukea näihin passin tarjoamiin palveluihin? Esimerkiksi Lakeustalon salin voi jakaa kahtia. Toisella puolella olisi lapsille ohjattu liikuntakerho ja toisella puolella äideille hyvinvointijumppa, käsityöpiiri tai muuta toimintaa.”

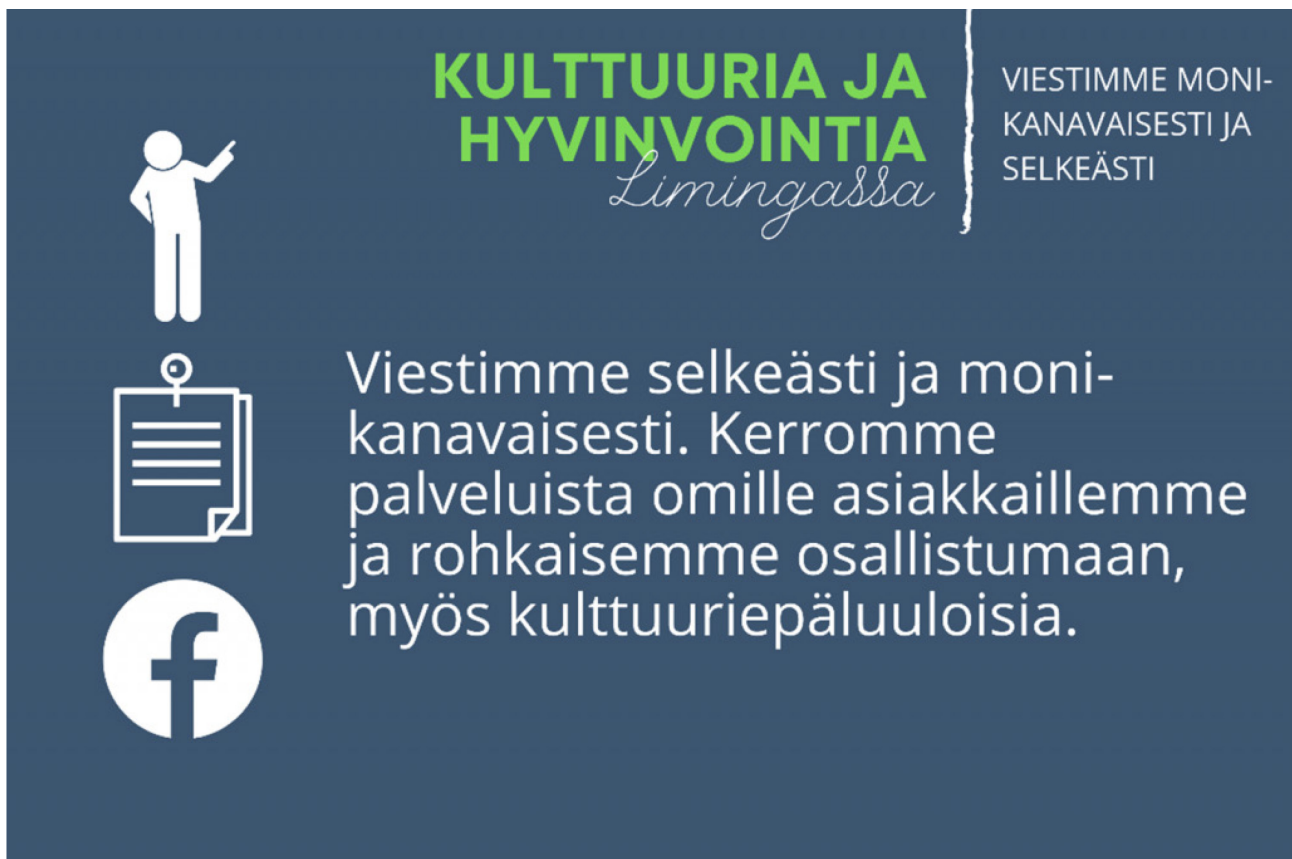
Perinteisesti kulttuuripalveluiksi käsitettävät asiat voitaisiin niputtaa hyvinvointipalveluiksi, jotka tarjoaisivat monipuolista toimintaa myös niille, jotka eivät ehkä lähtökohtaisesti ole kiinnostuneita kulttuurista. Toisaalta kulttuuria voidaan hyödyntää monipuolisesti myös erilaisten ryhmien kanssa.

”Olen vetänyt työttömille aktivoivaa ryhmää, jonka puitteissa olemme käyneet tutustumassa paikalliseen kulttuuritarjontaan museoalueella. Ryhmän kanssa olen

vieraillut myös Ala-Kestilän arboretumissa, Limingan taidekoulun näyttelyssä sekä Liminganlahden luontokeskuksessa.”

Myös lähialueen palvelut ovat melko hyvin saavutettavia Limingasta käsin ja rikastuttavat tarjontaa.

”Hyviä kohteita Oulussa ovat esimerkiksi museot, taidenäyttelyt, Ainolanpuisto ja Tietomaa. Kesällä kävimme lounaalla Oulun keskustassa, sekin oli elämys perheenäideille.”



**KULTTUURIA JA  
HYVINVOINTIA**  
*Limingassa*

VIESTIMME MONI-  
KANAVAISESTI JA  
SELKEÄSTI

Viestimme selkeästi ja moni-  
kanavaisesti. Kerromme  
palveluista omille asiakkaillemme  
ja rohkaisemme osallistumaan,  
myös kulttuuriepäluuloisia.

## Lisää yhteistyötä hallintokuntien välille

Johtavan sosiaalityöntekijä Heli Karjalaisen mielestä osallisuutta voitaisiin parantaa Limingassa eri sektoreiden ja hallintokuntien välistä yhteistyötä lisäämällä.

”Matalan kynnyksen palveluiden lisääminen ja helposti saavutettavat palvelut ovat myös tärkeitä seikkoja. Korostan tiedottamista, jossa sosiaalisella medially on aina vain aktiivisempi rooli.”

Karjalainen nostaa kulttuuripalveluiden näkökulmasta erityisiksi kohderyhmiksi mielenterveys- ja päihdekuntoutujat, kehitysvammaiset tai muutoin erityistä tukea tarvitsevat asiakkaat ja pitkäaikaistyöttömät.

”Meillä on esimerkiksi yksi nuori aikuinen kehitysvammainen, jolla on ilmiömäistä taideosaamista. Miten tätä osaamista voitaisiin edistää palveluillamme?”

Sosiaalipalveluiden näkökulmasta nousevat esiin myös ikäihmiset, joiden joukossa on syrjäytyneitä, mielenterveysongelmaisia ja taloudellisen tilanteen kanssa kamppailevia.

”Ehkäisevän ja varhaisen tuen näkökulma kannattaa myös huomioida, eli lapset ja nuoret ovat oma ryhmä, johon kulttuuripalveluita tulisi kohdistaa.”

Karjalaisen mukaan kulttuuripalveluissa, kuten taidenäyttelyissä, voitaisiin kiinnittää huomiota asiakkaiden osallisuuteen sekä heidän taidonnytteisiinsä.

”Osallistaminen voisi toimia myös musiikin tekemisen puolella. Voisin hyvin kuvitella liminkalaisten kehitysvammaisten perustavan oman rokkibändin.”

Johtava sosiaalityöntekijä muistuttaa luonnon olevan Limingassa lähellä.

”Luonnon hyödyntäminen kannattaa huomioida. Valokuvaaminen on myös itseilmaisun keino, jolla voi vahvistaa itsetuntoa.”

Esteitä nykyisen tarjonnan hyödyntämiselle Karjalaisen mukaan voi olla monia.

”Rohkeuden puute, jännittäminen ja lähtemisen vaikeus. Tukihenkilö voisi olla monelle tarpeen. Miten voisimme tukea ensimmäisen askeleen ottamista ja taloudellista tilannetta?”

Limingassa palveluihin osallistumista voitaisiin tukea taloudellisesti, mutta etsiä myös yhdessä uusia toimintatapoja.

”Tarvitaan kunnan yhteisen tahdon luomista näiden asioiden edistämiseksi, päätöksen teosta alkaen.”

## Mukana-hanke tarjoaa hyvinvointia yksilölähtöisesti

Limingan kunnan Mukana-hankkeessa on tavoitettu jo hyvin työelämän ja koulutuksen ulkopuolella olevia henkilöitä ja lisätty heidän sosiaalista osallisuuttaan. Yksilövalmentaja ja projektipäällikkö Tiina Nokela hyödyntää työssään jo nyt laajasti hyvinvointia lisääviä luonto- ja kulttuurielementtejä.

”Olemme järjestäneet monenlaista osallisuutta ja hyvinvointia lisäävää toimintaa niin nuorille kuin aikuisillekin. Ryhmätoiminnoissa on hyödynnetty sekä ympäröivää luontoa että lähellä olevia Oulun kaupungin monipuolisia palveluita.”

Nokelan mukaan luonto, erityisesti metsä ja vaikkapa nuotiolla istuminen tarjoavat mainiot puitteet viettää aikaa muiden kanssa, jutella tai ihan vain olla mukana ryhmässä.

”Tänä syksynä kaikkien ryhmien kanssa on liikuttu paljon metsässä, käyty mustikassa ja puolukassa, istuttu nuotiolla makkaran paistossa, vierailtu karpalosuolla pakkasaamussa ja herkuteltu loimulohella. Joskus metsään meneminen on parasta terapiaa, ja kun sen voi vielä tehdä yhdessä.”

Kukaan Nokelan asiakkaista ei ole lähtenyt metsästä pahoilla mielin. Myös yksilövalmennus pyrkii osallisuuden ja hyvinvoinnin edistämiseen asiakasta kuunnellen.

” Toinen kaipaa arkeensa juuri nyt lisää ihmisiä, ja vierailu vilkkaassa kauppakeskuksessa, elokuvateatterissa tai konsertissa tuntuu hyvältä. Toinen toivoo rauhallista keskustelua kävelylenkin yhteydessä.”

Monet Mukana-hankkeen asiakkaat ovat vaarassa syrjäytyä ja pudota yhteiskunnan kelkasta. Paikkaa työelämästä ei ole ehkä koskaan oikein löytynyt, eikä oikein muutakaan yhteisöä, johon kuulua. Monesti päiviin kaivattaisiin uutta sisältöä ja

mielekäästä tekemistä. Nokela pohtii, että liikkeelle lähteminen ja toimintoihin osallistuminen voi olla haasteellista, vaikka tarjontaa olisi.

”Kulttuurin tarjonnan puute ei varmastikaan varsinaisesti ole se haaste, vaan pikemminkin puuttuu kulttuuri, että käytäisiin erilaisissa kulttuuripalveluissa. Jos tämän tyyppinen toiminta ei ole koskaan kuulunut osaksi arkea, ei se ehkä niukassa ja haasteellisessa elämäntilanteessa tunnu myöskään luontevalta vaihtoehdolta.”

Muiksi esteiksi Nokela nostaa rahan, ylipäätään liikkeelle lähtemisen ja osallistumisen haasteet kuten lastenhoidon.

”Suurin osa asiakkaista lähtee mielellään mukaan toimintaan, kun on kaveri. Nuorten ryhmän yksi suosikeista on elokuvareissu Ouluun, lisäksi käydään säännöllisesti Limingan museoalueella, kirjastossa ja vaikkapa Oulun Valveen tapahtumissa.”

Yksi havainto nousee Nokelan asiakkaista selkeästi esille:

”Vaikka mainostamme paikallisia ja lähialueella olevia tapahtumia, ei vapaa-ajalla osallistumista juuri tapahdu. Ei, vaikka siihen yritetään kannustaa ja nimenomaan ryhmän toiminnalla mallintaa, mitä voisi vapaa-ajalla itsenäisesti tai kaverin kanssa tehdä.”



EMME JÄMÄHDÄ  
PERINTEISEEN  
KULTTUURI-  
KÄSITTEESEEN

# KULTTUURIA JA HYVINVOINTIA *Limingassa*

Laajennamme kulttuurin käsitettä. Hyvinvoinnin ja osallisuuden lisääminen voi olla yhteistä tekemistä: vihtojen tekoa, leffassa käyntiä, taidenäyttely kahvin kera tai luontoretki makkaranpaistolla.



## Yhteinen työkalu Hymy-hankkeesta?

Hyvinvoinnin lisääminen ja kulttuurin saavutettavuuden parantaminen Limingassa vaativat määrätietoisia käytännön toimia, joihin voivat osallistua palveluiden tuottajien lisäksi kohderyhmien kanssa työskentelevät ammattilaiset. Kohderyhmien erityistarpeisiin liittyvä osaaminen yhdistettynä mielekkääseen sisältöön madaltaa osallisuuden kynnyksiä.

Osallistumista voidaan helpottaa hyvinkin konkreettisilla tukipalveluilla kuten lastenhoidolla tai kuljetuspalvelulla. Viestinnän pitää olla selkeää ja riittävän informatiivista, jotta myös ensimmäistä kertaa tapahtumista innostuvat uskaltavat mukaan. Lisäksi kulttuurin tulee olla käsitteenä riittävän laaja-alaisesti ymmärretty, jotta myös kulttuuriennakkoluuloiset voivat kokea osallisuutta.

Syksyllä 2020 Limingassa on valmisteltu uutta Hymy-hanketta, jonka lähtökohtana on edistää kuntalaisten hyvinvointia ja myötäelämistä. Artikkelissa mainittu

kulttuuripassia laaja-alaisempi hyvinvointipassi voitaisiin toteuttaa tämän ESR-hankkeen myötä.

Kärjä Anu-Maija, viestintä- ja tapahtuma-asiantuntija  
Limingan kunta

Hoppu Petri, yliopettaja  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Kulttuuria kaikille -verkkosivut. 2019. Kaikukortti-käsikirja kulttuurikohteille 2019. Hakupäivä 11.12.2020.

[http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/Hankkeet/Kaikukortti/Kaikukortti\\_kasikirja\\_kulttuurikohteet\\_2020.pdf](http://www.kulttuuriakaikille.fi/doc/Hankkeet/Kaikukortti/Kaikukortti_kasikirja_kulttuurikohteet_2020.pdf)

[2] Janne Nevalan haastattelu 7.10.2020. Aineisto Anu-Maija Kärjän hallussa.

[3] Annukka Hanni-Niemikorven haastattelu 5.10.2020. Aineisto Anu-Maija Kärjän hallussa.

[4] Tiina Nokelan haastattelu 29.10.2020. Aineisto Anu-Maija Kärjän hallussa.

[5] Heli Karjalaisen haastattelu 15.10.2020. Aineisto Anu-Maija Kärjän hallussa.

[6] Riitta Ruottisen haastattelu 12.10.2020. Aineisto Anu-Maija Kärjän hallussa.

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Kärjä Anu-Maija, Hoppu Petri

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541141>

**Tiivistelmä:** Kulttuuri kuuluu kaikille varallisuudesta tai muista saavutettavuuden haasteista riippumatta. Tätä tarkoitusta varten monissa kunnissa on käytössä maksuton kulttuuripassi Kaikukortti. Kortilla voi hankkia maksuttomia pääsylippuja ja kurssipaikkoja kaikkiin niihin kulttuuripalveluihin, jotka kuuluvat valtakunnalliseen Kaikukortti-verkostoon.

# Katse kristallipalloon: liikkuvat palvelut kirjastotyön tulevaisuus?

4.10.2021 - Frilander Tarja, Tötterström Jouko

**Nyt tehtävillä päätöksissä liittyen kirjaston tiloihin ja muihin strategisiin ratkaisuihin on väistämättä vaikutus pitkälle tulevaisuuteen. Päätöksenteon tueksi täytyisi olla se kuuluisia kristallipallo, jotta tietäisi mitä velvoitteita kirjastolaitokselta ja taitoja työntekijöiltä tulevaisuudessa tullaan vaatimaan. Näköpiirissä on, että kirjastotyö tulee painottumaan yhä enemmän yli hallintokuntien ja eri sektoreiden väliseen yhteistyöhön. Myös kuntalaisia tulee osallistaa palveluiden kehittämiseen ja suunnitteluun enenevissä määrin. Lisäksi kirjastopalveluiden toimintaa ja palvelutuotantoa tulee osata arvioida eri näkökulmista. Tässä artikkelissa kerrotaan Mikkelin kaupunginkirjaston kokemuksista palveluiden tuottamisesta uudella tavalla.**



Mikkelin liikkuvien palveluiden logo (graafinen ilme: Groteski)

## Liikkuvat palvelut kirjastotyön tulevaisuus?

Viime vuoden puolella ilmestyi päivitetty asiakirja Sivistyksen suunta 2030: kuntaliiton sivistyspoliittinen ohjelma. Valmistumassa on myös uusi Yleisten kirjastojen suunta 2021–2024-asiakirja. Asiakirjassa on nostettu esille toimintaympäristössämme tapahtuvat ilmiöt sekä muutokset ja niiden merkittävä vaikutus kirjastojen toimintaan tulevaisuudessa. Esimerkiksi työn muutos, lukutaidon ja sivistyksen rappeutuminen, eriarvoistuminen ja ilmastonmuutos. [1]

Kirjastotyön muutos näkyy palveluiden digitalisoitumisessa ja ammatillisten sisältöjen muuttumisena. Tulevaisuudessa kirjastoalan ammattilaiset työskentelevät osana laajempia moniammatillisia verkostoja. Palveluita tuotetaan aktiivisesti ja laaja-alaisesti yhteistyössä kunnan muiden palveluntuottajien ja eri toimijoiden kanssa verkossa, tapahtumissa ja kirjaston ulkopuolella. Toiminnassa hyödynnetään yhteisiä resursseja korostaen kokeilevaa kulttuuria. [1]

Kuntatalouden tiukentuessa kirjastojen on ryhdyttävä kehittämään täysin uusia joustavia palvelumuotoja sekä ryhdyttävä vahvistamaan hakeutuvia ja liikkuvia palveluita. [1]

## Mitkä ihmeen Mikkelin liikkuvat palvelut?

Mikkelin kaupungissa lakkautettiin vuonna 2020 kolme lähikirjastoa. Liikkuvat palvelut perustettiin korvaamaan Mikkelin seutukirjaston kolmen lakkautetun lähikirjaston lakkautettuja palveluita. Kyseessä on uusi palvelumuoto, jossa viedään kirjaston aineistoja ja kirjaston ammatillista osaamista kirjaston tilojen ulkopuolelle. [2] Liikkuvat palvelut eivät luonnollisestikaan korvaa lakkautettuja kirjastoja.

## Mirja-kirja-auto ja tarpeisto

Liikkuvassa kirjastopalvelussa työskentelee kaksi kirjastonhoitajaa. Työhön kuuluvat liikkuvan kirjastopalvelun suunnittelu, hoitaminen ja kokoelmatyö. Työssään apuna heillä on leasing-sopimuksella hankittu Volkswagen Transporter -pakettiauto nimeltään Mirja.

Kyseessä ei ole suinkaan perinteinen kirjastoauto. Auton tavaratilaan on asennettu kiinteä hyllykkö ensiapulaukun, kuormaliinojen ja muiden tarvikkeiden säilyttämistä varten. Mukaan mahtuu kolme kirjavaunua, kuusi laatikkoa kirjoja ja kirjakasseja. Kullekin asiakasryhmälle on hankittu omat kirjavaunut, jotka lastataan autoon päivän kohderyhmän mukaan. Vaunuja on yhteensä yhdeksän. Käytännössä vaunut lastataan ja puretaan autoon, alumiinista lastaussiltaa pitkin.

Mukana kulkee muutakin tarpeistoa: muovilaatikoita suojakansineen, nokkakäryt, kynnysluiska, telttä, taittopyörä, suojahuppu kirjavaunuille, messumattoja, rantalippuja, jatkojohtoja ja kaikkea muutakin tarpeellista. Kirjastonhoitaja **Riia Marttinen** Mikkelin kaupunginkirjastosta toteaa: ”Päivä alkaa lastaushommilla. On tärkeää kiinnittää huomiota ergonomiaan ja työturvallisuuteen heti toiminnan alkuvaiheessa, jotta mahdollisilta työtapaturmilta välttyttäisiin”.





Pop-up-kirjastoissa on asiakkaille tarjolla rajattu 300–400 niteen kokoelma, joka muodostuu pääsääntöisesti kirja-aineistosta. Aineistoa ei voi varata ennakoon. Aineistot puretaan autosta ja laitetaan esille pystytettävään pop-up-kirjastoon. “Palvelutiskiinkin asennetaan mukana kulkeva kannettava tietokone, kuittitulostin, viivakoodinlukija ja kaikkea muuta asiakaspalvelussa tarvittavaa materiaalia. Pop-up-kirjastot ovat kaikille avoimia. Pop-up-kirjastosta lainatun aineiston voi palauttaa mihin tahansa Lumme-kirjastoon.”



## Liikkuvien kirjastopalveluiden toiminta

Liikkuvat kirjastopalvelut eivät ole pelkkä auto millä viedään kirjastopalveluita päiväkodeille, kouluille ja lakkautettujen kirjastojen alueiden asukkaille, joiden on hankala asioida Mikkelin pääkirjastossa. Mukana viedään kirjastoammatillista osaamista, neljän viikon periodeissa vaihtuvalla aikataululla.

Liikkuvien kirjastopalveluiden toiminnan keskiössä ovat kouluille toimitettavat kirjakassit. Mikkelin kaupunginkirjastossa koulu yhteistyötä toteutetaan muun

muassa Kirjastopolun muodossa. Liikkuvat palvelut hoitavat lakkautettujen kirjastojen alueella toimivien koulujen kirjavinkkaukset. Yhtenä painopisteenä kouluyhteistyössä on myös erityisopetuksen kanssa tehtävä yhteistyö.

Päiväkotien kaikki ryhmät voivat hyödyntää koulujen pop-up-kirjastoa. Päiväkodeille suunnattu ohjelma ja toiminta painottuu sanataiteeseen satutuokioiden ja erilaisten työpajojen muodossa. “Liikkuvat palvelut osallistuvat myös lastentapahtumiin, kuten esimerkiksi Hulivilikarnevaaleihin. Liikkuvilta palveluilta voi tilata eri tapahtumiin muun muassa sanataidepajoja, satutuokioita sekä lasten- ja nuorten vinkkauksia. Mikkeliissä yhteistyötä tehdään kaupungin muiden toimijoiden ja eri yhdistysten kanssa”, kertoo Riia Marttinen Mikkelin kaupunginkirjaston liikkuvista palveluista.

## Liikkuvat palvelut tavoittavat myös aikuisia

Vaikka uusi palvelumuoto on varsin tuore, tavoittaa se jo nyt myös aikuisasiakkaita. Kohderyhmänä on lakkautettujen kirjastoalueiden iäkkäämpi väestö. Tavoitteena on järjestää toiminnallista kirjavinkkausta ja kirjallisuustuokioita yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Uutuutena on selkolukupiiri, joka järjestetään kehitysvammaisten asumisyksikössä.

Tavoitteena on pystyttää pop-up-kirjastoja esimerkiksi erilaisiin tapahtumiin, joissa panostetaan lukuinnostuksen herättämiseen ja digitaalisten taitojen opastukseen sekä kirjavinkkaukseen. Yhteistyökumppaneina voisivat olla eri palveluntuottajat. Pop-up-kirjaston mukana kulkee jättitabletti, jolla voi lukea sähköisiä aikakauslehtiä Lumme-kirjastojen eMagz- ja ePress-palveluiden välityksellä.

Kehitteillä on myös aikuisille suunnattu lukuneuvontapalvelu.

Lukuneuvontapalvelussa kirjastoalan ammattilaiselta voi pyytää sähköisesti tai lomakkeella lukuvinkkejä ja kirjalistoja. Sovittaessa voidaan asiakkaalle kerätä valmis lainattava kirjakassi. “Säännöllistä toimintaa on suunniteltu Essoten, eri järjestöjen kuten Setlementin sekä seurakunnan kanssa. Pop-up-kirjastoissa nousee erityisen tärkeäksi sosiaalinen kohtaaminen ja asiakaslähtöisyys”, toteaa Riia Marttinen Mikkelin liikkuvista kirjastopalveluista.



# Joustavuutta liikkuvilla palveluilla

Uutta palvelumuotoa ei ole suinkaan tarvinnut lähteä kehittämään omin voimavaroin. Itä-Suomen aluehallintovirasto on myöntänyt Mikkelin seutukirjastolle rahoituksen Joustavuutta liikkuvilla palveluilla -hankkeeseen. Hankkeen tarkoituksena on kehittää ja tukea liikkuvia palveluita sen alkuvaiheessa sekä luoda käytänteitä ja työkaluja osallistavaan palveluiden kehittämiseen.

Mikkelin liikkuvat palvelut ovat osuva ja rohkaiseva esimerkki kirjastotyön muutoksesta ja tulevaisuuden osaamisvaatimuksista. Kirjastotyö on perinteisesti mielletty tarkasti aikaan ja paikkaan sidotuksi. Mikkelissä ei jääty voivottelemaan lähikirjastojen lakkautusta, vaan lähdettiin tuottamaan kirjastopalveluita uudella tavalla. Keskeisessä asemassa on innovatiivinen ja osaava henkilökunta unohtamatta annettuja resursseja uudessa tilanteessa.

Mikkelin liikkuvien palveluiden malli voi olla tulevaisuutta monessa kunnassa. Mikkeliltä rohkea katse kristallipalloon. Vaatiiko kirjastotyö tulevaisuudessa vielä laaja-alaisempaa osaamista, moniammatillista yhteistyötä ja innovatiivisia ratkaisuja palvelutuotantoon? Sen aika näyttää, mutta valmistautuminen kirjastotyön muutokseen kannattaa aloittaa jo nyt.

Frilander Tarja, opiskelija

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurituottamisen ja luovan talouden tutkinto-ohjelmassa (YAMK)

Tötterström Jouko, yliopettaja

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Kirjastot.fi. 2020. Suunta-asiakirja 2021–2025. Onneksi on kirjasto! Hakupäivä 3.12.2020. [https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/9.Suunta-ty%C3%B6ryhm%C3%A4\\_YKN1-2020pptx.pdf](https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/9.Suunta-ty%C3%B6ryhm%C3%A4_YKN1-2020pptx.pdf)

[2] Mikkelin kaupunginkirjasto. 2020. Liikkuvat kirjastopalvelut. Hakupäivä 3.12.2020. <https://kirjasto.mikkeli.fi/liikkuvat-kirjastopalvelut/>

Alueellinen kehittämistehtävä: Kuopio 2020. Mirja-auto Mikkelistä. Hakupäivä 25.11.2020. <https://savonake.fi/2020/11/06/mirja-auto-mikkelista/>

Laki kuntien kulttuuritoiminnasta 166/2019. Finlex. Hakupäivä 11.5.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190166>

Laki yleisistä kirjastoista 29.12.2016/1492. Finlex. Hakupäivä 11.5.2021. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2016/20161492>

Marttinen, R. 2020. Kirjastonhoitaja, Mikkelin kaupunginkirjasto: liikkuvat palvelut, kuvat. Haastattelu 15.10.2020. Tekijän hallussa.

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2017. Opetus- ja kulttuuriministeriön kulttuuripolitiikan strategia 2025. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2017:20. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Helsinki. Hakupäivä 3.12.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-466-5>

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2018. Taide ja kulttuuri osana alueiden kehitystä. Näkymä vuoteen 2025. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2018:20. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Helsinki. Hakupäivä 3.12.2020. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160801/OKM\\_20\\_2018.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160801/OKM_20_2018.pdf)

Kuntaliitto. 2019. Sivistyksen suunta 2030: kuntaliiton sivistyspoliittinen ohjelma. Hakupäivä 3.12.2020. [https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Sivistyksensuunta2019\\_0.pdf](https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Sivistyksensuunta2019_0.pdf)

Yleisten kirjastojen neuvosto (YKN). Kansalaisen kirjasto. Olennainen osa suomalaista osaamista. Yleisten kirjastojen suunta 2016–2020. Hakupäivä 3.12.2020. <https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/yleisten-kirjastojen-suunta-2016-2020-web.pdf>

Yleisten kirjastojen neuvosto (YKN). Yleisten kirjastojen neuvoston pöytäkirjat 2021–2024. Hakupäivä 3.12.2020. [https://www.kirjastot.fi/neuvosto/poytakirjat/1\\_2020](https://www.kirjastot.fi/neuvosto/poytakirjat/1_2020)

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Frilander Tarja, Tötterström Jouko

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541142>

**Tiivistelmä:** Nyt tehtävillä päätöksissä liittyen kirjaston tiloihin ja muihin strategisiin ratkaisuihin on väistämättä vaikutus pitkälle tulevaisuuteen. Päätöksenteon tueksi täytyisi olla se kuuluisia kristallipallo, jotta tietäisi mitä veloitteita kirjastolaitokselta ja taitoja työntekijöiltä tulevaisuudessa tullaan vaatimaan. Näköpiirissä on, että kirjastotyö tulee painottumaan yhä enemmän yli hallintokuntien ja eri sektoreiden väliseen yhteistyöhön. Myös kuntalaisia tulee osallistaa palveluiden kehittämiseen ja suunnitteluun enenevässä määrin. Lisäksi kirjastopalveluiden toimintaa ja palvelutuotantoa tulee osata arvioida eri näkökulmista.

# Verkostoitumisen onnistumiset ja haasteet kulttuurituottamisessa

4.10.2021 - Palosaari Terhi, Isomursu Pekka

Tässä artikkelissa pohditaan verkostoitumista kulttuurituottamisessa eri näkökulmista. Aiheesta näkemyksiään kertovat haastatellut asiantuntijat. Paljonko verkostoitumisella voi vaikuttaa kulttuurialan eri hankkeiden ja projektien rahoitukseen? Mitkä ovat parhaat keinot verkostoitua, ja missä verkostoitumisen osa-alueissa kohdataan eniten haasteita? Näihin kysymyksiin vastasivat omasta näkövinkkelistään Oulun kaupungin kulttuurijohtaja Samu Forsblom, kaupunginosakulttuurin vastaava tuottaja Ville-Mikko Sikiö, kulttuurihyvinvoinnin vastaava tuottaja Jaana Potkonen ja Kulttuurikasarmi Hiukkavaara ry:n hallituksen puheenjohtaja Raimo Ahlroos.



Kulttuuri-ilmastonmuutos nostaa taiteen ja kulttuurin merkityksen uudelle tasolle kaupunkikehityksessä ja luo työpaikkoja luoville aloille ja matkailuun – myös kaupungin ulkopuolelle. Kulttuuri-ilmastonmuutokseen on Oulu2026-kulttuuripääkaupunkihankkeen myötä sitoutunut Oulun lisäksi 32 pohjoisen Suomen kaupunkia ja kuntaa.

Kulttuuri-ilmastonmuutos on tärkeä koko kulttuurialalle, eikä vähiten rahoituksen ja verkostoitumisen näkökulmasta. Kulttuuri-ilmastonmuutos lisää koko kulttuurialan sekä sen toimijoiden tunnettuutta niin kansalaisten, kulttuurin kuluttajien kuin rahoittajienkin silmissä. Kulttuuri-ilmastonmuutos yhdistää Oulu 2026 -Euroopan kulttuuripääkaupunkihankkeen sekä kaupungin koko kulttuuristrategian. [1]

Taiteen ja kulttuurin merkitys halutaan nostaa korkealle tasolle koko kaupunkikehityksessä. Kulttuuri-ilmastonmuutoksessa korostetaan yhteisöllisyyttä, ja se näkyy kaupungin kulttuurikentässä ja kulttuuriväen joukossa vahvasti. Oululla on paljon kulttuuripääomaa, kulttuuriperintöä, taiteilijoita eri aloilta sekä valtava potentiaali yhdistää taide, teknologia, tiede ja hyvinvointi. Hyvinvoinnin, teknologian ja tieteen yhdistäminen taiteeseen voi potentiaalillaan nostaa koko kaupungin brändiä aivan uudelle tasolle. Yli rajojen toimiminen lisää onnistuessaan tunnettuutta, työllisyyttä ja yhteisöllisyyttä luoden uusia mahdollisuuksia uusille ja vanhoille toimijoille yli rajojen. [1]

Kulttuuri-ilmastonmuutoksen tarkoitus on lisäksi vahvistaa kaupungin kansainvälisiä yhteyksiä sekä ympäröivien alueiden paikallisidentiteettiä ja kaupunki-identiteettiä. Aivan kulttuuri-ilmastonmuutoksen keskiössä ovat tietysti taiteen ja kulttuurin ammattilaiset ja tekijät. Avainasiana olisi mahdollistaa ja sujuvoittaa eri kulttuurialan tahojen toimintaa, verkostoitumista ja toimintaympäristöjä. Yksi kiinnostavimmista mahdollisuuksista on uudet innovaatiot, jotka syntyisivät näissä rajoja ylittävissä projekteissa. [1]

Ideaalissa tilanteessa pystyttäisiin luomaan aktiivisesti uusia ja innovatiivisia taiteen ammattilaisten ja luovien alojen yrittäjien työtiloja sekä kehittämään kumppanuusmuotoja. Toiveissa olisi lisätä avustuksia taiteen ammattilaisten työn tukemiseen sekä koko kulttuurisektorin kansainvälistymiseen. Näin voitaisiin luoda toimintaa, joka parantaisi eri alojen taiteen ja kulttuurin ammattilaisten työmahdollisuuksia niin julkisella, yksityisellä kuin kolmannellakin sektorilla. Taiteilijoiden ja kulttuurijärjestöjen hanketoimintaa voitaisiin tukea entistä paremmin sekä samalla edistää yhteyksiä erilaisiin rahoitusmahdollisuuksiin esimerkiksi ohjaustoiminnan ja viestinnän avulla.

Kulttuuristrategian tavoitteena on vahvistaa ja tehdä näkyväksi kulttuuriympäristöjä ja kulttuuriperintöä. [2] Näin pystyttäisiin huomioimaan taide, kulttuuri ja tapahtumat kaupunkisuunnittelussa jo varhaisessa vaiheessa ja vahvistamaan taiteen näkökulmaa aina rakennusinvestoinneista alkaen.

Kulttuuriala tuottaa hyvinvointia kansalaisille, ja sillä on mahdollisuus toimia kaupunkien ja miksei omalta osaltaan koko maan brändin rakentajana kansainvälistymisen näkökulmasta. Kulttuuriala on omiaan lisäämään ihmisten hyvinvointia ja osallistamaan ihmisiä toimijoina ja tuomaan näin yhteisöllisyyttä kaupunkikulttuuriin.

## Samu Forsblom, Oulun kaupungin kulttuurijohtaja

Verkostoitumisella on Samu Forsblomin mukaan kolme tasoa: paikallinen, kansallinen ja kansainvälinen. Paikallisiksi voidaan ajatella yleiset kulttuuripalvelut kolmannelta sektorilta, julkinen sektori ja paikalliset yritykset. Yhteistyötä ja verkostoitumista parantavat muun muassa erilaiset foorumit ja verkostoitumistilaisuudet. Vahvassa roolissa ovat myös kulttuuripääkaupunkivuosi sekä muut rajoja yhdistävät toimet ja tapahtumat. Kolmannella sektorilla toimii myös sopimuskulttuurijärjestö, jossa on 15 toimijaa ja joka on notkea, matalan kynnyksen helppo järjestelmä, jossa rakenteet ovat valmiiksi olemassa.

Kansallisen tason verkostoitumisen helpottamiseksi toimivia organisaatioita ovat esimerkiksi Tapahtumateollisuus ry, Kulta ry, Jazzliitto, Suomen sinfoniaorkesterit ry sekä erilaiset projektit. Vastaavia kansainvälisiä toimijoita ovat puolestaan mm. Eurocities-verkoston kulttuurifoorumi sekä tapahtumista Lucy-valotaidetapahtuma.

Forsblom näkee paikallisen verkostoitumisen ehdottomasti tärkeimpänä Oulun kaupungin kulttuuristrategiaankin peilaten.

Forsblomin mukaan Oulu on verkostoitumisen näkökulmasta hyvin erityinen kaupunki. Hän näkee, että Oulussa on matala hierarkia ja näin ollen matala kynnyks verkostoitua ja ylipäättään toimia esimerkiksi yli rajojen (tanssijat, bändit ja eri taiteenalojen rajoja ylittävät produktiot tai verkostoitumiset). Ihmiset tapaavat paljon toisiaan. Oulussa verkostoituminen on Forsblomin mukaan helppoa, jos itse

on aktiivinen. Esimerkiksi 80 % urapoluista kulttuurialalla toimii niin, että tullaan kulttuurialan opinnoista kulttuurituottamisen harjoittelupaikkaan, josta valmistumisen jälkeen löytyvät työ ja ura.

Kansainvälisyys on selvästi edelleen haaste verkostoitumisessa, minkä vuoksi kulttuuripääkaupunkihanke on hyvin tärkeässä asemassa. Verkostoituminen kansainvälisesti on myös huomattavasti muodollisempaa. Agentteja avuksi on vähän (esimerkiksi Music Finland), ja ne toimivat enemmän Etelä-Suomessa. Tähän kaivattaisiin Forsblomin mukaan ammattimaista apua.

Verkostoitumisessa suuri haaste on hankemaailma. Forsblom toivoo, että toimijat jaksaisivat puurtaa sen parissa, vaikka sillä on hieman työläs ja haastava maine. Se on silti isossa osassa verkostoitumista varsinkin rahoituksen saamisen kannalta. Suuret ja keskisuuret hankkeet vaatisivat vahvaa tukea organisaatioilta. Forsblom näkee, että Oulusta puuttuvat vielä niin sanotut luovat hubit eli kulttuurikeskittymät (Helsingissä esimerkiksi Kaapelitehdas). Luovien alojen ja kulttuurin pitäisi pystyä verkostoitumaan Forsblomin mukaan myös muiden alojen kanssa. Teknologian, taiteen, tieteen, hyvinvoinnin ja vaikka gastronomian rajoja ylittävät yhteistyöt voisivat olla hyvinkin hedelmällisiä.

Hyvänä esimerkkinä onnistuneista paikallisista verkostoitumisista Forsblom nostaa esimerkiksi keskeisen seikan Oulusta, jossa kulttuuri on koko kaupungin voimavara ja asia. Esimerkkejä ovat katutaide, yritteliäisyys, yhteisöllisyys sekä kolmas ja neljäs sektori. Kansallisella tasolla onnistunutta verkostoitumista löytyy Forsblomin mukaan muun muassa Helsingistä. Kansainvälisellä tasolla onnistunutta verkostoitumista on esimerkiksi Lyonissa. Siellä tehdään yhteistyötä kulttuuritoimijoiden kanssa, joiden taustalla voi olla ongelmia. Näin kulttuurityöhön saadaan nostettua mukaan heikompia toimijoita. Hyviä esimerkkejä ovat Forsblomin mukaan tietysti identiteetiltään vahvat kulttuurikaupungit, kuten Tartto, tai kulttuurikeskukset, kuten Kaapelitehdas ja muut. Kaikki rajoja ylittävät kulttuuritoiminnot ovat mainitsemisen arvoisia.

Forsblomin mukaan verkostoitumista voisi helpottaa järjestämällä tapaamisia ja toimeenpanemalla hankkeita sekä tapahtumia, kuten valofestivaali, Oulun päivät tai

vastaavat sateenvarjotapahtumat. Avuksi verkostoitumisessa olisivat myös tilaratkaisut, jotka mahdollistaisivat verkostoitumisen luontevasti.

Forsblomin mielestä Euroopan kulttuuripääkaupunkihanke pakottaa tekemään uudenlaista yhteistyötä. Kansainvälisyys korostuu tulevaisuudessa, samoin uusien ja erilaisten yhteistyökumppanien kanssa toimiminen. Myös yli rajojen toimimisella tulee olemaan suurempi rooli, esimerkiksi taiteen ja teknologian alojen yhteisissä projekteissa, joihin Oulussa on loistavat mahdollisuudet, ennustaa Forsblom.

## Ville-Mikko Sikiö, Oulun kaupungin kaupunginosakulttuurin vastaava tuottaja

Ville-Mikko Sikiön mukaan tärkeimmät keinot verkostoitua ovat selvästi yhteiset projektit uusien kumppaneiden kanssa. ”Käytännön työ ja yhteiset suunnitteluprosessit laajentavat verkostoja mielestäni parhaiten”, sanoo Sikiö.

Sikiön mukaan verkostoituminen omalla sektorilla on suhteellisen helppoa, mutta verkostojen luominen kulttuurialan ulkopuolelle voi joskus olla haastavaa, etenkin jos kulttuuriala ja sen toiminta ei ole uusille verkostoille tuttua. Parhaiten verkostoitumista tukee Sikiön mukaan olemassa olevat kontaktit ja kumppanit. Hän kaipaa verkostoitumiseen riittävästi aikaa. ”Verkostojen luominen ja ylläpitäminen vaatii aikaa, mitä kulttuurialan ammattilaisilla harvoin on liikaa”, tuumaa Sikiö.

Sikiön mukaan mahdollisuudet yhteiskehittämiseen ja resurssit uusien kumppanuuksien luomiseen edistävät verkostoitumista. Kaupunki voi lisäksi edesauttaa verkostoitumisessa tuomalla toimijoita yhteen erilaisten projektien kautta ja toimimalla välittäjänä eri toimialojen kesken.

## Jaana Potkonen, Oulun kaupunki, kulttuurihyvinvointi, vastaava tuottaja

Jaana Potkonen puolestaan toimii vastaavana tuottajana Oulun kaupungin kulttuurihyvinvoinnin kehittämisessä, ja tällä hetkellä hänen työssään rahoitusnäkökulma liittyy lähinnä yhteisiin hankkeisiin. Kuntatoimijana Potkosen



mukaan lisärahoitusta on mahdollista saada lähinnä vain hankkeiden kautta, eli suurin osa tuotannoista syntyy ulkopuolisella rahoituksella. Hankkeet syntyvät parhaiten sellaisten tahojen kanssa, jotka ovat jo entuudestaan tuttuja yhteisen aiemman toiminnan tai yhteisessä verkostossa toimivien henkilöiden kautta.

Tarve rahoituksen hakemiseen tulee kehittämistarpeesta. Kehittämistarpeen jälkeen voidaan etsiä sopivaa rahoituslähdeä hankehaun kautta ja kumppaneita toteutukseen. Yleensä hanketta halutaan suunnitella tahojen kanssa, joiden kanssa se on mahdollisimman ketterää ja helppoa ja joilla tietenkin on sama tavoite. Kemioilla ihmisten välillä on Potkosen mukaan suuri merkitys. Hankesuunnittelun lähtökohta olisi tärkeä olla juuri kehittämistarpeessa ja rahoituksen saamisessa siihen.

Potkonen on mukana useissa paikallisissa ja valtakunnallisissa verkostoissa ja kokee verkostotyön erittäin merkittäväksi ja tärkeäksi etenkin kulttuurihyvinvoinnin toimialaa kehitettäessä, koska toimialalla toimijoita on suhteellisen vähän. Oman osaamisen kehittäminen, tiedonvaihto ja sen jakaminen ovat Jaana Potkosen mielestä verkostotyön ydin. Kaikkea ei tarvitse itse keksiä alusta asti.

Verkostotoiminnalla on aina joku tehtävä, ja verkostoja on erityyppisiä. Toiset verkostoista ovat hierarkkisempia ja selkeästi johdettuja; toiset puolestaan vapaampia. Verkostoista osalla on selkeä visio ja päämäärä, kun taas muissa verkostoissa ne syntyvät toimijoiden yhteistyönä.

Verkostoituminen on Potkosen mielestä ollut helppoa. Silti se vaatii avoimuutta, kiinnostusta ja intohimoa omaa työtään ja harrastuksiaan kohtaan. Tarvitaan jaksamista ja aikaa sekä mahdollisuutta mennä ja tulla ja olla silmät auki koko ajan. Lisäksi täytyy luottaa intuitioon, pystyä fokusoimaan sekä rajaamaan tehtäviä. Sosiaaliset taidot ja rohkeus lähestyä ihmisiä auttavat verkostoitumisessa.

Potkosen mukaan merkitystä voi olla myös sillä, mistä positiosta verkostoitumista tavoitteleva tulee, esimerkiksi suhteessa aihealueeseen, ja missä liikkuu: "Oletko jo vahva asiantuntija vai vasta aloittelija, tuntevatko muut sinut, esitteleekö joku sinut jossain seminaarin välikahvilla? Mikä taustayhteisö sinulla on? Kuinka lähestyt

ihmisiä? Mikä energia sinusta välittyy? Annatko itse vai haluatko vain itse saada ja hyötyä?” summaa Potkonen.

Kaupunki järjestää jo verkostoitumistapaamisia kulttuuritoimijoille, mutta tiedottaminen tapahtumista on äärimmäisen tärkeää. Verkostoitua voi Potkosen mukaan luonnollisesti missä ja milloin vain. Verkostoitumista helpottaa, jos on valmiiksi olemassa joku yhteinen konteksti, minkä ympärillä ollaan. ”Miksi verkostoidutaan ja mikä tavoite verkostoitumisella on?” Nämä ovat Potkosen mukaan ydinkysymyksiä.

Hyviä esimerkkejä onnistuneista verkostoista Potkoselle edustaa erityisesti valtakunnallinen Taikusydän-verkosto, joka on taiteen ja hyvinvoinnin yhteyksien kehittämisen ja viestinnän yhteistyöverkosto. Taikusydän koostuu maakunnallisista kulttuurihyvinvoinnin verkostoista ja niiden toimijoista.

## Raimo Ahlroos, Kulttuurikasarmi Hiukkavaara ry:n hallituksen puheenjohtaja

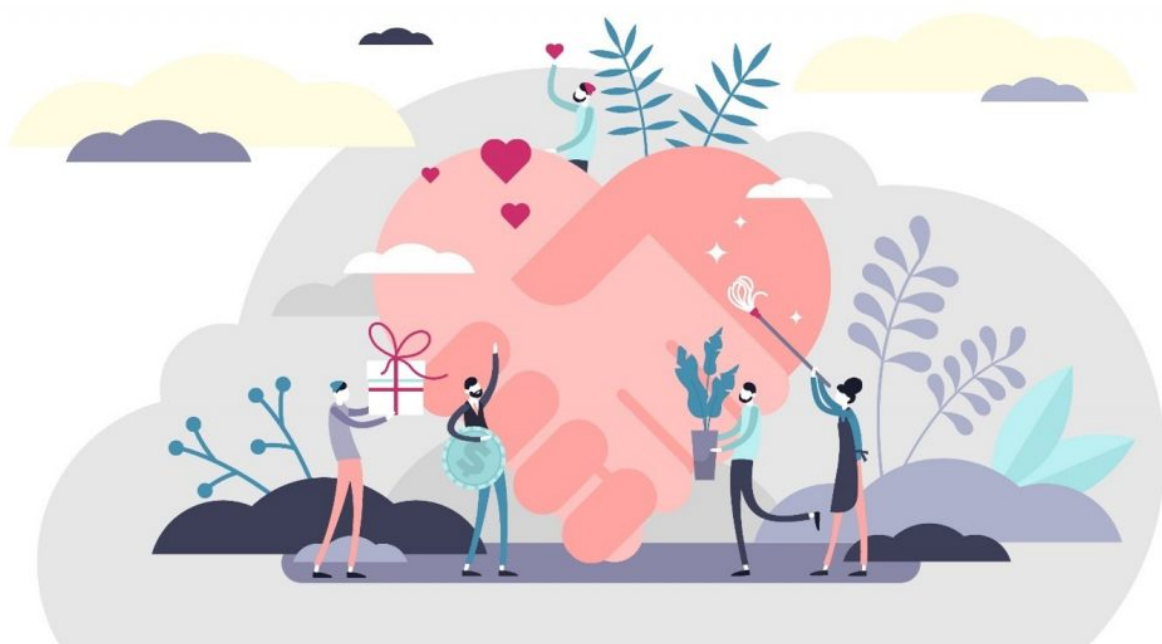
Raimo Ahlroos näkee, että tärkein keino on itse omata alkupääomaa ja keinoja asioiden tekemiseen ja esilletuontiin, jotta mahdollisesti joku rahoitustaho innostuu ja kiinnostuu asiasta. Täytyy olla itse innostunut ja oman asian takana, jotta muut tahot huomaavat.

Ahlroosin mukaan verkostoituminen ei ole helppoa ja yhteistyötahojen löytäminen on haasteellista, erityisesti kun keskustellaan taloudellisesta tuesta tai käytännön resursseista. ”Tuki olisi tervetullutta ja erilaiset verkostoitumistapahtumat tai formaatit olisivat hyviä. Eri tahot voisivat yhdistää voimia ja yhdessä etsiä rahoituksen keinoja yhteiseen tekemiseen, jossa toiminnan vastuuta olisi jaettu sekä talouden että resurssien muodossa”, Ahlroos summaa.

Oulun kaupungin kulttuurikumppanuus olisi Ahlroosin mukaan hyvä asia myös rahoituksen näkökulmasta. Kulttuurikumppanuuden piirissä olevat pääsevät helpommin käsiksi suurempien taloudellisten tukien piiriin ja saavat muutenkin vahvemman kaupungin tuen tekemiseen.

Ahlroos toivoisi, että kaupunki voisi järjestää aktiivisesti verkostoitumistapahtumia. Aiemmin pidetyt Luovat vohvelit olivat hänen mukaansa erinomainen konsepti. Luovat vohvelit -verkostoitumistapahtumat olivat yhteisiä aamukahvihetkiä tapahtumajärjestäjille, kulttuurin ja taiteen tekijöille, yrittäjille ja muille kiinnostuneille. Niiden tavoitteena oli antaa mahdollisuus helppoon, vaivattomaan matalan kynnyksen toistuvaan verkostoitumiseen tapahtumatuottamisen ja luovien alojen kehittämiseksi sekä erilaisten yhteyksien ja ihmisten yhdistämiseksi.

”Verkostoituminen on välttämättömyys, ja sen vahvistaminen on tärkeää kulttuuri-ilmastonmuutoksen aikaansaamiseksi”, tiivistää Ahlroos.



Yhteenvedona Oulun kaupungin kulttuuri-ilmasto on tällä hetkellä hyvin vastaanottavainen ja matalalla kynnyksellä toimiva erilaisten toimijoiden yhteisö, jossa verkostoituminen on melko helppoa. Alueelliseen verkostoitumiseen kaivataan apua lähinnä toimialarajojen ylittämistä tavoitteleviin hankkeisiin tai projekteihin sekä rahoitukseen mutta myös kansainvälisiin ponnistuksiin. Kansallisella tasolla toiminta nähdään hieman kansainvälistä muodollisempaa verkostoitumista helpompana.

Mikäli Oulun kaupungin kulttuuristrategian toteutus etenee kuten toiveissa on, verkostoituminen on jatkossa entistäkin helpompaa ja yhteisöllisyys tuo lisää uusia mahdollisuuksia ja innovaatioita, toivottavasti myös yli rajojen.

Palosaari Terhi, AD, suunnittelija

Markkinointitoimisto Avalon

Isomursu Pekka, yliopettaja, tutkintovastaava

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Oulun kaupunki. 2020. Oulu jatkaa matkaa Euroopan kulttuuripääkaupunkikisassa. Tiedote 24.6.2020. Hakupäivä 15.12.2020.  
[https://www.ouka.fi/oulu/ajankohtaista/etusivu/-/asset\\_publisher/IQ3E/content/kulttuuri-ilmastonmuutos-on-alkanut-villista-pohjoisesta-oulu-jatkaa-matkaa-euroopan-kulttuuripaakaupunkikisassa-/50266](https://www.ouka.fi/oulu/ajankohtaista/etusivu/-/asset_publisher/IQ3E/content/kulttuuri-ilmastonmuutos-on-alkanut-villista-pohjoisesta-oulu-jatkaa-matkaa-euroopan-kulttuuripaakaupunkikisassa-/50266)

[2] Oulun kaupunki. 2020. Oulun kaupungin kulttuuristrategia 2030. Hakupäivä 8.11.2020. [https://www.ouka.fi/documents/64304/18330203/Oulun+kulttuuristrategia+2030\\_www\\_s.pdf/08ea3c06-6443-4e31-8d00-b3df7f39b491](https://www.ouka.fi/documents/64304/18330203/Oulun+kulttuuristrategia+2030_www_s.pdf/08ea3c06-6443-4e31-8d00-b3df7f39b491)

## Haastattelut

Forsblom, Samu. Kulttuurijohtaja, Oulun kaupunki. Puhelinhaastattelu 4.11.2020. Tekijän hallussa.

Sikiö Ville-Mikko. Vastaava tuottaja, kaupunginosakulttuuri, Oulun kaupunki. Sähköpostihaastattelu 17.11.2020. Tekijän hallussa.

Potkonen, Jaana. Vastaava tuottaja, kulttuurihyvinvointi, Oulun kaupunki. Sähköpostihaastattelu 30.10.2020. Tekijän hallussa.

Ahlroos, Raimo. Hallituksen puheenjohtaja, Kulttuurikasarmi Hiukkavaara ry. Sähköpostihaastattelu 11.12.2020. Tekijän hallussa.

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Palosaari Terhi, Isomursu Pekka

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541143>

**Tiivistelmä:** Tässä artikkelissa pohditaan verkostoitumista kulttuurituottamisessa eri näkökulmista. Aiheesta näkemyksiään kertovat haastatellut asiantuntijat. Paljonko verkostoitumisella voi vaikuttaa kulttuurialan eri hankkeiden ja projektien rahoitukseen? Mitkä ovat parhaat keinot verkostoitua, ja missä verkostoitumisen osa-alueissa kohdataan eniten haasteita? Näihin kysymyksiin vastasivat omasta näkövinkkelistään Oulun kaupungin kulttuurijohtaja Samu Forsblom, kaupunginosakulttuurin vastaava tuottaja Ville-Mikko Sikiö, kulttuurihyvinvoinnin vastaava tuottaja Jaana Potkonen ja Kulttuurikasarmi Hiukkavaara ry:n hallituksen puheenjohtaja Raimo Ahlroos.

# Kuusi keinoa sitouttaa vapaaehtoisia festivaalityöhön

4.10.2021 - Kettunen Anna-Kaisa, Salokannel Susanna, Hoppu Petri

**Vapaaehtoiset työntekijät eli talkoolaiset ovat festivaalin kuin festivaalin onnistumisen ja toiminnan kannalta oleellinen tekijä. Mistä näitä vapaaehtoisia talkoolaisia löytää ja miten heidät saa pysymään mukana toiminnassa vuodesta toiseen?**



Artikkelissa on haastateltu Kaustinen Folk Music Festivalin toiminnanjohtajaa **Valtteri Valoa** [1] ja käytetty taustamateriaalina artikkeleita osallistumisesta, yhteistoiminnasta sekä osallisuudesta. Lisäksi valotetaan Edinburgh Fringe Festivalin tuottajan **Paul Gudginin** ajatuksia vapaaehtoisista työntekijöistä. [2]

Artikkelissa pohditaan osallistumisen tasoja ja annetaan hienovaraisia vinkkejä siitä, miten talkoolaiset haluaisivat tulla kohdelluiksi ja mikä saa heidät tulemaan festivaalitoihin vuodesta toiseen.

Artikkelin kirjoittajilla on myös henkilökohtainen suhde sekä tapahtumatuottamiseen että Kaustisen festivaaleihin. **Anna-Kaisa Kettunen** on esiintynyt Kaustisen festivaaleilla lapsesta saakka ja ollut erilaisissa työsuhteissa festivaaleilla. Nykyisin hän toimii The Irish Festival of Oulun tuottajana. **Susanna Salokannel** on toiminnanjohtaja ja kulttuurituottaja Kattilakosken kulttuuriosuuskunnassa. Hän on myös toiminut talkoolaisena, työntekijänä ja esimiehenä Kaustisella. **Petri Hoppu** on vierailut Kaustisen festivaaleilla lähes vuosittain vuodesta 1982. Hän toiminut siellä esiintyjänä, talkoolaisena ja työntekijänä.

## Kovia faktoja Kaustiselta

Kaustisen kansanmusiikkijuhlat ovat Pohjoismaiden suurin folklorefestivaali. Vuonna 2021 festivaali järjestetään 54. kerran, ja se kokoaa viikon ajaksi pieneen Kaustisen kylään suuren luokan esiintyjä, pelimanneja, työntekijöitä ja iloisia festivaalikävijöitä ympäri maailman.

Vuonna 2019 noin 4 100 asukkaan kylässä oli festivaalien aikana noin 46 300 kävijää, ja pelimanneja juhlilla esiintyi noin 4 500. Näin valtavan festivaalin pyörittämiseen tarvitaan paljon vapaaehtoisia käsipareja. Kaustisen festivaalien toiminnanjohtaja Valtteri Valo toteaaakin vapaaehtoisten olevan elintärkeä osa festivaalin onnistumista.

”Festivaalien aikasia vapaaehtoisia on – vähän vaihtelee – 150:stä muutamaan sataan. Vapaaehtoiset tekevät festivaaleilla kaikkea siivouksesta lipunmyyntiin, ja he työskentelevät kahvioissa, infopisteillä ja vastaanotossa”, Valo kertoo.

Kaustisella vapaaehtoistyö ei rajoitu vain festivaaliviikkoon, vaikka silloin talkootyön määrä ja tarve on selkeästi isoin. Ympärivuotisiakin vapaaehtoisia löytyy. Festivaalien taustajoukoissa on useita toimikuntia: järjestely-, markkinointi- ja viestintä- sekä ohjelmatoimikunnat. Näissä toimikunnissa on kussakin 10–15 vapaaehtoista, eli kaikkiaan 30–40 aktiivia, jotka haluavat olla vaikuttamassa

festivaaleihin. Toimikunnat kokoontuvat keskimäärin kerran kuussa ja muodostuvat pääasiassa kaustislaisista henkilöistä. Vuoden aikana toimikuntalaiset tekevät paljon vapaaehtoistyötä festivaalien toteutumisen eteen ja ovat elintärkeä osa toimintaa.

Festivaalien taustaorganisaatiossa ylimpänä on hallitus. Sen alla toimivat toimitusjohtaja ja ohjelmajohtaja, jonka alla työskentelevät käytännössä kaikki esiintyjiin liittyvät toimijat tekniikasta juontajiin ja lavamanagereihin. Lisäksi työtiimiin kuuluvat henkilöstöpäällikkö, myyntipäällikkö, tiedotuspäällikkö, pääkassa- eli festivaalien aikainen talousvastaava, ravintolapäällikkö, lipunmyyntivastaava ja tuotantopäällikkö, jonka alla ovat puolestaan kaikki rakennus- ja järjestelyasiat sekä turvallisuus ja järjestyksenvalvonta.

## Osallistujasta osalliseksi

Teoksessa ”Mitä osallisuus on?” Osallisuuden viitekehystä rakentamassa joukko tutkijoita määrittelee osallisuuden näin: ”Osallisuus on liittymistä (*involvement*), suhteissa olemista (*relatedness*), kuulumista (*belonginess*), yhteisyyttä (*togetherness*). Osallisuus on yhteensopivuutta (*coherence*) ja mukaan ottamista (*inclusion*). Se on osallistumista (*participation*) ja siihen liittyen vaikuttamista (*representation*) ja demokratiaa. Se on myös kaiken edellä mainitun järjestämistä ja johtamista (*governance*).” [3]

Festivaalikielielelle käännettynä osallisuus vastaa tilannetta, jossa kansanmusiikista ja/tai kansantanssista kiinnostunut ihminen haluaa päästä nauttimaan festivaaliviikosta yhdessä samasta aiheesta kiinnostuneiden kanssa. Hänelle ei kuitenkaan riitä katsojan tai edes esiintyjän rooli, vaan hän haluaa päästä festivaaliorganisaation työntekijäksi ja siten osalliseksi toiminnan suunnittelusta ja toteutuksesta. Osallistuminen on myös taloudellinen valinta, sillä vapaaehtoiset saavat etuja, jotka osaltaan houkuttelevat tulemaan mukaan. Pelkkä taloudellinen hyöty ei kuitenkaan riitä selittämään työnteon vapaaehtoisuutta. Yhteen kuulumisen tunne ja osallisuus ovat merkittäviä vetovoimatekijöitä.

”Osallisuus ilmenee: 1) päätösvaltana omassa elämässä, mahdollisuutena säädellä olemisiaan ja tekemisiään sekä ymmärrettävänä, hallittavana ja ennakoitavana



toimintaympäristönä; 2) vaikuttamisen prosesseissa, joissa pystyy vaikuttamaan itsen ulkopuolelle esimerkiksi ryhmissä, palveluissa, asuinympäristössä tai laajemmin yhteiskunnassa; 3) paikallisesti, kun pystyy panostamaan yhteiseen hyvään, osallistumaan merkityksellisyyden luomiseen ja kokemiseen sekä liittymään vastavuoroisiin sosiaalisiin suhteisiin.” [3]

Tutkija **Jutta Virolainen** kuvaa artikkelissaan ”Kulttuuripoliittinen näkökulma osallisuuteen” osallisuutta tasovertauksella, jossa ensimmäinen askelma kuvaa kansalaisten oikeutta osallistua kulttuuriin. Tämä viittaa hänen mukaansa sivistyksellisten oikeuksien näkemiseen ihmisoikeuksina sekä palvelujen saatavuuteen ja saavutettavuuteen, joita voidaan pitää eräänlaisina perusedellytyksinä osallistumiselle.

Toinen taso on puolestaan nimetty vastaanotoksi. Kansalaiset ovat kävijöitä, jotka ”sopeutetaan” tai ”koulutetaan” valmiisiin palveluihin. Toiselle tasolle liittyvät myös kävijätutkimukset, joissa kansalaisten toimintaa seurataan ilman, että heillä on todellista päätösvaltaa. Vastaanottavalla tasolla käydään katsomassa esityksiä ja konsertteja, maksetaan pääsylipuista ja nautitaan muiden tekemästä taiteesta.

Kolmannella kulttuuriin osallistamisen tasolla kansalaiset on otettu ”osallistujina” mukaan palvelujen suunnitteluun. Osallistumista kuvaa myös kansalaisten ja taide- ja kulttuuripalvelujen yhteistyö esimerkiksi yleisötyön, yhteisötaiteen tai sosiokulttuurisen innostamisen muodossa. Osallistujat ovat niitä, jotka kurkistavat esiripun taakse, ottavat osaa työpajoihin ja harrastavat taidetta itse.

Neljännens, osallisuudeksi nimetyn tason nähdään edustavan prosessin korkeinta tasoa, jossa yksilön oma toimijuus kehittyy ja vahvistuu. Osallisuus viittaa yhtäältä poliittiseen ulottuvuuteen, jossa kansalaiset osallistuvat kulttuuritoimintojen kehittämiseen sekä niistä päättämiseen yhteisöinä. Toisaalta osallisuuden sosiaalisessa ulottuvuudessa osallisuus näyttäytyy yksilön valtaistumisena tai voimaantumisenä ja sitä kautta syrjäytymisen vastavoimana. Tätä ”korkeinta osallisuuden tasoa” edustavat kaikki ne festivaalien vapaaehtoistyötä tekevät, jotka antavat aikaansa yhteiselle hyvälle, toimivat omasta sisäisestä palostaan lähtien ja siten osallistuvat toiminnan kehittämiseen.

Virolainen päättää artikkelinsa toteamalla, että ”[k]ulttuurin julkinen tuki kohdentuu Suomessa yhä lähes yksinomaan taide- ja kulttuuripalvelujen passiiviseen vastaanottoon, vaikka kulttuuripolitiikan tavoitteeksi on ilmaistu aidon osallisuuden tukeminen. Tässä on ristiriita, joka pitäisi ratkaista.” Samalla huomataan, että mahdollistamalla aito osallisuus avaamalla ovet yhdessä tekemiselle olemme jonkin suuren ja tärkeän ytimessä. [4]

Festivaaliorganisaatio, joka tietää olevansa riippuvainen vapaaehtoistyöntekijöiden panoksesta, ottaa nämä tekijät avosylin vastaan. Festivaalien voi sanoa muodostavan oman yhteiskuntansa, joka rakentuu vapaaehtoisuuden varaan. Siellä jokaisella tekijällä on ääni, jonka toivotaan kuuluvan. **Paul Gudgin** korostaa, että arvostettu ja kuulluksi tullut vapaaehtoinen on myös ulospäin hyvää mainosta festivaaleille. Lisäksi hyvin kohdeltu ja kohdattu talkoolainen palaa todennäköisemmin tehtäviinsä seuraavillakin festivaaleilla ja kertoo positiivisista kokemuksistaan myös muille. [2]

Onkin helppo ymmärtää, että osallisuus on se liima, joka vetää sekä kokeneita talkoolaisia että uusia vapaaehtoisia festivaalitoihin. On monella tavalla hyvinvointia lisäävää päästä osaksi yhteistä tekemistä ja ilon tuottamista.

# Turvallisuuden kokemus on tärkeä



Tunnelma on usein asia, joka Kaustisen festivaaleista mainitaan ensimmäisenä. Yleensäkin tapahtumia ajatellen tunnelmaan liittyvät seikat, tunne siitä, että on tervetullut ja että olo on mukava ja turvallinen, ovat tärkeitä tekijöitä asiakkaan viihtymisen kannalta. Nämä asiat riippuvat yleensä vapaaehtoisten festivaalityöntekijöiden toimista. Talkoolaiset ovat lipuntarkastajina, infopisteillä, siivoojina ja opastajina festivaalikävijän ensimmäinen kosketuspinta festivaalin toimintaan ja näin festivaalin ”kasvot” ulospäin. He myös ottavat vastaan ensimmäisinä kävijöiltä tulevan kiitoksen ja kritiikin.

”Täällä on rento tunnelma, vaikka on iso ja pitkä ja kaikenkattava festivaali, niin täällä ei oo järjestyshäiriöitä tai suuria näkyviä ongelmia ikinä. On helppo tulla, kun ei tarvi pelätä vaikka iltaa että mitähän silloin tapahtuu”, kertoo Valo.

Turvallisuuden tunne välittyy ensimmäisestä kontaktista lähtien – usein se on parkkialueen työntekijä, joka kelistä ja ruuhkasta huolimatta jaksaa leppoisasti ohjeistaen ohjata kävijät oikealle parkkipaikalle. Työntekijöiden turvallisuuden tunnetta lisää yhteishenki, jossa jokaiselta työpaidassa olevalta voi pyytää ja saada apua käsillä olevaan ongelmaan. Lisäksi selkeästi kerrotut vastualueet ja niille nimetyt vastuuhenkilöt lisäävät työntekijöiden kokemusta turvallisuudesta.

Kaukaa tulevien vapaaehtoisten majoituksesta huolehtiminen on iso osa turvallisuuden ja itsensä tervetulleeksi tuntemisen tunnetta.

## Perehdytyksestä onnistumisen avaimet

Vapaaehtoisten saama perehdytys on tärkeä osa tehtävien onnistumista ja vapaaehtoisen kokemusta festivaalilla työskentelystä. Jos tehtävät ovat epäselvät tai käytäntöjä ei ole määritelty tarpeeksi selkeästi, voi kokemus vapaaehtoisuudesta jäädä neutraaliksi tai negatiiviseksi. Sen sijaan hyvin perehdytetty ja opastettu vapaaehtoinen pystyy hoitamaan tehtävänsä hyvin ja saa positiivisen kokemuksen festivaalityöstä.

Kaustisella välittömän tunnelman luominen alkaa perehdytystapaamisesta, johon kaikki festivaalilla työskentelevät henkilöt on kutsuttu.

”Aina joko festivaaleja edeltävänä päivänä tai viimeistään alotuspäivänä on yhteinen perehdytys kaikille työntekijöille, käydään läpi kaikki perusasiat: työturvallisuus ja kaikki mahdollinen kriisiviestinnästä lähtien”, selventää Valo.

Yhteisen osion jälkeen jakaannutaan ryhmiin ja sektorivastaavat vielä perehdyttävät oman porukkansa työtehtävien käytäntöihin. Näin suurella vapaaehtoisimäärällä vuosittain käy tietenkin niin, että kymmenet eivät pääse perehdytykseen paikalle. He saavat kuitenkin tarvittavat tiedot henkilöstökoordinaattorilta, jonka kautta kaikki Kaustiselle työhön saapuvat kulkevat ensimmäisenä. Turvallisuus- ja pelastussuunnitelmat ja muu yleinen informaatio löytyy festivaalityöntekijöiden taukotiloista. Kun työntekijä hakee festivaalipassinsa, tehdään myös sopimus, johon merkitään, että talkoolainen on tutustunut vaadittaviin materiaaleihin.

Vapaaehtoiset eivät saa työstään palkkaa. Työstä saadaan yleensä korvaukseksi festivaalipassi ja -paita, jota käytetään työskennellessä, sekä festivaaleista riippuen muita etuuksia.

”Vaikea tulla töihin jos ei pääse festivaaleille”, naurahtaa Valo.

Passin avulla vapaaehtoinen pääsee tietenkin nauttimaan festivaalin tarjonnasta etenkin talkoovuorojensa ulkopuolella. Tämä on etenkin Kaustisella valtava täky, sillä ohjelmaa on aamusta aamuyöhön ympäri festivaalialuetta. Kaustisella vapaaehtoiset saavat myös taukotilassa maksutta kahvia ja teetä sekä alennusta festivaaliruokalassa. Useimmiten vapaaehtoista viehättää alun perin juuri festivaalin tarjoama ohjelma, ja sen houkuttelemana halutaan osallistua myös festivaalin rakentamiseen.

Valon käsityksen mukaan keskimääräisesti talkoolaiset ovat pitkälti samoja vuodesta toiseen: hän arvioi talkoolaisen olevan keskimäärin 4–5 vuotta Kaustisella talkoohommissa.

”Se on normaaliaki että 15-vuotiaana – se on alaikäraja meillä – tulee ni siinä äkkiä menee pari vuotta siinä innossa ja sitte parikymppisenä iskee todellisuus että rahaa pitää saada”, Valo kuvailee.

Toisen ison ryhmän talkoolaisista muodostavat ”vanhempi” väki, joille festivaaleille tulo on perinne ja tapa viettää kesää. Talkoolaisuuskaan ei tunnu työltä, kun tehtävät ovat tuttuja edellisvuosilta.

Perehdytysmateriaalin jakaminen hyvissä ajoin etukäteen lisää vapaaehtoisten käsitystä tehtävästä työstä ja mahdollisuuksia onnistua heti ensimmäisestä työvuorosta lähtien. Missä tahansa työssä viikko on lyhyt aika oppia työtehtävät, ja näin lyhyissä työrupeamissa oma työ pitäisi oppia välittömästi.

## Työniloa me-hengestä

Vapaaehtoisten kesken syntyy usein vahva me-henki, ja ystävyksiä luodaan festivaalien aikana. Kaustisella monet palaavat tehtäviinsä vuosi toisensa jälkeen, sillä samalla pääsee tapaamaan festivaalituttuja ja vaihtamaan kuulumisia. Joitakin

ihmisiä näkeekin vain festivaaleilla. Näin talkootyöstä tulee myös vahva perinne, perinteinen kohtaamispaikka ja kesänviettotapa.

Valo muistuttaa, että Kaustisen festivaalien erityispiirteenä on paikallinen kotimajoitustoiminta, joka on alkanut jo viime vuosituhannella – siis ennen kuin airBnB:stä oli kuultukaan. Kaustislaiset vuokraavat huoneita kodeistaan, telttapaikkoja pihaltaan tai jopa omistamiaan asuntoja kokonaisuutena festivaalien aikana. Valon mukaan ilmiö kiteyttää jotain oleellista Kaustisen hengestä: festivaalit ovat koko kylän juhla. Kaikki ovat enemmän tai vähemmän osallisena festivaalien toteutuksessa.

Aiemmin majoitustoiminta oli festivaalin koordinoimaa, mutta nykyään festivaalit huolehtivat ”vain” työntekijöiden ja esiintyjien majoituksesta. Siinäkin riittää työtä: vuonna 2019 festivaalit majoittivat torstain ja perjantain välisenä yönä 998 henkeä.

”Lisääki ois mahtunu, vaikka patjat loppu monta kertaa kesken! Mutta kyllä niitä aina löytyy jostain lisää”, sanoo Valo.

”Se on koko Kaustisen juhla tämä! Se on viikko festivaaleja ja 51 viikkoa orotusta”, summaa Valo.

Toinen merkittävä kaustislainen ominaisuus on esiintyjäkaarti, josta iso osa on kansanmusiikin ja kansantanssin harrastajia. Vaikka festivaaleilla esiintyy päivittäin runsaasti valtakunnallisesti ja kansainvälisesti nimekkäitä artisteja, valtaosa esiintyjistä on niin sanottuja pelimanneja, joka terminä kattaa amatöörimuusikot ja -tanssijat. Iso osa muualta tulevista talkoolaisista on samalla myös esiintyjä. Työvuorojen yhdistäminen esiintymisaikoihin on yksi merkittävä haaste vapaaehtoistöiden koordinoinnille. Tästä vastaa kukin esimies omassa porukassaan.

## Arvostusta, ei arvostelua

Paul Gudgin toteaa vapaaehtoisuuden olevan enemmän kuin työ: vapaaehtoiset laittavat itsensä likoon festivaalin onnistumiseksi ilman erillistä korvausta. Siksi myös vapaaehtoisten huomioiminen ja arvostaminen on tärkeää. Sitoutuminen edellyttää oman työn merkityksellisyyden kokemusta. Vaikka työ olisi kuinka

näkymätöntä, kuten esimerkiksi siivous, sen tekemättä jättäminen näkyy hyvin nopeasti. [2]

Arvostusta voi osoittaa monella tavalla, kuten kuuntelemalla vapaaehtoisten kokemuksia ja ideoita herkällä korvalla. Valo kertoo, että Kaustisella useat talkoolaiset tulevat suoraan kertomaan kehitysideoitaan ja ne myös otetaan käyttöön. Useimmiten talkoolainen itse tietää parhaiten, miten hänen tehtävänsä voi hoitaa tehokkaimmin.

Yhteydenpito myös festivaalien välillä on tärkeää, samoin yhteisistä onnistumisista riemuitseminen ja kehitysideoiden jakaminen.

Aina työ ei suju ihan suunnitelmien mukaan. Tällöin tulee kuitenkin muistaa, että vapaaehtoiselle palautteen antaminen on erilaista kuin palkalliselle työntekijälle. Palkattu työntekijä saa rahaa työpanoksestaan, talkoolainen taas ei ole tapahtumalle mitään ”velkaa”. Tämä huomioon ottaen olisikin hyvä tehdä myös talkootöistä aina sopimus, muistuttaa Gudgin luennossaan. Sopimuskäytäntö onkin käytössä esimerkiksi Kaustisella.

Arvostelemalla vapaaehtoista tai hänen tekemäänsä työtä ei pitkälle päästä. Pahimmillaan hän ei halua enää panostaa tapahtumaan ja kertoo huonosta kokemuksestaan myös muille potentiaalisille talkoolaisille. Siksi kritiikin antaminen tulee nähdä ikään kuin kehityskeskusteluna. Jos työ on tullut hoidettua, mutta huonommin kuin oli tarkoitus, voidaan aina keskustella siitä, miten se tulisi hoitaa paremmin. Jos työ on jäänyt tekemättä, tulee selventää miksi ja kertoa vapaaehtoiselle, mitä hänen poissaolostaan seurasi.

Joskus vapaaehtoinen ei vain sovellu hänelle annettuun työtehtävään. Silloin voidaan miettiä, sopisivatko jotkin muut tehtävät hänelle paremmin. Kaustisella on työtehtäviä voitu myös vaihtaa niin työntekijän kuin festivaalinkin tarpeiden mukaan.

## Palkitse palautteesta

Vapaaehtoisten näkökulmasta saadaan paljon tietoa siitä, mikä festivaaleilla toimii ja missä on mahdollista kehittyä. Valo kertoo, että Kaustisella sektorivastaavat keräävät talkoolaisilta palautetta ja kertovat sitä sitten eteenpäin. Festivaalin henki

on kuitenkin niin välitön, että usein talkoolaiset tulevat jututtamaan esimerkiksi toiminnanjohtajaa myös suoraan festivaalien aikana. Turhaa hierarkiaa ei ole päässyt muodostumaan, mikä on pelkästään positiivista.

Gudgin puolestaan toteaa, että vapaaehtoisten antama palaute on kullanarvoista festivaalin kehittämisen kannalta. Siksi vapaaehtoiset olisi hyvä sitouttaa antamaan palautetta esimerkiksi jo tapahtuman aikana. Valo kertoo, että Kaustisen festivaalit lähettävät aina palautekyselyn talkoolaisille, mutta vain noin 10 % vastaa enää festivaalien jälkeen. Suurin osa palautteesta saadaan suoraan festivaalien aikana sektorivastaavien kautta tai talkoolaisilta.

”Siitä on melkeen eniten tullu palautetta, että se [viiden tunnin vuoro talkootyötä] on liian vähän”, naurahtaa Valo.

Tämä on kuitenkin yleisten talkootyöohjeistusten mukainen määrä työtä.

Palautteen vastaanottajan pitää myös kirjata saatu palaute ja ottaa se käsittelyyn toimenpiteitä varten. Kovin monia vuosia ei samasta asiasta pidä ottaa vastaan kritiikkiä vaan tehdä asialle sen vaatimat muutokset. Siten vapaaehtoiset pääsevät aidosti osaksi oppivaa festivaaliyhteisöä.

On muistettava antaa palautetta myös vapaaehtoisille. Etenkin monelle nuorelle työntekijälle työtodistus on erittäin arvokas ja tärkeä aktiivisen toimijuuden osoitus.

## Vapaaehtoiset somelähettiläinä

Monissa organisaatioissa on tiukasti käsikirjoitettu viestintäsuunnitelma. Näin on Kaustisellakin. Päivittäiset kuva- ja videokoosteet edellispäivän ohjelmasta tarjoavat etäyleisölle mahdollisuuden nauttia juhlien parhaista paloista. Sen lisäksi innostunut yleisö somettaa omia havaintojaan verkostolleen.

Yksi keino saada näkyvyyttä omalle tapahtumalle on houkutella myös vapaaehtoiset jakamaan valmista somesisältöä tai jopa tekemään omaa sisältöään omille verkostoilleen. Tutun tekemät hauskat kuvaukset kulissien takaa voivat innostaa uusia kävijöitä, mutta myöskin tulevia talkoolaisia ottamaan selvää tapahtumasta.



On kuitenkin hyvä tehdä esimerkiksi perehdytyksessä tai ohjeistuksessa selväksi myös se, mitä ei ole soveliasta somettaa ulospäin. Esimerkiksi esiintyjien yksityisyyttä rikkovaa postausta takahuoneesta ei yksikään tapahtumajärjestäjä halua nimiinsä. Onneksi nykyään viestintäetiketti on yleisesti ottaen hyvin hallussa.

Sanotaan, että mikä tahansa julkisuus on hyvästä. Festivaalien kohdalla strategiset sisällöt tulevat viestintätiimiltä, mutta kenties hauskimmat tunnelmapalat tulevat kuitenkin niiltä, jotka ovat toiminnan ytimessä, mutta joita eivät sido moniulotteiset strategiat. Kaustisella tämä on ratkaistu kannustamalla käyttämään muun muassa aihetunnusta #töissä, joka ei ole kirjoitusvirhe vaan Kaustisen murretta. Festivaalien aikana Kaustisen kansanmusiikkijuhlat näkyvät ja kuuluvat vielä kokoaankin kauemmas sosiaalisessa mediassa näiden vapaaehtoisten työläisten toimesta.

## Osallistuminen lisääntyy osallistamalla

Ihmisillä on tarve kuulua joukkoon, ja mitä suurempi on yhteenkuuluvuuden tunne, sitä varmemmin ihminen ylittää oman kotiovensa kynnyksen ja lähtee mukaan kokemaan tai tekemään jotain yhteistä, on kyseessä sitten kulttuuri tai liikunta.

Kaustisella on pitkät perinteet festivaalien talkootyölle, joka alkaa hyvissä ajoin keväällä festivaalialueen kunnossapidosta jatkuen majoituskäytössä olevien koulujen siivoamiseen. On säilössä olevien sänkyjen, patjojen ja peittojen kuljettamista kouluilta toisille, urheilutalon muuttaminen majoituskäyttöön ja kaiken tämän purkaminen juhlien jälkeen. On juhla-alueen kunnostusta, koristelua ja majoitustilojen valvontaa.

Nämä kunnan sisäiset vapaaehtoistyöt hoidetaan paikallisten voimin, ja siihen työhön houkutellaan paikallista väkeä tarjoamalla ilmaislippuja festivaaleille. Talkoolaisille annettavat ”Päivä ko päivä” -liput ovat kohtuullisen arvokas korvaus fyysisestä työstä, jota ilman juhlat jäisivät pian pitämättä. Tämä on myös potentiaalisen yleisön osallistamista, sillä ansaittu ilmaislippu kannustaa paikallisia osallistumaan talkoisiin ja tulemaan itse yleisöksi festivaaleille.

Osallistaminen terminä ja teon sanana sisältää valtasuhteen, josta osallistajan pitää olla tietoinen. Osallistaminen voidaan negatiivisessa viitekehyksessä nähdä

passiivisen henkilön aktivoimisyriyksenä, mutta positiivisessa viitekehyksessä sillä on demokratiaa lisäävä ja yksilöä valtuttava kaiku. Osallistaminen voi olla kulttuuri- ja taidelaitosten avautumista yleisölleen ja uudenlaisten yleisötyömahdollisuuksien syntymistä.

Tässä artikkelissa osallistamista on ajateltu lähinnä positiivisessa viitekehyksessä tarkastelemalla osallistavuuden merkitystä kulttuuritapahtumalle, jonka keskiössä on vapaaehtoisten yksilöiden vapaaehtoisuuteen perustuva työpanos. Osallistamisen ja osallistumisen välillä on selvä ero: siinä, missä osallistuminen on yksilön sisäsyntyistä, aktiivista toimintaa, osallistaminen kohdistuu toisiin ja ikään kuin pyrkii tönimään toista tekemisen äärelle ja samalla toivottaa avosylin tervetulleeksi toimintaan. Kulttuuritapahtuman kannalta osallistaminen mahdollistaa vapaaehtoistyön jatkumisen ja kehittymisen ja luo näin vahvoja edellytyksiä tapahtuman tulevaisuudelle.



Kuusi keinoa sitouttaa vapaaehtoisia festivaalityöhön (tekijä: Susanna Salokannel)

Kettunen Anna-Kaisa, tuottaja (The Irish Festival of Oulu), freelancer, esiintyvä taiteilija

Salokannel Susanna, toiminnanjohtaja

Kattilakosken kulttuuriosuuskunta

Hoppu Petri, yliopettaja

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Valtteri Valon haastattelu 23.10.2020. Anna-Kaisa Kettusen hallussa.

[2] Gudgin, P. Festival and Event Management Master Class, 26.–27.10.2020.

[3] Isola, A.-M., Kaartinen, H., Leemann, L., Lääperi, R., Schneider, T., Valtari S. & Keto-Tokoi, A. 2017. Mitä osallisuus on? Osallisuuden viitekehystä rakentamassa. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL). Työpaperi 33/2017. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Helsinki. Hakupäivä 12.5.2021. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-302-917-0>

[4] Virolainen, J. 2015. Kulttuuripoliittinen näkökulma osallistumiseen. Teoksessa A. Lindholm (toim.) Ei-kävijästä osalliseksi – osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Helsinki. 54–63. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-456-219-5>

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Kettunen Anna-Kaisa, Salokannel Susanna, Hoppu Petri

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541144>

**Tiivistelmä:** Vapaaehtoiset työntekijät eli talkoolaiset ovat festivaalin kuin festivaalin onnistumisen ja toiminnan kannalta oleellinen tekijä. Mistä näitä vapaaehtoisia talkoolaisia löytää ja miten heidät saa pysymään mukana toiminnassa vuodesta toiseen?

# Pienikin tarina voi olla suuri. Tarinallistamisen hyödyntäminen osana tanssiorganisaation ja yrityksen brändin ja markkinoinnin luomista

4.10.2021 - Terävä Lotta, Hoppu Petri

**Kulttuuri- ja taidealat kamppailevat niukkenevien resurssien parissa, ja toimijoiden on etsittävä uusia keinoja profiloitua erityisesti monikansallisten kaupallisten yritysten puristuksessa. Tarinallistaminen tarjoaa mahdollisuuksia positiiviseen brändäykseen, jonka kautta mitä erilaisimmat yritykset voivat erottautua globaalien markkinoiden massasta ja löytää juuri heidän toiminnastaan tai tuotteistaan kiinnostuneita asiakkaita.**



Tarinat kuuluvat kaikkeen inhimilliseen toimintaan (kuva: Aaron Burden/Unsplash.com)

Tarinat ovat osa arkipäiväistä elämäämme ja kohtaamme niitä päivittäin. Kerromme päivän tapahtumista tarinamuodossa, lehdet ovat tarinoita täynnä ja jopa unessakin käsittelemme asioita tarinan muodossa. Tarinat ovat niin vahvasti osa meitä, että emme edes tajua sitä. [1]

Tarinankerronta on aina ollut keskuudessamme. Se on ihmisen luonnollinen tapa kommunikoida, koska ajattelemme ja hahmotamme asioita tarinamuodossa. Aivomme reagoivat vahvemmin tarinoihin kuin pelkkään puheeseen tai sanoihin. Tarina saa jokaisen meistä tuntemaan empatiaa, ja koska se koskettaa meitä tunnetasolla, me siirrymme helpommin ajattelusta toimintaan. Tarina saa meidät siis liikkeelle. [1]

**Lotta Terävä** haastatteli tätä artikkelia varten kahta yritystä ja kahta tanssiorganisaatiota, jotka hyödyntävät jokainen omalla tavallaan tarinallistamista osana toimintaansa. **Terhi Mikkonen** työskentelee Tero Saarinen Companyssa markkinointi- ja viestintäpäällikkönä. Hän on työskennellyt organisaatiossa yli 10

vuotta. [2] **Petra Karvonen** työskentelee Routa Companyssa tiedottajana. Hän on aloittanut työskentelyn Companyssa tänä syksynä. [3] **Ilkka Länkinen** toimii yrittäjänä yhdessä vaimonsa kanssa Santa Park Arctic Worldissa. [4] **Anna-Riikka Lavia** toimii yrittäjänä Arctic Ice Cream Factory Oy:ssa. [5]

## Tarinallistaminen

Tarinallistaminen tarkoittaa tarinalähtöistä palvelumuotoilua. Se on yksi sisällön tuottamisen muoto, jolla tarkoitetaan juonellista tapahtumien sarjaa.

Tarinallistaminen on palvelukokemuksen punainen lanka, joka näkyy persoonallisena kehyksenä yrityksen toiminnassa ja juonena yksittäisissä palveluissa. [6]

”Me emme ole koskaan puhuneet tarinallistamisesta, mutta käytännössä olemme tehneet sitä. Koen, että olemme koko 25-vuotisen uramme ajan, ja Tero jo sitä ennen omalla henkilökohtaisella urallaan on ymmärtänyt tarinoiden voiman ja merkityksen. Me olemme kertoneet tiettyjä tarinoita toistuvasti Terosta perustajana ja hänen urastaan sekä ryhmän toiminnasta. Minä koen, että ne menevät tarinallistamisen viitekehykseen”, Terhi Mikkonen kertoo Tero Saarinen Companysta.

Routa Companyssa tarinallistamista hyödynnetään tanssiteosten markkinoinnissa ja muun muassa oheistuotteiden myynnissä. Tarinallistaminen ja toiminnan suunnittelu pohjautuu vahvasti heidän arvoihinsa. He haluavat, että kaikki heidän toimintansa tukee heidän arvojansa ja on perusteltua.

”Haluamme pystyä seisomaan täysin kaiken toimintamme takana. Kaikki mikä meiltä tulee ulos, on laadukasta ja tarkastelun kestävä”, Petra Karvonen toteaa.

Santa Parkin toiminnan tarinallistaminen rakentuu Ilkka Länkinen mukaan Lapin kahdeksan vuodenajan varaan. Yrityksellä on kahdeksan vuodenajan sosiaalisen median kampanja, jonka kautta tarinallistaminen näkyy ympäri vuoden. Kahdeksan vuodenajan tarina tarjoaa ehtymättömän ja monipuolisen lähteen sisällön tuottamiselle.

Anna-Riikka Lavia kertoo puolestaan, että Arctic Ice Cream Factory Oy:ssa tarinoita kerrotaan omasta elämänpiiristä ja kokemuksista. Tarinat syntyvät omista kokemuksista, retkistä ja pohjoisesta elämäntavasta. Tarinoissa esiintyvät tekijöiden lapsuusmuistot ja pohjoinen elämäntapa. Ne kumpuavat tarinoihin tekijöiden persoonien kautta.

Yritykset voivat käyttää tarinallistamista toiminnassaan hyödyksi monella tavalla. [6] Tarinat voivat auttaa johtamisessa ja organisaatioiden kehittämisessä, markkinoinnissa, viestinnässä, myymisessä, kouluttamisessa sekä tuote- ja palvelukehitysinnovaatioissa. [1] Erilaisia hyödynnettäviä tarinamalleja voivat olla esimerkiksi visiotarinat tulevaisuudesta, taustatarina omasta yrityksestä tai tuotteesta, historiasta ponnistava syntymistarina, palvelun tarina esimerkiksi asiakkaan näkökulmasta, tuotteen tarina, kuten miten tuote valmistetaan, tai arvotarina, eli miksi jokin tuote on arvokas. [6]

Haastateltavat yritykset ja tanssiryhmät hyödyntävät tarinoita eri tavoin ja osana erilaisia toimintoja. Tero Saarinen Companyssa Mikkosen mukaan hyödynnetään tiettyjä tosiperäisiä tarinoita, jotka ovat selkeästi paketoituja ja mielikuvia luovia. Tarinoita on kerrottu Tero Saarisen urasta ja historiasta sekä ryhmän toiminnasta. Mikkonen kertoo, että he eivät ole lähteneet luomaan tarinaansa bisnesmaailman tapaan esimerkiksi jonkun yrityksen kiteytetyn syntytarinan malliin. Teosten tarinalliset kertomukset toistuvat esitysten yhteydessä pidettävien yleisökeskustelujen osana. Hänen mielestä tarinat näkyvät eniten heidän organisaatiossaan näissä suorissa kohtaamisissa ihmisten kanssa.

”Jossain määrin tarinaa käydään myös uusien työntekijöiden kanssa läpi. Kun tarinat eivät ole meidän tapauksessamme millään tavalla keksittyjä vaan ihan aitoja, ne limittyvät toimintaamme melko orgaanisesti ja tulevat osaksi sitä”, Mikkonen kertoo.

Petra Karvonen kertoo, että heillä ei ole juurikaan tarinoita Routa Companyn näkökulmasta, vaan tarinat näkyvät erityisesti vierailevien esitysten markkinoinnissa. Tarinoilla pyritään kertomaan, miksi teos kannattaisi tulla katsomaan. Routa tiivistää ydinsanomansa sloganiksi: ”Routa tekee onnelliseksi.” Karvonen kertoo myös, että slogan kiteyttää heidän toimintansa tuovan kaikin puolin



katsojille, työntekijöille ja yhteistyökumppaneille hyvää meininkiä. Heille on nyt syksyn aikana hankittu myös sukat, joissa on Roudan logo akillesjänteen kohdalla, ja sukkaa myydään sellaisella tarinalla, että routa ei pääse paleltamaan akillesjänteitä, kun sukka lämmittää. Lisäksi Karvonen kertoo pitävänsä Roudan kaksoismerkityksestä, ja siksi he leikittelevät sillä paljon.

Santa Park hyödyntää Länkisen mukaan tarinallistamista ja tarinaa yrittäjien tarinoiden kertomiseen ja joulupukin, tonttujen ja ylipäätään elämyksen laadusta kertomiseen. Elämyksen laatua yritetään tarinallistaa vahvasti ruoka-aineiden kautta, koska ruoka-aineet ovat heillä paikallisia, joten niillä kaikilla on tarina. Heillä on myös ydinhenkilöistä ja johtoryhmäläisistä pientä someviestintää ja tarinaa. Niillä kerrotaan, että tällaisia henkilöitä heillä on behind the scenes. Joulutarinoita Santa Parkissa kerrotaan pääasiassa tonttujen näkökulmasta. Heidän toimistaan ja puuhistaan luodaan tarinaa. Lisäksi tarinaa hyödynnetään henkilökunnan koulutuksessa, ja uusi henkilökunta perehdytetään asiakkaiden tarinoihin.

Arctic Ice Cream Factory Oy hyödyntää tarinallistamista oman tuotteensa lähtökohdista kertomiseen. Yritys käyttää paikallisia raaka-aineita, jotka tuovat mukanaan oman tarinansa tuotteisiin. Näihin kuuluvat paikallinen maito, joita lypsetään tutuista lehmistä sekä marjat tutuilta poimijoilta. Yrityksen jäätelöpurkkeihin ja -kippoihin on havainnollistettu jäätelön tekemisen prosessi satumaisen visualisoinnin avulla. Uusille työntekijöille yrityksessä kerrotaan yrityksen tarina ja otetaan prosessiin mukaan alusta alkaen.

”On tärkeää, että kaikki tietävät, missä jäätelöt tehdään. Tämä on niin pieni firma, että kaikki ovat mukana kaikessa ja toiminta on aika läpinäkyvää”, Lavia kertoo.

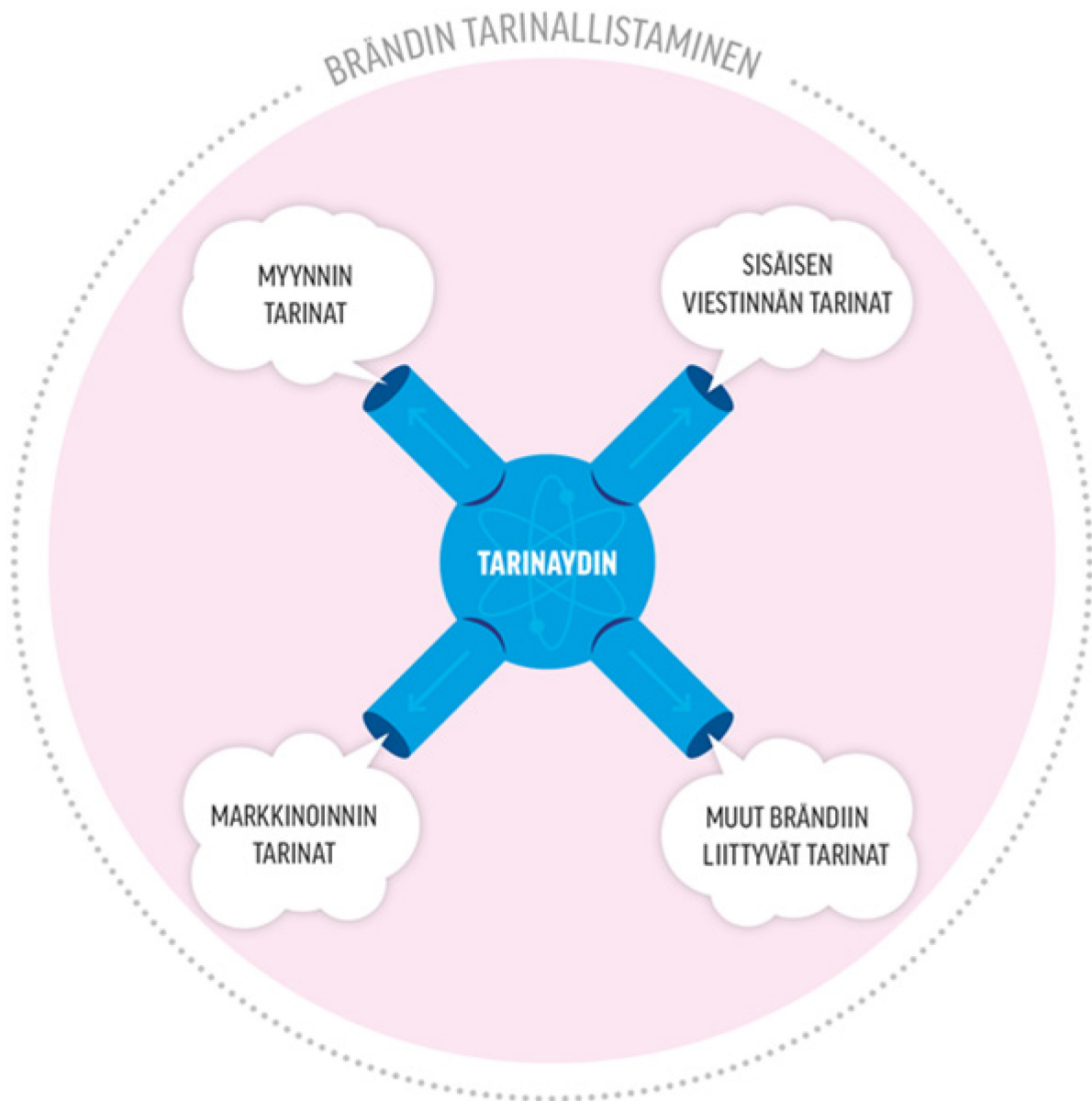
Lavia sanoo huomaavansa heti särön kokonaistarinassa, kun esimerkiksi jäätelökioskilla joku ei osaa vastata, minkä rotuinen lehmä on lypsänyt maidon. Silloin näkyy, ettei toiminta enää palvele kokonaisuutta.

Kummassakaan tanssiryhmässä tarinallistamista ei hyödynnetä kautta linjan koko brändin läpi. Tarinallistamista halutaan hyödyntää vain valituissa toiminnoissa. Kummallakaan tanssiryhmällä ei ole tavoitteena tarinallistaa koko brändiä läpikotaisin, vaan koetaan, että tarinallistamisen funktio on tukea ilman, että se

rajoittaa muuta toimintaa. Santa Parkilla ja Arctic Ice Cream Factorylla taas tarinallistaminen on laajempaa ja eriluonteista. Molemmat toimijat tarinallistavat omaa toimintaa laajasti. Etenkin Santa Parkin toiminnassa näkyy koko brändin läpi leikkautuva tarina Joulupukista, tontuista ja pohjoisesta. Yrityksillä näkyy tarinallistamisessa tuotteiden ympärille luotu maailma, vaikka osa tarinoista perustuukin yrittäjiin ja ne lähtevät heidän tarinoistaan, kun taas tanssiryhmät perustavat tarinansa vahvasti henkilökohtaisiin ja teostensa tarinoihin.

## Brändi

Brändillä tarkoitetaan tuotteen, ihmisen, palvelun, maan ja niin edelleen ulkomuotoa sekä persoonaa. Brändi syntyy brändin kohteen herättämistä mielikuvista ja kohteen ominaisuuksista. Käsitteenä se voidaan ymmärtää monella tavalla, koska se on kehittynyt yli sadan vuoden ajan. Nykyään se liitetään pääosin koko brändin kohteen persoonaksi. [7] Brändi on mielikuva, joka syntyy asiakkaalle jostain yrityksestä saamastaan tiedosta, kokemuksesta ja kohtaamisesta. [1]



Haastateltavilta kysyttiin millaisen mielikuvan he haluavat antaa brändistään. Tero Saarinen Companyn brändistä Mikkosen mukaan eri tilanteissa halutaan kertoa eri asioita. Taustalla on vahvana heidän omat arvonsa ja se, miten halutaan toimia, mutta eri tilanteissa halutaan korostaa eri asioita.

”Me edustamme liikelähtöistä tanssia. Jos verrataan tanssimuotoja liikelähtöinen-konseptuaalinen-janalla, niin me olemme siellä liike ja tanssillinen tanssi -päässä. Lisäksi olemme tarkkoja laadusta ja siitä, mitä laitamme ulospäin riippumatta siitä, mitä olemme tekemässä”, Mikkonen kertoo.

Karvonen puolestaan sanoo, että Routa Company haluaa näkyä reiluna ja luotettavana työnantajana ja yhteistyökumppanina. Lisäksi Routa haluaa kertoa toiminnallaan, että he tarjoavat toimivat puitteet, joiden takia kannattaa lähteä kauempaakin esiintymään.

Länkinen kuvailee heidän brändiään Santa Parkissa heidän arvojensa mukaiseksi. Näissä painottuvat aitous ja autenttisuus, paikallisuus, välittäminen sekä huolenpito. Brändi on Santa Park Arctic World, jonka alle on niputettu kaikki eri toiminnot. Lavia taas kertoo Arctic Ice Cream Factoryn brändissä korostuvan kiltteyden ja rehellisyyden.

”Emme suhtaudu asioihin liian vakavasti tai tee asioita kyynärpäätaktiikalla. Meidän koko filosofiamme näkyy kaikessa toiminnassamme. Ehkä se on lähtenyt siitä, että on haluttu luoda sellainen omannäköinen brändi. Se lähtee syntymään meidän persoonistamme ja siitä, minkälaisia tapoja meillä on toimia läpi koko yrityksen”, Lavia toteaa.

Business Oulun Personal Branding for Entrepreneurs -webinaarissa 28.9.2020 **Nata Kostenko** sanoi puheessaan: ”Whether you like or not, you have a personal brand. The only question is whether you take control of it.” Tämä kuvaa hyvin nykypäivää. Meidän tulisi tiedostaa, että meidät ja yrityksemme sekä erilaiset ryhmät nähdään tietyllä tavalla, halusimme sitä tai emme. [9]

Kaikki haastateltavat kertovat, että he kehittävät omaa brändiään tiedostetusti eteenpäin. Lavian mukaan heille yrityksen kehittämisen ei ole tärkeintä sen volyymi tai että he kasvaisivat määrällisesti. He haluavat, että yritys kasvaa laadullisesti ja sisällöllisesti sen oman brändin puitteissa. Terhi Mikkonen kertoo Tero Saarinen Companyn brändin kehittämisestä, että sitä tehdään tietoisesti mutta kuitenkin taidelähtöisesti:

”Meillä on kaupalliseen toimijaan verrattavat määrittelyt meidän brändistämme ja ydinviesteistä ja vuositason pääviesteistä. Siinä mielessä brändin kehittämistä tehdään todella tietoisesti. Toki me teemme sitä taidelähtöisesti, emme yleislähtöisesti. Emme tee sitä, mitä yleisö haluaa vaan teemme jotain ja kommunikoimme siitä yleisölle. Se on perustavanlaatuinen ero, jos verrataan

kaupallisiin tai voittoa tavoitteleviin toimijoihin. Heillä logiikka on hyvinkin paljon sitä, että tehdään sitä, mitä markkinat haluavat. Meidän toimintalogiikkamme on siinä mielessä päinvastainen, mutta kun on olemassa tämä tietty sisältö, niin siitä ja meidän organisaatiostamme viestiminen on hyvinkin samanlaista kuin kaupallisella puolella”, Mikkonen toteaa.

## Markkinointi

Markkinointi käsitteenä tarkoittaa niitä kaikkia toimenpiteitä, joilla pyritään vaikuttamaan asiakkaan ostopäätökseen. Se perustuu asiakaslähtöisyyteen ja on eri toimintojen kokonaisuus. Markkinointiviestinnän avulla kerrotaan tuotteiden olemassaolosta ja ominaisuuksista. Tavoitteena on saada asiakas kiinnostumaan tuotteesta ja yrityksestä. [10]

”Olen pohtinut, mikä voisi koukuttaa ihmisiä ja sen perusteella miettinyt, mikä voisi kiinnostaa ihmisiä. Sitten olen vaan rohkeasti kysynyt enemmän materiaalia vierailijan teoksen työryhmältä. Niiden perusteella on sitten tehty kampanja someen”, Petra Karvonen kertoo markkinoinnista Routa Companyssa.

Kohtaamme jokaisena päivänä lukemattoman määrän erilaisia markkinointiviestejä ja hyvin harva viesti jättää meille muistijäljen. Markkinointi vaatii rohkeutta erottua muista ja uskallusta tehdä asioita eri tavalla. Voit opiskella markkinointia, mutta usein voi olla hyödyllisempää seurata, miten muut sitä tekevät. Usein yritykset luettelevat arvoikseen samat asiat. Kuluttaja ei näin pysty erottamaan yrityksiä toisistaan. Monet yritykset pyrkivät tekemään asiat samalla tavalla kuin muutkin omalla alalla tekevät, vaikka tärkeintä yritykselle olisi erottua muista yrityksistä. [7]

”Markkinointia toteutamme kaikissa kanavissa. Sosiaalisessa mediassa enemmän kuin muissa, koska meille tulee asiakkaita kaikista maailman maista.

Tarinallistaminen näkyy asiakkaillemme kuvina ja viesteinä”, Länkinen kertoo.

Kaikki haastateltavat hyödyntävät markkinoinnissaan vahvasti sosiaalista mediaa ja jokaisella on omat internetsivut käytössä. He haluavat hyödyntää tarinallistamista osana viestintää ja markkinointia, jotta ihmiset saataisiin kiinnostumaan asiasta nopeammin ja syventymään asian äärelle. Jokainen haastateltava näkee

tarinallistamisen markkinoinnin osana hieman omalla tavallaan, mutta kaikki ovat sitä mieltä, että tarinat ovat tärkeitä ja niitä olisi hyvä miettiä osana omaa toimintaansa.

Markkinointia ja kaupallisuutta ei ole aina osattu arvostaa Suomessa. Tyypillisesti ei ole nähty sen hyviä puolia ja sitä, mitä kaikkea sen avulla voidaan saavuttaa.

[1] **Lisa Sounion** kirjassa Brändikäs kerrotaan, että ”myynti on monien suomalaisten mielestä rahvaanomaista, ja markkinointi turhia teorioita. Oikeasti markkinointi on myyntiä ja brändäys tuotteen tai palvelun ominaisuuksien kultivointia vaikuttavuudeksi.” [7] Kaikilla aloilla tarvitaan brändäystaitoja, vaikka tarkoituksena ei olisikaan rikastua omalla työllään.

”Me olemme hieman vaatimattomia täällä Suomessa näiden kanssa. Vieraat kuitenkin haluaisivat ostaa sitä, mutta me itse koemme, että se on liian kaupallista, jonka takia ei välttämättä malteta kuunnella vierasta, joka oikeasti haluaisi sitä. Vieraan mielestä se ei ole ollenkaan kaupallista. Hänelle se on nimenomaan muistoja, joita hän haluaa”, Länkinen pohtii.

Brändikäs-kirja mainitsee suomalaisen apurahajärjestelmän kasvattavan omalta osaltaan negatiivista asennetta taidekentällä kaupallisuutta kohtaan.

Apurahajärjestelmä on eristänyt taiteilijat ja tieteilijät erilleen asiakaslähtöisistä menetelmistä. Apurahajärjestelmä luo mahdollisuuksia taiteen ja tieteen tekemiselle, mutta apurahoja ei riitä kaikille ammattilaisille. Kaikki ammattilaiset eivät pysty niiden kautta itseään työllistämään. [7]

## Tarinallistamisen hyödyntäminen

Kaikki haastateltavat kertoivat, että he pystyisivät hyödyntämään tarinallistamista omassa toiminnassaan nykyistä enemmän. Länkinen mielestä etenkin jälkimarkkinointia ja tarinallistamista pitäisi tehdä entistä paremmin. Lavia puolestaan kertoo, että tarinallistamisessa on aivan rajattomat mahdollisuudet. Siihen vain vaikuttaa se, mitä arjessa ehtii tehdä. Karvonen kokee, että myös Routa Companyssa voitaisiin hyödyntää tarinallistamista ja tarinoita enemmän. Hän uskoo, että tulevaisuudessa tarinallistaminen heillä tulee kasvamaan ja sitä tullaan hyödyntämään laajemmin.

”[S]uomalaiset ovat vähän liian ujoja. Ajatellaan, että tämmöistä pientä ollaan nyt tässä kapisteltu. Tämä on tämmöistä ja tämä on niin tavallista meillä. Tämä on sitä ja tämä on tätä. Vähän sellainen vähättelymeininki koko ajan. Näin ei pitäisi ajatella, vaan enemmän niin sanotusti Amerikka-meininkiin”, Länkinen vastaa kysyttäessä, voisivatko muut yritykset tai tanssiryhmät hyödyntää tarinallistamista laajemmin.

Tanssiorganisaatiot kommentoivat tarinallistamisen hyödyntämistä tanssin kentällä. Mikkosen mielestä tarinallistamista voitaisiin hyödyntää Suomessa enemmän tanssiryhmien parissa, vaikka he eivät ole siinä millään tavalla poikkeuksellisia. Hän lisää, että Suomessa on monta tanssiryhmää, jotka ovat miettineet tarinallistamista ja tarinoita todella pitkälle.

”En voi tarkasti sanoa, että olisin kartalla, missä olisin nähnyt sitä, mutta kaikkea en ole nähnyt. Tarinallistamista voitaisiin varmasti Suomessa tanssiryhmien keskuudessa hyödyntää enemmänkin”, Karvonen kertoo.

Kukaan haastateltavista ei kokenut, että tarinallistamisesta olisi suoranaisesti jotain haittoja. Lavia kertoo, että haittoja ei ole, kun me pyrimme tuomaan tätä taustaa hyvin läpinäkyvästi esille:

”Tarinallistaminen luo meille imagoa. Sosiaalisen median aikakautena pitää olla tarkkana, että se valittu viestinnän ja tarinan linja on harkittu. Viitekehys voi herkästi mennä rikki. Me olemme elävä satu, ja sen sadun viitekehyksessä pitää pysyä tai satu menee pilalle”, Länkinen varoitteli.

Tanssiorganisaatiot kokivat, että heidän tarinallistamisensa ei sido heitä millään tavalla, koska tarinallistaminen ei ole koko brändin läpileikkaavaa.

”Me ei olla tarinallistamista päälle liimattu tai sinänsä sidottu mitään tekemistämme siihen. En koe, että siitä olisi millään tavalla haittaa, koska se ei rajoita meidän tekemistämme millään tavalla. Tarinallistaminen on lähtenyt hyvin orgaanisesti. Alusta asti on ollut niitä tiettyjä asioita, joita on kerrottu, ja sitten siihen on vain rakennettu päälle ja on syntynyt uusia sivujuonteita. Se ei kahlitse tai tunnu siltä, että oltaisiin jonkun tietyn asian vankeja”, Mikkonen toteaa.

Tarinan luomia hyötyjä ovat ihmisten huomion kaappaaminen, kiinnostuksen ja tunnesiteen syntyminen, luottamuksen herääminen, riskin tunnun väheneminen, tuotteen hyötyjen selkeytyminen ja ihmisten sitouttaminen toimintaan. Lisäksi tarinamuodossa asiat sisäistetään, opitaan ja muistetaan paremmin. [1] Karvosen mukaan tarinallistamisesta on ollut eniten hyötyä heidän päätoiminnalleen eli esityksille. Tarinallistamisen kautta ihmiset tietävät, mitä he ovat tulossa katsomaan. Koska suurimmasta osasta teoksia on vain yksi tai kaksi näytöstä, ihmisten kokemuksia ja teosten taustoja tulee avata jo ennakkovaiheessa.

Tarina saa meidät samaistumaan, vakuuttumaan ja muuttamaan asenteitamme. Syynä tähän on, että samaistumme esimerkiksi tarinan päähenkilöön. Tunnetta, miten hän kokee asiat, ja näin asenteemmekin pystyy muuttumaan kyseistä henkilöä kohtaan. Samaistumalla toisen ihmisen elämään tai asioihin pystymme ymmärtämään paremmin, mitä toinen ihminen kokee tai miten asian voi ymmärtää toisellakin tavalla. [1]

”Jo ennen kuin Terolla oli ketään tuotannollista ihmistä töistä, hänellä on ollut ajatus siitä, miten hän kertoo itsestään, ryhmästä ja teoksista. Tuollainen näkemyksellisyys on semmoista, mikä erottaa, ketkä jäävät mieleen ja ketkä eivät. Tässä pirstaloituneiden mediakenttien ja valtavan tietotulvan sekä mahdollisuuksien maailmassa se vain on niin, että jos sinun oma viestisi on kirkas ja tarina kiinnostava ja tunteita herättävä, niin se jää mieleen paremmin kuin sen kaverin, jolla on vähän paletti levällään, vaikka hänellä olisikin kiinnostavia sisältöjä”, Mikkonen kertoo.

Tärkeä asia yrityksen tai tanssiryhmän toiminnan kannalta on, että kokemukset, asiakassuhteet, mielikuvat ja tarinat voivat olla ainoa kannattava keino erottautua kilpailijoista hinnan lisäksi. Pelkkä hyvä tuote ei riitä nykypäivänä, koska tuote ei osaa myydä itse itseään. Kilpailu markkinoilla on kovaa, ja kaikki hyvät käytettävät ominaisuudet kopioidaan kilpailijoilta. Usein ainoaksi keinoksi erottautua jää tuotteen hinta. Tämä johtaa siihen, että tuotteiden elinkaaret ja tuotteesta saatava voitto pienenevät. Paras keino erottautua muista on omalla toiminnallaan todistaa jatkuvasti, että yrityksen tarina on paikkaansa pitävä. [1]



Muista erottumisen lisäksi tarinat tarjoavat asiakkaille aineetonta arvoa. Olisi hyvä huomioida kaikki tarinankerronnan ulottuvuudet ja pyrkiä vaikuttamaan niihin. Ulottuvuuksia ovat asiakkaiden sisäiset tarinat, joita he kertovat itsestään, yrityksen kertomat tarinat sekä tarinat, joita asiakas kertoo yrityksestä eteenpäin omalle lähipiirilleen. On todella tärkeää tuntea kohderyhmä, jolle tarinat osoitetaan. Lisäksi on hyvä tiedostaa, että ihmiset luottavat eniten tuttujen ihmisten suosituksiin, joten asiakaskokemusten tulee olla hyviä ja asiakkaiden ennako-odotukset tulee ylittää.

[1]

## Miksi tarinallistaminen, markkinointi ja brändi ovat tärkeitä?

”Tarinat heijastelevat syvimpiä tunteitamme ja puhuttelevat meitä” [6]. Tanssissa tarinaa on hyödynnetty iän kaiken teosten luomisen osana. Tanssilla on kerrottu tarinoita ja tapahtumien kulkua. Tarinat ovat voimakkaita, joten miksi emme siis hyödyntäisi niitä osana omaa toimintaamme. Jos voimme saada tällaisen hyödyn jostain, niin kannattaisihan se hyödyntää. Voitaisiinko tarinallistamisen avulla avata tanssin kentällä meidän silmiämme enemmän siihen, että markkinoinnin ja brändäyksen tehtävä on auttaa meitä tulemaan nähdyksi ja näkymään?

”Tarinat herättävät tunteita, ja tunteet herättävät muistijälkiä. Jotta voi muistaa jotain, sen on pitänyt herättää jokin tunne, ja tunteen syntymiseen auttaa, että se informaatio on paketoitu jotenkin tehoavaan muotoon. Mitä henkilökohtaisempi tai yllättävämpi se paketti on, sitä paremmin se jää mieleen ja sitä enemmän se herättää tunteita”, Mikkonen toteaa.

Länkinen kertoo, että brändin luominen on pitkä ja hidasta, ja sen kanssa pitää olla sitkeä. Markkinointi on hieman nopeampitempoista, ja siinä voi olla erilaisia tarinoita eri aikaan vuodesta. Brändi ja markkinointi molemmat tähtäävät myynnin edistämiseen ja huomion herättämiseen. [7] Jos kukaan ei tiedä toiminnastamme mitään, niin mistä saamme yleisöä tai asiakkaita? Meidän tulisi muuttaa suhtautumistamme myönteisemmäksi markkinointia ja brändäystä kohtaan, koska ne ovat työkaluja, jotka auttavat meitä tekemään työtämme isommalla volyymilla.

Länkisen mukaan pienikin tarina voi olla iso tarina, koska isommat asiat koostuvat pienistä elementeistä ja palasista. Kaikkien kertomiemme tarinoiden ei tarvitse olla suuria, koska suuretkin tarinat muodostuvat pienistä palasista, jotka kasvattavat yrityksen, organisaation, tanssiryhmän tai ihmisen tarinaa pikkuhiljaa pala palalta.

Tarinallistamisesta on niin paljon hyötyjä, että kaikkien kannattaisi ainakin kokeilla sitä. Haastattelujen perusteella tärkeintä ei ole koko brändin läpileikkaava eheä tarinallistaminen vaan niiden asioiden tunnistaminen, joissa juuri tietyille yrittäjälle tai yritykselle tarinallistamisesta olisi hyötyä. Tarinallistamisella pystytään kertomaan tositarinoita ja olemaan rehellisiä omasta toiminnasta. Sen tarkoitus ei ole värittää omaa toimintaa paremman näköiseksi vaan näyttää rehellisesti, mistä ihmisessä, toiminnassa, palvelussa tai tuotteessa on kyse. Rehellisyys on tärkeää, jotta tarina välittyy asiakkaalle eheänä ja uskottavana.

Terävä Lotta, tanssija, tanssinopettaja  
opiskelija Kulttuurituottaminen ja luova talous (YAMK)

Hoppu Petri, yliopettaja  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## **Lähteet**

[1] Rauhala, M. & Vikström, T. 2014. Storytelling työkaluna. Vaikuta Tarinoilla Bisneksessä. Helsinki: Talentum Media.

[2] Terhi Mikkosen haastattelu 03.11.2020. Lotta Terävän hallussa.

[3] Petra Karvosen haastattelu 15.10.2020. Lotta Terävän hallussa.

[4] Ilkka Länkisen haastattelu 19.10.2020. Lotta Terävän hallussa.

[5] Anna-Riikka Lavian haastattelu 27.10.2020. Aineisto Lotta Terävän hallussa.

[6] Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen. Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum Media.

[7] Sounio, Lisa 2010. Brändikäs. Helsinki: Talentum Media.

[8] Tarina-akatemia. 2020. Mitä on brändin tarinallistaminen? Hakupäivä 11.12.2020. <https://www.tarina-akatemia.fi/tarinan-voima-blogi/2016/3/8/7a936pdv7ued38rjogxb9weokzilm9>

[9] Kostenko N. 2020. Personal Branding for Entrepreneurs. Business Oulu. Webinaari 28.9.2020.

[10] Osaava yrittäjä 2020. Mitä markkinointi on? Hakupäivä 1.10.2020. <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/mitae-markkinointi-on>

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Terävä Lotta, Hoppu Petri

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541145>

**Tiivistelmä:** Kulttuuri- ja taidealat kamppailevat niukkenevien resurssien parissa, ja toimijoiden on etsittävä uusia keinoja profiloitua erityisesti monikansallisten kaupallisten yritysten puristuksessa. Tarinallistaminen tarjoaa mahdollisuuksia positiiviseen brändäykseen, jonka kautta mitä erilaisimmat yritykset voivat erottautua globaalien markkinoiden massasta ja löytää juuri heidän toiminnastaan tai tuotteistaan kiinnostuneita asiakkaita.

# Tarinallisuus kaupungin identiteetin rakentajana

4.10.2021 - Päivärinta Mervi, Isomursu Pekka

**Tässä artikkelissa syvennyttään kaupunkiorganisaatioiden viestinnän muutokseen. Kimmokkeena tekstille toimi Oulun kaupungin julkaisema kaupunkimedia Mun Oulu, joka herätti jo ennen syntymäänsä tiukkaa keskustelua siitä, millaista verovaroin tuotettu sisältö voi olla – tai saa olla.**



Takavuosina kuntien viestintä painottui kuivakkaisiin kokoustiedotteisiin, joiden jakelukanavana oli pääsääntöisesti kunnantalon eteinen. Toki myös faksit ja sähköpostit auttoivat asiaa. Suurten sanomalehtien kuntatoimittajat seurasivat pieteetillä asialistojen pykälää ja pitivät yllä yhteyksiä virkamiehiin.

Sitten saapui digitalisaatio ja tuulikaappien tulosteseinien status romahti. Samoin kävi printtilehdille ja seuraavan aamun kokousuutisille. Nykyään jokainen yksilö on oma mediansa. Twiittaukset ja postaukset kulkevat valonnopeudella ruudulta toiselle, ja samaan aikaan iltavuorossa istuva neljännen valtiomahdin portinvartija

joutuu pohtimaan, millaisella otsikolla infoähkyyn uupuneet median kuluttajat saataisiin klikkaamaan verkkolehden maksumuurin taakse.

Median murroksen myötä tiedotusvälineiden resurssit ovat heikentyneet. Enää ei ole itsestään selvää, että paikallinen media ehtii nappaamaan kiinni kuntalaisia koskettavista teemoista, saati että aiheita pystyttäisiin taustoittamaan riittävän perusteellisesti. Tähän tarpeeseen syntyi oululainen kaupunkimedia Mun Oulu ystävänäpäivänä 2020.

## Mun Oulu kertoo lämpimällä sydämellä Oulusta

Mun Oulun omilla sivuilla kerrotaan, että kaupunkimedian tehtävänä on kertoa oululaisista asioista, kaupunkikulttuurista ja tapahtumista sekä antaa käytännönläheistä tietoa päätösten perusteista, taustoista ja vaikutuksista. Lisäksi media avaa kaupungin palveluiden monipuolisuutta ja herättelee mielenkiintoa kaupungin toimintaan. Lähtökohtana on parantaa kaupunkilaisten palveluita viestinnän osalta sekä laajentaa viestinnän kenttää.

Oulun kaupungin viestintäjohtaja **Mikko Salmi** viittaa Mun Oulun verkkosivujen avausjutussa kuntien viestintää koskevaan lainsäädäntöön:

”Kuntalaissa korostetaan aktiivisen, monikanavaisen, ymmärrettävän ja oikea-aikaisen viestinnän merkitystä, ja Mun Oulu vastaa näihin”. [1]

Oulun kaupunkimedia on saanut osakseen kritiikkiä muun muassa Keskisuomalaisen päätoimittajan **Pekka Mervolan** kynästä. Hän kysyi pääkirjoituksessaan elokuussa 2019 ”Lähtekö Oulu oudosti valeuutisten tielle?”, sillä ”uutismaisen verkkomedian” toteuttaminen tarkoittaa Mervolan mukaan sitä, että Oulusta tulee Suomen trumpilaisin kaupunki. Tiedottamista Mervola ei kritisoi, mutta sen kutsuminen uutisoinniksi ei ole hyväksyttävää:

”Julkisen vallan itsestään tekemiä juttuja ei pidä kutsua uutisiksi, sillä tällaisen ”uutisen” tekijällä on asiassa omat motiivinsa. Kaupunki haluaa etupäässä kertoa itsestään myönteisiä asioita ja jättää ikävät käänköpuolet kertomatta.” [2]

Myös Journalistiliiton puheenjohtaja **Hanne Aho** kyseenalaisti Yle Oulun haastattelussa Mun Oulun mahdollisuudet tuottaa riippumatonta journalismia. [3]

Oulun kaupungin strategiapäällikkö **Kari-Pekka Kronqvistin** sanoin kaupunkimedia perustettiin täyttämään tiedotusvajetta. Kiinnostavasti toteutettu sisältö tuo kaupungin asiat helpommin saavutettaviksi ja ymmärrettäviksi. [4]

Oulun kaupungin talousarvioon 2020 ja taloussuunnitelmaan 2021–2022 on kirjattu, että ulkoista viestintää kehitetään lanseeraamalla uusi kaupunkimedia Mun Oulu. Tavoitteena on paikallisuutisiin, tapahtumiin ja oululaisiin ihmisiin keskittyvä digitaalinen media, joka toimii journalistisin periaattein. Käynnistyvällä kaupunkimedialla parannetaan asukkaiden tietoisuutta siitä, mitä Oulussa tapahtuu sekä lisätään tietoa osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksista. [5]

Mun Oulun haasteena on saada myös yhteiskunnallisesti passiiviset kaupunkilaiset kokemaan itsensä toimijoiksi, joilla on mahdollisuus vaikuttaa kaupungin asioihin. Kronqvist nostaa esille kevään 2021 kuntavaalit, joiden yhteydessä Mun Oulu voisi toimia rakentavan ja tasapuolisen vuoropuhelun edistäjänä nostamalla esille asioita, joihin kaupunginvaltuutetut pääsevät vaikuttamaan tulevalla valtuustokaudella. [4]

Kronqvistin mielestä kaupunkimedialla on hyvät mahdollisuudet täydentävään uutisointiin, koska se ei ole riippuvainen muun muassa siitä, tuottavatko sisällöt rahaa. Vapaan median tontille ei ole kuitenkaan tarkoitus mennä, vaan pikemminkin tavoitteena on löytää katvepaikkoja, asioita, jotka jäisivät kertomatta ilman Mun Oulua. [4]

## Kaupunki on media

Soittokierros Turkuun, Tampereelle, Jyväskylään ja Seinäjoelle osoittaa, että Oulu ei ole pyrkimyksissään yksin. Vaikka muissa kaupungeissa ei ole avattu sivuja omalle kaupunkimedialle, oululaisten tavoitteet löytyvät myös näiden verrokkikaupunkien viestinnällisistä päämääristä. Kaupungeista on tullut omia medioitaan, jotka haluavat hallita julkisuuskuvaansa tarjoamalla kaupunkia koskevan ajankohtaisen tiedon ensimmäisenä omissa kanavissaan. Sisäiset ja ulkoiset verkkosivut ovat tärkein foorumi, mutta sosiaalisen median merkitys on myös suuri. Perinteisiä

mediatiedotteita tehdään toki edelleen, mutta viestiminen ei ole enää sen varassa tarttuvatko toimittajat aiheisiin.

**Anne Kalliomäen** lanseeraama tarinalähtöinen palvelumuotoilu, tarinallistaminen (story based service design, storification), näkyy myös kaupunkien viestinnässä ja markkinoinnissa. Anne Kalliomäen mukaan arvolähtöisyys välittyy parhaiten juuri tarinallistamisen kautta. Ei kerrota arvoista, vaan luodaan asiakaskokemus, jossa arvot ovat läsnä tarinana, johon asiakas voi osallistua. [6] Tarinallisuuden voimasta kertoo myös se, että kaupunkien viestintäyksiköt tuottavat monenlaisia sisältöjä podcasteista videoihin. Pelkän tiedon jakamisen lisäksi kaupunki rakentaa identiteettiään osallistumisen paikkana, yhteisönä ja palveluympäristönä.

Tätä havaintoa tukee myös Uutismedian liiton jäsenilleen tekemä kysely, jonka tuloksista ilmenee, että vastanneista 69 prosentin mielestä kuntaviestinnän aktiivisuus on kasvanut viime vuosien aikana. Perinteisten toimintamallien rinnalle tai tilalle on otettu uusia sähköisen median viestintämuotoja, ja etenkin sosiaalisessa mediassa julkaistaan muutakin kuin kunnan omaa tiedotusta ja omien toimien markkinointia. [7]

## Kaupunkibrändäystä asukkaiden suulla

Seinäjoen kaupungin markkinointipäällikkö **Anu Männikkö** kertoo, että Seinäjoella ollaan samoilla linjoilla Oulun kanssa:

”Kyllä meilläkin Seinäjoen kaupungin viestinnässä koetaan tosi vahvasti, että me olemme media. Aikaisemmin asiat mitattiin sillä, että ovatko ne saaneet näkyvyyttä paikallisessa lehdessä, mutta tänä päivänä se ei ole enää se juttu. Viestinnän digitalisaation myötä jokainen meistä on ehdottomasti media, niin sinä kuin minäkin.” [8]

Seinäjoen kaupunki on rakentanut Avaruuden pääkaupunki -markkinointikonseptin, joka ponnistaa avarista lakeusmaisemista. [9] Markkinointislogan vakuuttaa, että ”Capital of Space on paikka, jossa on tilaa kaikelle hyvälle”. Seinäjoella halutaan luoda yhteisöllistä markkinointia, johon kaikki pääsevät mukaan ja joka vie kaupunkia eteenpäin. [10]

Yksi osa markkinointia on Avaruusasukas-tarinat. Eri ikäiset ja eri taustoista tulevat seinäjokiset kertovat kaupungistaan vapain sanoin. Tarinat on koottu kaupungin verkkosivuille ja niitä on markkinoitu Facebookin ja Instagramin kautta.

”Meillä ei ollut tarkoituksena tehdä näistä mitään Seinäjoen mainostarinoita, vaan ajattelimme, että tarina sellaisenaan kantaa. Kuitenkin on ollut hauskaa huomata, että niissä puhutaan Seinäjoesta todella kauniisti. Niissä näkyy kotiseuturakkaus, ja ne ovat tosi kivoja tarinoita, joita on myös luettu paljon.”

Anu Männikkö näkee tarinallisuuden keinona saada huomiota tärkeäksi koetulle asialle: ”Tarinallisuuden tehtävänä on helpottaa asioiden ymmärtämistä. Tarina voi auttaa selkeyttämään vaikeita asiakokonaisuuksia.”

Yhtenä esimerkkinä Seinäjoen tulevista tarinoista Männikkö mainitsee aseman seudun uudistushankkeen, joka vaatii taitavaa taustoitusta, jotta kaupunkilaisten on helppoa seurata hankkeen edistymistä. [8]

Seinäjoen tapa ”antaa mikki kaupunkilaisille” ilman käsikirjoitusta noudattaa tarinallistamisesta kirjoittaneen Anne Kalliomäen ohjetta:

”Yritysten tulisi mielestäni tarinallistaa siten, että myös säröt ja rosot näkyvät. Inhimillisyys on se, mikä tekee esimerkiksi elokuvan päähenkilöstä inhimillisen ja samaistuttavan. Tarinallistamisessa tulisikin pyrkiä kunnioittamaan yrityksen toiminnan aidointa ydintä ja tuomaan se esiin, silloinkin kun se tarkoittaa heikkouden ja haavoittuvuuden näyttämistä.” [11]

## Vahva viestintä vaatii kaupungilta voimavaroja

Keskiaikainen historia tuo ainutlaatuisuuden syvyyden Turun kaupungin tarinaan Suomen Joutsenen, Turun linnan ja Turun tuomiokirkon kaltaisten monumenttien kautta. 700-vuotiaan Joulurauhan julistuksen ansiosta Turku tavoittaa joka joulunoin miljoona televisiokatsojaa. Turun uusin innovaatio, Suomen ensimmäinen kaupunkirinnehissi Funikulaari oli somehitti jo ennen käyttöönottoa. Tänä päivänä Turku tuo esille muun muassa koulutusmahdollisuuksiaan, laivanrakennuksen ja merellisyyden historiaa sekä johtavaa asemaansa lääkekehityksen suomalaisena keskuksena. [12]



Turun kaupungin markkinointipäällikkö **Juha Elo** kertoo, että vaikka asukkaat ovat kaupungin palveluviestinnässä tärkein kohderyhmä, strategisessa viestinnässä huomioidaan vahvasti myös matkailijat ja elinkeinoelämä, eli päättäjät, sijoittajat ja investoijat, joilla on vaikutusta kaupungin elinvoimaan. [13]

”Turun kaupunkiorganisaatio on media, mutta en käyttäisi työstämme sanaa journalismi, pikemminkin tämä on palveluviestintää. Tarjoamme toimittajille taustoittavia aamiaistilaisuuksia, ja nyt korona-aikana niiden tilalla välitetään kaupunginjohtajan live-lähetyksiä ajankohtaisista asioista kaupungin omasta studiosta. Turun kaupungin Facebook on Suomen kaupunkien Facebook-tileistä seuratuin, ja Turku pyrkii tavoittamaan some-kanavillaan 400 000 ihmistä kuukaudessa.”

Juha Elo kokee, että median toimintamahdollisuudet ovat heikentyneet ja kaupungin asioista kertovat jutut jäävät usein maksumuurin taakse. Toisinaan otsikoissa korostuu vain kriittinen kärki ja laajempi taustoitus jää tekemättä, tai se näkyy vain sisällöstä maksaville. Siksi kaupunki tarvitsee vahvaa viestintää. Työn monipuolisuus tekee kaupungin viestintätyöstä mielenkiintoista, mutta toisaalta myös kuormittavaa:

”Resurssit eivät ole lisääntyneet samassa suhteessa kanavien määrän kanssa. Reagoit nopeuteen kohdistuu aiempaa suurempia vaatimuksia, vaikka meillä ei olekaan päivystysmahdollisuutta vuorokauden ympäri. Some- ja verkkoviestijöille tämä on erityisen kuormittavaa.” [13]

## Tositarinoita arjen keskeltä

Liikunta- ja opiskelijakaupungiksi profiloituva Jyväskylä pyrkii vastaamaan viestintäpaineisiin kannustamalla ja kouluttamalla henkilöstöä some-osaajiksi. Viimeisin esimerkki onnistumisesta on ikääntyneiden palveluyksikön some-tarinat, joilla pyritään vastaamaan myös jatkuvaan rekryointitarpeeseen ikäihmisten hoitotyössä.

”Ikäihmisten palveluyksiköiden ovet ovat nyt kiinni koronan vuoksi, mutta haluamme tehdä arjen keskeltä nostoja, jotka kertovat siitä, että ikääntyneiden elämä on tästä

huolimatta hyvää. Kannustamme työntekijöitämme kertomaan kuulumisia työyhteisöstään. Se on vakuuttavampaa viestintää kuin päälle liimatut kampanjat”, kertoo Jyväskylän kaupungin viestintäjohtaja **Emmi Palokangas**. [14]

Palokangas kertoo, että kaupungin on viestittävä omista toimistaan kiinnostavasti moniin eri kanaviin ja oltava läsnä siellä, missä kaupungin asukkaat ovat.

Twitter ja ajankohtaiset videot ovat korostuneet korona-aikana, samoin asukastapaamisten tilalle tulleet verkkoseminaarit. Opiskelijapodcasteissa kuullaan muun muassa talousjohtajan vinkkejä omaan taloudenhoitoon.

Peruspalveluista kertovan viestinnän lisäksi tehdään brändiviestintää, joka kytkeytyy vahvasti Jyväskylän kaupungin strategiaan. Sen keskiössä on sydämen sivistys, joka viestii Jyväskylästä humanina koulutuskaupunkina, jonne tullaan opiskelemaan eri puolilta Suomea. Samalla Jyväskylä on liikuntakaupunki, sillä liikunta on tutkitusti jyväskyläläisille tärkeä asia. [15] Tähän aatteeseen myös vapaa media tarttuu mielellään, sillä kyse ei ole keksitystä tarinasta, vaan kaupunkilaisten tutkitusta todellisuudesta. [14]

## Kaupunkilaisilla on oikeus tietoon ja vuorovaikutukseen

Tampereen kaupungin viestintäjohtaja **Anna-Maria Maunu** kertoo Tampereen brändin pohjautuvan kehystarinaan, joka viestii, että Tampere on koti kaikille asukkailleen. [16] Kaupunkien viestinnän yksi tehtävä on yhteisöllisyyden ja vuorovaikutuksen vahvistaminen. Maunu korostaa, että verovarolla toimiva julkisorganisaatio vastaa tekemisistään ennen kaikkea kaupungin asukkaille, jotka kustantavat sen toiminnan. [17]

”Me teemme näkyväksi tarinoita, jotka juurruttavat ihmisiä tähän kaupunkiin. Asiat tehdään osaksi yhteisöä asemoimalla ihmiset sukupolvien, aikojen ja paikkojen ketjuun. Tarinan on oltava tosi.” [17]

Tampereella tarinallisuuden avulla on saatu nostetta kaupungin merkittävälle rakennushankkeille, eli siinä mielessä se on merkittävä osa myös kaupungin markkinointiviestintää.

Maunu kuvaa Tampereen kaupungin viestinnän ja tiedotusvälineiden suhteita sopivan viileiksi ja asiallisiksi:

”Me kunnioitamme median toimintatapoja. Kaupungin asioista kerromme kyllä myös itse. Kaupunki on vastuullinen viestinnän toimija. En väitä, että se olisi riippumaton, mutta toisaalta emme ole myöskään riippuvaisia mistään ulkopuolisesta rahoituslähteestä. Meillä on monta kanavaa ja 14 000 työntekijää, jotka vievät vahvaa viestiä eteenpäin siitä, millainen toimija Tampereen kaupunki on. Nostamme esille Tampereen kaupungin asioita, eikä se tarkoita vain hyviä uutisia. Jos palveluita karsitaan tai budjetti ylittyy, niin emme me sitä peittele.” [17]

Kaupunkilaisten odotukset asettavat omat paineensa kaupunkiorganisaation viestinnälle. Esimerkiksi Tampereella jatkuvat rakennushankkeet nostivat pyöräilykansan tunteet kiehumispisteeseen, kun pyöräreiteistä alkoi tulla liian vaarallisia liikkujille työmaiden vuoksi. Tampereen kaupunki toteutti verkossa suoran pyöräilyillan, johon tuli ennakkoon lähes 100 kysymystä. Lisäksi chatti oli auki lähetyksen aikana.

”Ihmisille ei enää riitä se, että he voivat jättää verkossa valituksen. Heidän palveluodotuksensa on, että he saavat välittömästi tiedon siitä, mitä asialle aiotaan tehdä.” [17]

Maunu kertoo, että suorat lähetykset ovat hyvä esimerkki synergiaedusta ja yhteistyöstä Tampereen kaupungin ja paikallisen Aamulehden välillä, sillä Aamulehti on toteuttanut suoria lähetyksiä Tampereen kaupungin järjestämistä asukkaiden keskustelutilaisuuksista ja lisäksi se upottaa Tampereen kaupunginvaltuuston livelähetykset sivuilleen. Kun valtuusto käsitteli raitiovaunuliikennettä, kyseinen ”ratikkavaltuusto” sai kaupallisen median avittamana valtavan 143 000 katsojan näkyvyyden.

Tampereen kaupungin viestintäyksikössä on 14 työntekijää ja koko konsernissa noin kolmekymmentä. Sosiaalisen median laajuudesta kertoo se, että ylin johto ja

luottamushenkilöt toimivat aktiivisesti Twitterissä, Instagram-kanavia on yli 20 ja Facebookissa yli 100 eri kohderyhmille. YouTube-kanavia on neljä. Vaikka Tampere tuottaa laajasti erilaisia sisältöjä, Maunu korostaa, että työ ei ole muuttunut journalismiksi, vaan kyse on edelleen yhteisöviestinnästä. Se vaatii kuitenkin nykypäivänä aiempaa enemmän panostusta. Pelkän tiedon lisäksi hyvän on tultava näkyväksi, sillä se rakentaa yhteisöä, joka on koti kaikille. [17]

## Kuka auttaisi vapaata mediaa?

Journalistit on vuosikymmenten ajan mielletty kansalaisten saaman tiedon portinvartijoiksi, filttereiksi, jotka suodattavat hälyn ja valheiden seasta oleellisen ja tutkitun tiedon yleisölleen. Artikkelin alussa kerrottiin Uutismedian liiton tutkimuksesta, joka nostaa esille kuntaviestinnän aktiivisuuden kasvun.

Kaksi kolmasosaa kyselyyn vastanneista kaupunki- ja paikallislehtien päätoimittajista kokee, että kuntaviestinnällä on vähäisiä (47 %) tai suuria (20 %) paikallisten lehtien liiketoimintaa haittaavia vaikutuksia. Näiden vaikutusten arvellaan kuitenkin kasvavan: 81 prosenttia vastaajista katsoo kuntaviestinnän valintojen vaikuttavan vähintään hieman haittaavasti lehtien liiketoimintaedellytyksiin kolmen seuraavan vuoden aikana. [7]

Suomen Lehdistön haastattelussa Oulun kaupungin viestintäjohtaja Mikko Salmi kommentoi tutkimusta näin:

”Digitaalisuus on murtanut portinvartijuuden. Kaupallinen media pitää vähän harhaisesti kiinni siitä edelleen, mutta tiedolla ei ole monopolia”, Salmi sanoo. [18]

Kuntaliiton viestinnän erityisasiantuntija **Jari Seppälän** mielestä on arvokasta, että journalismin hyviä periaatteita ja osaamista tulee muihinkin organisaatioihin:

”Kunta on kuitenkin yhteisö, ei vain viranomainen, joka tuottaa palveluita.” [18]

Kuntaorganisaatioiden viestinnän tehostuminen on ehdottomasti kuntalaisten etu, mutta kuka auttaisi klikkinälässä kituvaa vapaata journalismia? Ranskalaisen Montesquieun vallanjako-oppi on edelleen perustavanlaatuinen osa länsimaisia demokratioita. Toimeenpano-, lainsäädäntö- ja tuomiovallan on kuuluttava eri

elimille. Ja riippumatonta journalismia harjoittava media – se neljäs valtiomahti, valvoo näitä kolmea muuta. Kaupungin kustantama media ehtii moneen, mutta itseään se ei voi valvoa.

Päivärinta Mervi, tiedottaja

Oulun seurakuntayhtymä

Isomursu Pekka, yliopettaja, tutkintovastaava

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Kaupunkimedia Mun Oulun verkkosivut 13.2.2020. Hakupäivä 5.12.2020.

<https://www.munoulu.fi/artikkeli/-/id/mun-oulu-kaupunkimedia-on-sun>

[2] Mervola, P. 2019. Lähteekö Oulu oudosti vale uutisten tielle? Pääkirjoitus.

Keskisuomalainen 31.8.2019. Hakupäivä 5.12.2020.

<https://www.ksml.fi/paakirjoitus-mielipide/2379366>

[3] Holopainen, H. 2019. Oulun kaupunki aikoo perustaa oman median:

vertaaminen journalismiin on asiantuntijoille liikaa, kaupunkilaisia risoo

esiintyminen S-ryhmän kanssa. Yle Uutiset 4.9.2019. Hakupäivä 5.12.2020.

<https://yle.fi/uutiset/3-10951808>

[4] Oulun kaupungin strategiapäällikkö Kari-Pekka Kronqvistin haastattelu

21.10.2020.

[5] Oulun kaupunki, konsernihallinto. 2019. Oulun kaupungin talousarvio 2020 ja -

suunnitelma 2021–2022. Kaupunginjohtajan esitys 8.10.2019. Hakupäivä

5.12.2020.

<https://www.ouka.fi/documents/52058/18289186/TA2020+kaupunginjohtajan+esitys+8.10.2019.pdf/419ddced-ac11-4f26-9a73-20122f09d5bd>

[6] Anne Kalliomäen Tarinakone.fi-sivusto. Hakupäivä 15.12.2020.

<https://tarinakone.fi/tarinallistaminen>

[7] Uutismedian liitto. 2020. Kuntaviestintä hakee uusia muotoja – muutokset huolestuttavat paikallisia lehtiä. Hakupäivä 5.12.2020.

<https://www.uutismediat.fi/ajankohtaista/kuntaviestinta-hakee-uusia-muotoja-muutokset-huolestuttavat-paikallisia-lehtia/>

[8] Seinäjoen kaupungin markkinointipäällikkö Anu Männikön haastattelu 22.10.2020.

[9] Seinäjoen kaupunki. Avaruuden pääkaupunki -kampanjasivut. Hakupäivä 12.5.2021. <http://www.capitalofspace.com/fi/>

[10] Männikkö, A. Avaruuden pääkaupunki valloittaa maailmaa. Blogikirjoitus 1.1.2019. Hallintoakatemia verkkosivut. Hakupäivä 5.12.2020.

<https://hallintoakatemia.fi/avaruuden-paakaupunki-valloittaa-maailmaa>

[11] Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen, 44. Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum Media Oy.

[12] Turun kaupunki. 2019. Turun brändikäsikirja. Versio 08/2019. Hakupäivä 23.10.2020.

[https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//turun\\_brandikasikirja\\_2019.pdf](https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files//turun_brandikasikirja_2019.pdf)

[13] Turun kaupungin markkinointipäällikkö Juha Elon haastattelu 23.10.2020.

[14] Jyväskylän kaupungin viestintäjohtaja Emmi Palokankaan haastattelu 29.10.2020.

[15] Jyväskylän kaupunki. Jyväskylä-brändi. Hakupäivä 29.10.2020.

<https://www.jyvaskyla.fi/viestinta/jyvaskyla-brandi%E2%80%8B>

[16] Tampereen kaupunki. Tampere.Finland-brändikonsepti. Hakupäivä 22.10.2020. <https://www.tampereenbrandi.fi/brandi.html>

[17] Tampereen kaupungin viestintäjohtaja Anna-Maria Maunun haastattelu 22.10.2020.

[18] Virranta, R. 2020. Kunnat tuottavat paikallisten julkkisten haastatteluja ja raportoivat tapahtumista – Onko se niiden tehtävä? Suomen Lehdistö, Uutiset 3.12.2020. Hakupäivä 4.12.2020. <https://suomenlehdisto.fi/kunnat-tuottavat-paikallisten-julkkisten-haastatteluja-ja-raportoivat-tapahtumista-onko-se-niiden-tehtava/>

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Päivärinta Mervi, Isomursu Pekka

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541146>

**Tiivistelmä:** Tässä artikkelissa syvennytään kaupunkiorganisaatioiden viestinnän muutokseen. Kimmokkeena tekstile toimi Oulun kaupungin julkaisema kaupunkimedia Mun Oulu, joka herätti jo ennen syntymäänsä tiukkaa keskustelua siitä, millaista verovaroin tuotettu sisältö voi olla – tai saa olla.

# Aikakoneella menneisyyteen – tarinalla tulevaisuuteen

4.10.2021 - Latvamäki Johanna, Isomursu Pekka

**Millaisia kokemuksia museoalan ammattilaisilla on opastettujen museokierrosten tarinallistamisesta? Tätä asiaa pohditaan artikkelin haastatteluissa usean museon ja toimijan näkökulmasta.**



Tarinallistettuja museokierroksia on saatavilla jo suuressa osassa Suomen ammatillisesti hoidettuja museoita. Suomen museoliitto toteutti hankkeen nimeltään ”Tarinat peliin – toimintamalli museosisältöjen tarinallistamiseen, tuotteistamiseen ja yhteistyöhön”. Yhteistyökumppanina hankkeessa oli Kajaanin ammattikorkeakoulu ja se toteutettiin vuosien 2017–2019 aikana. [1] Osallistuin itse hankkeen yhteen työpajaan ollessani töissä amanuenssina Tornionlaakson



maakuntamuseossa. Työpajan jälkeen jäin pohtimaan tarinallistamisen syntyprosesseja eri museoissa ja varsinkin tarinallistamista museo-opastuksen näkökulmasta.

Artikkelia varten olen haastatellut Museo- ja tiedekeskus Luupin museolehtori **Arja Keskitaloa** [2] Pohjois-Pohjanmaan maakuntamuseosta, Tornionlaakson museon johtajaa **Minna Heljalaa** [3] sekä Museo- ja tiedekeskus Luupin Turkansaaren ulkomuseon museoemäntä **Salla Mäntyniemeä** ja museolehtori **Karoliina Auteretta** [4]. Museoalan ammattilaiset pohtivat tarinallistamista kulttuurihistoriallisissa museoissa useista eri näkökulmista.

## Piika Heta apteekkimatkalla

Pohjois-Pohjanmaan museossa on tarinallistettu muun muassa ”Piika Hetan apteekkimatka”. Tarina oli tilaustyö päiväkotiryhmälle, joka kävi tutustumassa museon näyttelyyn tarinan avulla. Opastetun kierroksen pituus oli 30 minuuttia, ja siinä oli mukana kolme museon henkilökunnan jäsentä, joista yksi oli piika Heta, toinen hieno neiti ja kolmas apteekkari Hasselblatt. Opastus oli kirjoitettu näytelmän muotoon, ja oppaat olivat pukeutuneet rooliasuihin. Päiväkotiryhmä kulki näyttelyssä museonhenkilökunnan eli tässä tapauksessa näyttelijöiden mukana. Tarinaan oli ujutettu mukaan faktoja Oulun historiasta ja entisten aikojen asukkaista.

Pohjois-Pohjanmaan museon museolehtori Keskitalo ja tarinaan osallistunut museonhenkilökunta olivat innostuneita tarinaa suunniteltaessa ja toteutettaessa. Ryhmän antamaa palautetta ei kuitenkaan Keskitalon mukaan saanut tulkittua eikä aikuisten reaktioita tarinan onnistumiseen saanut luettua heidän olemuksestaan. Tämä ei omalta osaltaan innostanut tarinan jatkamista tulevaisuuden opastetuilla kierroksilla, vaan kokeilu jäi kertaluonteiseksi.

Tarinallistaminen vaatii museonhenkilökunnalta Keskitalon mukaan paljon aikaa ja resursseja. Opastetut kierrokset pitäisi osata hinnoitella oikein sekä markkinoida ja myydä eri kohderyhmille. Keskitalon mielestä tarinamuotoinen opastaminen vaatii myös tietynlaista persoonaa. Ulospäin suuntautunut, näyttelästä kiinnostunut

henkilö voisi tarinan keinoilla saada avattua eri lailla esimerkiksi Pohjois-Pohjanmaan perusnäyttelyä opastamalla eri aikakausien interiöörejä.

Keskitalo pitää tarinallistaminen-sanaa osittain ongelmallisena. Sanasta on muodostunut viime vuosina melkoinen trendi eri yritysten, organisaatioiden ja yksityishenkilöiden toiminnassa. Onko kyseessä siis kertomus tai satu? Miten voidaan välttää asioiden vääristyminen, faktan ja fiktion sekoittaminen tarinallistetussa museo-opastuksessa? Keskitalon mukaan opastettu ryhmä koostuu erilaisista oppijoista. Tarinallistettu opastus voi pahimmassa tapauksessa sekoittaa faktaperäisen oppijan ajatukset ja ja opittavan kokonaisuuden, jolloin asian ydin saattaa kadota.

Tarinallinen muoto ei siis välttämättä sovi kaikkiin ympäristöihin tai kaikenlaisille museokävijöille. Keskitalo painottaakin, että oppaan rooli tarinallisessa museokierroksessa on hyvin merkittävä. Usein vasta opastustilanteen aikana huomaa sen, miten tarina toimii, ja miten sitä tulisi muuntaa ryhmältä siinä hetkessä saadun palautteen mukaan.

Tarina antaa kuitenkin Keskitalon mielestä paljon mahdollisuuksia museoiden toimintaan. Hän pitää tarinallistettujen sisältöjen luomista mielenkiintoisena ja antoisana. Asiantuntevan ja eläytyvän oppaan avulla voidaan myös tavoittaa erilaisia kävijäryhmiä, kuten tykyläisiä ja koululaisia. Arja Keskitalo kertoo, että tarina voi imaista kuulijansa mukaan, ja tarinalle on selvästi ollut tarvetta museon kaltaisissa oppimisympäristöissä. Tarina mahdollistaa sen, että oppaan rooli on erilainen kuin perinteisemmässä museo-opastuksessa. Opas toimii tarinaa kertoessaan entistä enemmän tiedonvälittäjän roolissa.

## Lentonoitია ja kauniita kummituksia

Minna Heljala kertoo, että heidän museossaan on tarinallistettu useitakin asioita ja havainnollistettu asiaa viime aikoina vedettyjen kummitustarinoiden kautta. Kierrosten nimi on ollut Lentonoitია ja kauniita kummituksia. Idea kierrokseen syntyi, kun museolla on oma kummitus Sylva ja siitä kyseltiin useasti. Samoin uusittuun perusnäyttelyyn otettiin esille paikallinen noita Pistokoski. Näistä syntyi idea teemakierrosten tekemiselle.

Heljala toteaa, että tarinallisia opastuksia on pidetty museon omissa tiloissa. Kierroksen aikana kerrotaan kolme tai neljä tarinaa: tarina kummittelevasta Sylvasta, noita, parantaja, näkijä Pistokoskesta, Rovän äijästä sekä aikanaan kyliä kierrelleestä persoonallisuudesta Kalkkipapista. Opastuskierroksen aikana osallistujat istuvat yhdessä ringissä, jonka keskellä on kynttilöitä. Joskus opas on jopa pukeutunut vanhan ajan asuun. Tornionlaakson maakuntamuseon perusnäyttelyssä on Pistokoskeen liittyviä esineitä, ja ne katsotaan kierroksen lopuksi. Kummituskierroksen kohderyhmänä ovat yli 15-vuotiaat museokävijät.

Heljala toteaa, että tarinallistaminen ei ollut vaikea tai monimutkainen prosessi, koska tarinan aiheet olivat jo valmiiksi olemassa. Tarinan ydinviestinä hän pitää tornionlaaksolaisia uskomustarinoita. Heljalan mukaan taikausko elää yhä vahvana pohjoisessa. Tarinallistaminen on valittu Heljalan mielestä opastuksen keinoksi siitä syystä, että uskomustarinoita on vaikea esittää muuten kuin tarinoiden keinoin.

Oppaan ja kävijän välistä vuorovaikutusta pohdittaessa Heljala toteaa, että kävijät pääasiassa kuuntelevat, mutta loppua kohden mennään keskustelempaan suuntaan. Lopuksi pohditaan noituutta, kummituksia ja erilaisuuden kohtaamista. Faktan ja fiktion erottamisen suhteen Heljala näkee asian niin, että ensin kerrotaan tarinat ja sen jälkeen pohditaan yhdessä asiaa todellisuuden ja tämän päivän valossa. Hän on opastanut itse useita ryhmiä ja kokenut kierrokset positiivisina uskoen samalla, että ryhmät ovat olleet tyytyväisiä opastuksiin. Hän toteaa, että lopussa vastuu jää kuulijalle ja tarinat viedään lopuksi kevyemmälle tasolle.

Heljala näkee, että tulevaisuudessa näillä teemaopastuksilla on varmasti kysyntää ja uskoo, että ne lisääntyvät. Heljala ei ajattele, että tarina keinona olisi liian viihteellinen museoympäristöön vaan toteaa, että museoympäristö ei ole vakava asia vaan tarinoilla saadaan näyttelyt elämään.

## Martan ja Olavin matkassa

Turkansaaren ulkomuseossa on tarinallistettu Luuppireittiin liittyen museo-opastus 2.-luokkalaisille. Luuppireitti on Museo- ja tiedekeskus Luupin koululaisille suuntaama kulttuuri- ja tiedekasvatusohjelma. [5] Martan ja Olavin fiktiivisessä tarinassa tutustutaan lasten elämään noin 100 vuotta sitten. Kierros sisältää kuusi

eri pistettä, joissa luetaan tarinaa ja tehdään toiminnallisia ja osallistavia tehtäviä tai keskustellaan eri aiheista. Opastus tapahtuu Turkansaaren ulkomuseon pihapiirissä, ja siinä tutustutaan muun muassa maatalon arkeen, savupirttiin, erilaisiin askareisiin ja maanviljelyyn. Oppaalla on opastuskierroksella mukanaan tarinavihko, ja hän on pukeutunut vanhanajan emännän vaatteisiin.

Museoemäntä Salla Mäntyniemen mukaan tarinan valinnassa taustalla ovat muun muassa museon resurssit. Tarina mahdollistaa oppaiden perehdyttämisen nopeassakin aikataulussa ja helpottaa opastamista. Jopa opettaja voisi itse kiertää museokierroksen lasten kanssa tarinan avulla. Mäntyniemen mukaan tarinallistaminen ei ollut monimutkainen prosessi, koska samaa sisältöä oli käytetty jo aiemmin ja tarinan runko oli jo valmiiksi olemassa. Tarinan avulla lapsille halutaan kertoa, millaista lapsen elämä oli noin 100 vuotta sitten. Tarina on tehty lasten näkökulmasta lapsille.

Tarina tapahtuu Turkansaaren ulkomuseon pihapiirissä talonpoikaisympäristössä. Tarinassa hahmoina toimivat 10-vuotias Martta, 8-vuotias Olavi, Vauva Helvi, Piika ja Anna-mummo. Kierroksen alussa katsotaan vanhaa valokuvaa, jossa on kuvattuna kuvitteellinen perhe. Hahmot ovat avainasemassa tarinassa. Oppaalla on päällään vanhanajan vaatteet. Esimerkiksi navettaan on tuotu vanhoja maitotalouden museoesineitä, kuten kirnu ja pääläri sekä nykyajan tuotteita, kuten tyhjiä margariinirasioita ja maitopurkkeja. Vertailun avulla lapsille avataan, millaista oli ennen ja millaista on nyt.

Rekvisiitta on tärkeä ja olennainen osa Turkansaaren tarinallistettua museokierrosta. Vertailun avulla vierailta tuntuviin asioihin saadaan nykypäivän yhteys. Ennen korona-aikaa lapset pukivat opastuskierrokselle päälleen huivit (tytöt) ja liivit (pojat). Vaatteet tarjosivat Autereen mukaan yhden keinon kuvitteelliseen maailmaan siirtymisessä. Keskustelimme myös konkreettisesta aikamatkalle lähdöstä, metodista millä eri aikakauteen matkustetaan, esimerkiksi kääntymällä ympäri, jonka jälkeen lapsi astuu kuvitteelliseen maailmaan. Tarinan kohderyhmänä ovat 2.-luokkalaiset. Tarina voisi Mäntyniemen ja Autereen mielestä toimia myös eskarilaisille, sekä 1.-luokkalaisille ja 3.–4.-luokkalaisille.

Museolehtori Autere huomauttaa, että lapsi pystyy samaistumaan tarinan avulla uuteen tietoon paremmin. Opastuksen metodien avulla lapsille annetaan työkalut käsitellä uutta tietoa. Pienellä lapsella käsitys muotoutuu oman kokemuspiirinsä kautta. Opastuksen alussa tulee kertoa taustaa, tuoda selväksi se, että nyt ollaan museoympäristössä. Lapselle annetaan draamallisissa opastuksissa ensin työkalut käsitellä siirtymää todellisuudesta tarinan maailmaan.

Mäntyniemen mukaan tarinan avulla opastaminen on erilaista kuin normaali opastaminen. Tarina on kevyempi tapa. Hän toteaa, että haasteena saattaa olla se, pitäytyykö opas liikaa tarinassa, eläytyykö hän siihen vai lukeeko hän vain tekstiä suoraan tarinavihkosta. Mäntyniemen mielestä tarinallistetussa opastuksessa oppaan täytyy laittaa itsensä peliin.

Auterekin kokee, että tarina on museoon sopiva metodi ja opastaminen on antoisaa. Hän jatkaa, että ”tarinan avulla pääsee luomaan eri tavalla yhteyksiä. Tarina on inhimillinen tapa kertoa lapsille aidoista ihmisistä ja historiallisista tapahtumista, myös fiktiivisten henkilöiden kautta. Riskinä voi olla se, miten yleisö hahmottaa tarinan. Tarina pitää olla hyvin tehty, jotta sen väriskaala ei jää liian kapeaksi.”

Museokierroksen ei haluta nykypäivänä olevan passiivinen tapahtuma kävijälle, vaan museovieras osallistetaan usein mukaan toimintaan. Opastetut kierrokset voivat olla toiminnallisia tai ainakin keskustelevia, jolloin kävijän rooli muuttuu passiivisesta aktiivisemmaksi. Autereen mukaan oppaan on otettava huomioon se, että miten hän vastaa kierroksella esitettyihin kysymyksiin: rikkooko hän tarinan illuusion vai onnistuuko hän pysyttelemään roolissaan?

Tarinallistetun museokierroksen kokemus on Autereen mielestä persoonariippuvaista. Valinta tulee jättää asiakkaalle: joku haluaa eläytyä ja lähteä mukaan tarinaan, toinen haluaa jäädä tarinan ulkopuolelle. Osallisuus kierroksella riippuu ihmisestä, ja oppaan tulee kunnioittaa maksavan asiakkaan toiveita.

Autere pohtii lisäksi seuraavaa:

Tarinallistamisessa on otettava huomioon myös eettiset haasteet. Museo nähdään usein auktoriteetin asemassa historiallisen tiedon välittämisen suhteen, ja museonhenkilökunta on avainasemassa esimerkiksi opastettujen kierrosten kautta siinä, mitä tietoa yleisölle

annetaan. On hyvä muistaa, että ei ole olemassa ainoaa totuutta, ei yhtä ainoaa historiaa, vaan ihmiset kokevat asiat hyvin eri tavoin. Museoalan ammattilaisten tehtävänä on antaa lapsille työkalut, joiden avulla he pystyvät käsittelemään ja ymmärtämään sitä, tapahtuiko asia oikeasti vai ei, mikä on faktaa ja mikä fiktiota.

Tarinallistetut museokierrokset tulevat Autereen mukaan lisääntymään tulevaisuudessa ja niille on selkeää tilausta. Kyse on hänen mukaansa osin yhteiskunnassamme tapahtuvasta kulutuksen murroksesta ja siitä, miten ihmiset haluavat käyttää aikaa ja rahaa. Museokäynnit ovat lisääntyneet Suomessa viime vuosina voimakkaasti, ja museoiden on vastattava ihmisten tarpeisiin ja tuotettava uudenlaisia elämyksiä. Turkansaaren ulkomuseon henkilökunnan mukaan tarina on valittu opastuksen keinoksi, koska se on toimiva ja mukava tapa kertoa tietoa lapsille ja tarinallinen opastus tuo lapsille samaistumispintaa ja antaa työkaluja käsitellä uutta tietoa. Kävijöiltä saatu palaute on ollut positiivista ja hyvää.

Autere on pohtinut paljon sitä, voiko tarina keinona olla liian viihteellinen museoympäristössä. Missä menee viihteellisyyden raja? Hän kysyykin, nähdäänkö museo auktoriteettina, joka kertoo totuuden? Onko museo tällainen auktoriteetti? Tarinallistamisen voi tehdä monella eri tapaa, esimerkiksi kummituskierrokset kuuluvat Autereen mukaan osin folkloren piiriin ja ovat osa suullista perintötietoa.

## Lopuksi

Olen itse opastanut tarinallistettua museokierrosta Turkansaaren ulkomuseossa Luuppireittiin liittyen. Tarina antoi minulle oppaana raamit siihen, miten sain luotua lapsille helposti samaistuttavan tarttumapinnan menneisyyteen. Omien kokemusteni pohjalta minun on helppo yhtyä museoalan ammattilaisten näkemyksiin tarinan ja museo-opastusten suhteen. Kuten museolehtori Arja Keskitalo totesi, tarina voi imaista kuulijan mukaansa. Levoton ryhmä rauhoittui, kun eräs lapsi totesi luokkakavereilleen: ”Olkaa hiljaa, haluan kuulla, miten tarina jatkuu.”

Tornionlaakson museonjohtaja Minna Heljala puolestaan kertoi, että ”tarinallistaminen ei ollut vaikea tai monimutkainen prosessi, koska tarinan aiheet olivat jo valmiiksi olemassa”. Myös tästä näkemyksestä on helppoa olla samaa mieltä. Kun museo-objekti tulee kokoelmiin, on sen yksi tärkeimmistä

valintaperusteista kontekstitiedot. Kuka esimerkiksi esinettä on käyttänyt, miksi, milloin ja missä se on valmistettu? Vanha puurasia on aivan eri asia kuin tietäjä Pistokosken vanha puurasia. Museonäyttelyt koostuvat usein esineistä, kuvista ja arkistoaineistosta, nykyään myös liikkuvasta kuvasta ja äänestä. Näistä muodostuvat museonäyttelyn punaiset langat, tarinat, joita välitetään opastuksien avulla museovieraille.

Turkansaaren ulkomuseon museolehtori Karoliina Autereen mukaan näyttelyjen tarinallistaminen tarvitsee tulevaisuudessa tällaisen punaisen langan, kokonaisuuden jota ajatellaan uudella tavalla. Osallistuminen ja tarinallistaminen tulevat olemaan osana koko näyttelyä. Tieto ei ole vain ylhäältä alaspäin annettua, vaan kävijä on aktiivinen osallistuja. Monimediallisuus tulee lisääntymään myös museoiden tarinallistetuissa opastuskierroksissa. Museo osallistuu yhteiskunnalliseen keskusteluun aktiivisesti ja peilaa yhteiskunnalliset murrokset omaan toimintaansa esimerkiksi lisäämällä tarinallistettuihin museokierrokseen myös videokuvaa ja äänimaailmoja.

Autere pohtii lisäksi, miten museot joutuvat miettimään myös esimerkiksi tuotteistamista, miten kapitalistinen maailma istuu museomaailmaan.

”Tulevaisuuden museo on vahvasti ajassa kiinni myös tarinallistamisen osalta. Museo ymmärtää uudet tuulet, monimediaisuuden ja ihmisten muuttuvan tavan hahmottaa maailmaa ja hakea tietoa.”

Opastaessani Turkansaarella jäi erään lapsen kommentti minulle elävästi mieleen. Hän kysyi, miksi ei voida vaan keksiä aikakonetta, jolla pääsee menneisyyteen kulkemaan Martan ja Olavin perässä ja katsomaan miten he elivät, eikä tarvitsisi kuunnella tätä typerää tarinaa? Kysymykseen tiivistyy paljon menneestä ja tulevasta sekä tarinan uhista ja mahdollisuuksista. Ennen aikakoneen keksimistä tarina tarjoaa kuitenkin museo-opastuksissa enemmän mahdollisuuksia kuin uhkia sen suhteen, miten historiaa luetaan.

Latvamäki Johanna, vaalikoordinaattori

Oulun Vasemmistoliitto

Isomursu Pekka, yliopettaja, tutkintovastaava  
Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Suomen museoliitto. Tarinat peliin. Hakupäivä 16.12.2020.

<https://museoliitto.fi/tarinatpeliin>

[2] Arja Keskitalo. Avoin haastattelu, Pohjois-Pohjanmaan maakuntamuseo  
20.10.2020.

[3] Minna Heljala. Sähköpostihaastattelu 2.11.2020.

[4] Salla Mäntyniemi ja Karoliina Autere. Teams-haastattelu 30.10.2020.

[5] Oulun kaupunki. Luuppireitti. Hakupäivä 16.12.2020.

<https://www.ouka.fi/oulu/luuppi/luuppireitti>

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Latvamäki Johanna, Isomursu Pekka

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541147>

**Tiivistelmä:** Millaisia kokemuksia museoalan ammattilaisilla on opastettujen museokierrosten tarinallistamisesta? Tätä asiaa pohditaan artikkelin haastatteluissa monesta eri näkökulmasta.



# Toimiva työyhteisöviestintä tuloksellisuuden ja työviihtyvyyden keskiössä

4.10.2021 - Aho Anne, Aho Maarit, Isomursu Pekka

**Työyhteisöviestinnällä tarkoitetaan organisaatioiden sisällä tapahtuvaa tiedon ja kokemusten vaihtoa ja keskustelua, jota tarvitaan tehtävistä ja velvoitteista suoriutumiseen. Artikkelissa selvitetään, miten työyhteisöviestintä toimii kahdessa Suomen parhaat työpaikat 2020 -tutkimuksessa menestyneessä yrityksessä muutenkin kuin yksipuolisena tiedon jakamisena ja miksi henkilöstön sitouttaminen siihen on koettu molemmin puolin kannattavana.**

Työyhteisöviestintää kutsutaan myös sisäiseksi viestinnäksi. Vuorovaikutuksellisella viestintäkulttuurilla luodaan me-henkeä ja yhteisöllisyyttä sekä yhteenkuuluvuuden kokemusta. [1] Vaikka työyhteisön kaikki jäsenet eivät olisikaan viestinnän ammattilaisia, tulisi jokaisen silti osallistua työyhteisöviestintään ainakin kysymällä ja ottamalla asioista selvää sekä jakamalla omia ajatuksia. [2]



## Vastuuta ei voi ulkoistaa

Markkinointitoimisto Aava & Bangissa työntekijöiden osallistaminen viestintään on luonteva tapa toimia. Henkilöstöjohtaja **Hanne-Mari Miskalan** mukaan työntekijät ovat sisäisen viestinnän käytäntöjen ja yhteisen suunnan avulla sitoutuneempia ja innostuneempia työstä.

”Osallistamisen kokemus saa tuntemaan, että omalla tekemisellä voi vaikuttaa. Parhaimmillaan se saa ottamaan vastuuta ja viemään asioita eteenpäin. Kun tuntee voivansa vaikuttaa, tyytymättömyyttä on vähemmän. Osallistaminen vaatii kuitenkin paljon aikaa ja tietoista ylläpitoa”, Miskala kertoo.

Projektipäällikkö **Taru Latvala** kokee sisäisen viestinnän toimivan hyvin noin 40 työntekijän yrityksessä, joka toimii kolmella paikkakunnalla.

”Koen, että meillä kaikilla on yhtäläiset mahdollisuudet osallistua, oli millä toimistolla tahansa. Välineet ja tavat viestiä ovat kaikille tutut. Meillä on hyvin jalkautettu se, että jokaisen tehtävänä on huolehtia sisäisestä viestinnästä.”

Miskala kertoo jatkuvan vuoropuhelun olevan kaiken tekemisen ja kehittymisen mallina.

”Korostamme sitä, että jokaisella työntekijällä on vastuu sisäisestä viestinnästä. Kaikkien tulee pitää toiset kartalla, vaalia hyvää ilmapiiriä ja auttaa kaveria onnistumaan. Sitä ei voi ulkoistaa keneltäkään.”

Latvala kokee kaikkien osallistuvan sisäiseen viestintään.

”Osa on toki aktiivisempia kuin toiset. Itse osallistun esimerkiksi tiimin chatissa, somessa ja palavereissa. Priorisoin yhteisiä hetkiämme ja pyrin olemaan paikalla, vaikka olisi kiire.”

Hän näkee myös johdon roolin tärkeänä.

”Johdon tulee olla aktiivinen viestinnän mahdollistamisessa ja johtaa omalla esimerkillä viestimällä avoimesti, olemalla läsnä ja rohkaisemalla viestimään”, Latvala sanoo.

Miskalan mukaan johdon tehtävänä on luoda raamit, priorisoida kehittyminenalueet sekä ylläpitää sovittuja käytänteitä ja varmistaa sovitun mallin mukaisesti toimiminen.

## Psykologinen turvallisuus on tärkeää

Latvalan mukaan lähtökohtana hyvälle sisäiselle viestinnälle on se, että välineet ja kanavat ovat toimivia ja niiden käyttöön perehdytetään kunnolla, jotta viestintä ei jää kiinni osaamisesta tai uskaltamisesta.

”Meillä myös psykologinen turvallisuus koetaan tärkeänä, ja mielestäni se toteutuu hyvin. Sillä on iso merkitys toimivan sisäisen viestinnän rakentamisessa.”

Miskalan mukaan tärkeää on se, että työntekijät ovat menossa yhteiseen suuntaan samalla arvopohjalla.

”Haluamme hyödyntää jokaisen vahvuudet ja antaa jokaiselle mahdollisuuden osallistua omalla tavallaan.”

Jotta työntekijät haluavat osallistua, heidän on koettava saavansa siitä jotain arvoa.

”Iso kannustin on se, että kaikki osallistuvat aktiivisesti keskusteluun, esiin nousevat asiat menevät eteenpäin ja niihin reagoidaan niiden vaatimalla tavalla. Meillä on myös tosi tärkeässä roolissa arjen ilojen ja onnistumisten jakaminen”, Latvala kertoo.

## Työntekijä haluaa tulla kuulluksi ja huomioiduksi

Koronapandemian takia etätöihin siirtyminen korosti sisäisen viestinnän merkitystä.

”Monet sisäisen viestinnän käytänteistämme perustuvat yhteisiin hetkiin toimistolla. Kun emme ole voineet nähdä, meidän on pitänyt miettiä yhteisöllisyyttä ylläpitävät käytännöt uusiksi. Saamme voimaa kasvokkain kohtaamisista, ja niiden puute on vaikuttanut työyhteisöömme”, Miskala sanoo.

Etätöihin siirtyminen kuitenkin tehosti yrityksen sisäistä viestintää.

”Tieto on liikkunut vahvemmin toimistojen välillä, kun se on tuotu digikanaviin. Kävimme myös hyviä keskusteluita siitä, miten mahdollistaa kohtaamiset etäaikana. Niistä kehittyivät esimerkiksi etäaamukahvit ja -after workit”, Latvala kertoo.

Aava & Bang valittiin vuonna 2020 Great Place to Work -listauksessa Suomen parhaaksi ja Euroopan kolmanneksi parhaaksi työpaikaksi pienten organisaatioiden sarjassa.

”Vaikka tuntuu, että kaikki on aina kesken ja kaiken voisi tehdä paremmin, olen ylpeä näistä palkinnoista. Ne ovat osoitus siitä, että olemme jo tehneet jotain oikeaan suuntaan”, Miskala sanoo.

Latvala on työntekijänä tyytyväinen yrityksen sisäiseen viestintään.

”Tuntuu, että minut on kuultu ja huomioitu ja olen arvostettu. Ne ovat työpaikan peruspilarit. Etätöidenkin aikana sisäinen viestintä on säilynyt aitona, toimivana ja ajantasaisena. Siitä huomasi, että meillä on panostettu siihen jo etukäteen.”



## Linnanmäellä työyhteisöviestintää ohjaavat arvot ja yhdessä tekeminen

Linnanmäen markkinointiviestintäjohtaja **Rilla Engblom** kertoo heillä työyhteisöviestinnän tarkoittavan muun muassa Lintsi-hengen luomista. Linnanmäki on Suomen vanhin huvipuisto, jonka henkilökunta koostuu noin 70 vakituisesta työntekijästä ja jopa noin 600 kausityöntekijästä. Engblom korostaakin, että työntekijöiden on tärkeää tietää omat tehtävänsä ja vastuunsa, mutta myös mitä muualla työyhteisössä tapahtuu.

”Johdon näkökulmasta yksi työyhteisöviestinnän tärkeimmistä tehtävistä on viestiä olemassaolon syistä ja tärkeydestä, jotta jokainen ymmärtäisi niin sanotun ison kuvan eli Linnanmäen mission (kerätä varoja lastensuojelutyölle), vision ja strategiset painopistealueet. Arvomme ohjaavat viestintäämme vuorovaikutukselliseen suuntaan, kuten että olemme hupimestareita, pelaamme

yhdessä, kehitämme intohimoisesti, hauskuutamme vastuullisesti”, Engblom kuvailee.

HRD-asiantuntijana (Human Resource Development) Linnanmäellä työskentelevä **Jukka-Pekka Kantala** vahvistaa Engblomin näkemyksiä kertomalla, että heillä arvot ja strategia näkyvät jokapäiväisessä viestinnässä. Keskeisimmäksi linkiksi Kantala mainitsee niin sanotun avoimet ovet -ajattelun, eli helposti lähestyttävät esimiehet kautta linjan, jolloin mahdollisuus kaksisuuntaiseen dialogiin on aina olemassa.

”Kaksisuuntainen viestintä on keskeinen osa työyhteisössä toimimista. Se toimii palautteena myös johdon suuntaan.”

Keinoiksi vuorovaikutuksellisen viestintäkulttuurin rakentamiseen Kantala vinkkaa työyhteisön oman kielen, kuten sanonnat ja termit, osallistumisen huomioimisen, palkitsemisen sekä viestintäalustan helppouden ja sopivuuden kyseessä olevalle työyhteisölle. Linnanmäellä onnistuneista vuorovaikutuskanavista Kantala mainitsee ”chättilän”, joka toimii aktiivisena keskustelupalstana intrassa koko työyhteisön kesken, asemaan, nimikkeeseen tai työuran keston katsomatta. Linnanmäellä on käytössä myös ihan omaa sisäpiiritermistöä, kuten työhuvinvointi, Lintsi-henki ja hupimestarit.

## Johtamiseen on löydyttävä intohimoa ja aikaa

Engblom kertoo, että Linnanmäellä johtamistyöhön ja johtamiseen on panostettu.

”Parhaimmillaan esimiesten ajasta puolet tulisi käyttää johtamiseen, kuten työn ohjaamiseen, palavereihin, kehityskeskusteluihin, yhteisiin kahvihetkiin ja yleisesti läsnäoloon. Arvostuksen kokemus syntyy läsnäolosta ja kiireettömyyden tunteesta.”

Linnanmäen työntekijöillä on monia eri mahdollisuuksia osallistua työyhteisöviestintään sekä myös sen kehittämistyöhön.

”Organisaatiomme luonne niin kutsuttuna kausiorganisaationa edellyttää erilaisia työkaluja ja keinoja. Keskiössä ovat kuitenkin olleet yhteiset tapaamiset, joissa viesti liikkuu molempiin suuntiin ja osallistuminen on koettu luontevaksi”, Kantala kertoo.

Engblom uskoo hyvän viestinnän parantavan työtyytyväisyyttä, työmotivaatiota ja työhyvinvointia.

”Uskomme, että hyvän viestinnän kautta parannamme työntekijäkokemusta, joka taas vaikuttaa suoraan asiakaskokemukseen. Linnanmäellä tietoa ei säännöstellä, vaan keskeneräisistäkin asioista viestitään luottamuksella, jotta asioihin osataan varautua ja osallistua niiden suunnitteluun”, Engblom sanoo.

Haasteeksi hyvän työyhteisöviestinnän toteuttamiseen Engblom mainitsee ajanpuutteen.

”Nopea ja ketterä päätöksenteko haastaa viestinnän tavoittamaan henkilöstön ajantasaisesti ja yhtäläisesti. Fyysiset kohtaamiset ja tapahtumat ovat meillä merkittävässä roolissa, sillä esimerkiksi puhelimen käyttö kesken asiakaspalvelutyön huvipuistossa saattaa olla turvallisuusriski ja sen käyttö siksi kiellettyä joissain työtehtävissä, kuten esimerkiksi huvilaitetyöntekijöillä kesken laiteajojen.”

”Koronan myötä tullut kulttuurimuutos yhdessä tekemiseen ja tapaamiseen asetti haasteita. Poikkeuksellisessa pandemia- ja etätyötilanteessa opittiin kuitenkin paljon uusista tavoista tehdä työtä yhdessä digitaalisesti ja huomattiin myös tiettyjen kanavien hyödyllisyys ja tehokkuus”, Engblom toteaa.

”Keskeisin muutos korona-aikana oli digiloikka etätöihin siirryttäessä. Mutta vaikka yhdessä oleminen ja yhdessä tekeminen on muuttunut, on vuorovaikutuksellisuus säilynyt läpi koronankin”, Kantala kiteyttää.

## Työyhteisöviestintä edellyttää avointa vuorovaikutusta työntekijöiden ja johdon välillä

Haastatteluiden pohjalta on kiistatta selvää, että toimiva työyhteisöviestintä koetaan organisaatioissa motivaation ja yhteishengen kohottajana. Vuorovaikutuksellisen organisaatiokulttuurin syntyminen ei kuitenkaan ole itsestään selvää, vaan siihen tarvitaan työyhteisön tueksi viestinnän ammattilaisia sekä johdon esimerkkiä ja läsnäoloa.

Korona on haastanut työyhteisöjä viemällä aiemmin hyväksi koetut fyysiset tapaamiset verkkoon. Siitä on kuitenkin opittu uuttakin. Digitaaliset työvälineet ovat tulleet kertaheitolla tutummiksi, ja tiedon liikkuminen on tehostunut.

Aho Anne, viestintäasiantuntija

Oulun ammattikorkeakoulu, Viestintä, markkinointi ja yhteiskuntasuhteet -tiimi

Aho Maarit, viestintäasiantuntija

Suomen Pankki

Isomursu Pekka, yliopettaja, tutkintovastaava

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## **Lähteet**

[1] Juholin, E. 2017. Communicare! Viestinnän tekijän käsikirja, 47–48. Turenki: Infor.

[2] Työturvallisuuskeskus. 2016. Työyhteisöviestinnällä hyvinvointia. 2. uud. p. Hakupäivä 16.11.2020.

[https://ttk.fi/files/5128/TTK\\_Tyoyhteisoviestinnalla\\_hyvinvointia\\_2016.pdf](https://ttk.fi/files/5128/TTK_Tyoyhteisoviestinnalla_hyvinvointia_2016.pdf)

## **Haastattelut**

Engblom, R. 2020. Markkinointiviestintäjohtaja. Linnanmäki. Haastattelu 30.11.2020.

Kantala, J-P. 2020. Human Resource Development. Linnanmäki. Haastattelu 28.11.2020.

Latvala, T. 2020. Projektipäällikkö. Aava & Bang Oy. Haastattelu 30.10.2020.

Miskala, H-M. 2020. Henkilöstöjohtaja. Aava & Bang Oy. Haastattelu 30.10.2020.



## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Aho Anne, Aho Maarit, Isomursu Pekka

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541148>

**Tiivistelmä:** Työyhteisöviestinnällä tarkoitetaan organisaatioiden sisällä tapahtuvaa tiedon ja kokemusten vaihtoa ja keskustelua, jota tarvitaan tehtävistä ja velvoitteista suoriutumiseen. Artikkelissa selvitetään, miten työyhteisöviestintä toimii kahdessa Suomen parhaat työpaikat 2020 -tutkimuksessa menestyneessä yrityksessä muutenkin kuin yksipuolisena tiedon jakamisena ja miksi henkilöstön sitouttaminen siihen on koettu molemmin puolin kannattavana.

# Onko humanisti tulevaisuuden insinööri?

4.10.2021 - Kemppainen Katariina, Isomursu Pekka

**Digitalisaatio läpäisee parhaillaan yhteiskunnallisia rakenteita. Valtiovallan toimeenpanolla on tehty periaatepäätökset julkishallinnollisen avoimen tiedon jakamisen ja laajan saavutettavuuden toteuttamiseksi. Taidemuseot ovat innokkaasti mukana ottamassa käyttöön ajanmukaisia keinoja ja madaltamassa näin toiminnallaan eri lähtökohdista olevien ihmisten kynnystä tutustua uudenlaisiin tapoihin käyttää julkisia palveluita. Taidemuseoiden sisältötuotannossa työskentelevillä on tyypillisesti vahva humanistinen koulutustausta. Uusien teknologioiden omaksuminen keskeisiksi työvälineiksi tapahtuukin yleensä käytännön tekemisen kautta. Rakenteellisen muutoksen lähettiläänä taidemuseo instituutiona edellyttää näin ollen työntekijöiltään erityistä luovuutta ja joustavuutta.**



Museot olivat alkujaan varakkaiden keräilijöiden ja hallitsijoiden kartuttamia henkilökohtaisia kuriositeettikabinetteja, joissa yleisinä esiteltiin erikoisia esineitä ja

taideteoksia omille vieraille ja seurueille. Mielenkiintoisten ja mieltä kutkuttavien ilmiöiden tallentaminen, niiden tutkiminen ja jopa taivastelu ovat ihmisille luontainen tapa pohtia ja hahmottaa ympäröivää elämää. Myös taidemuseoiden toiminta perustuu vahvasti näiden yleismaailmallisten tarpeiden tyydyttämiseen yhteiskunnallisena vakiintuneena instituutiona. Menneisyys, nykyisyys ja tulevaisuus ovat jatkuvasti läsnä museotyössä, ja erityisesti taidemuseot ovatkin usein kärkikahinoissa omaksumassa uusia toimintatapoja ja tarttumassa globaalien megatrendien haltuun ottoon.

Museoviraston vs. kehittämisjohtaja **Ulla Salmela** sekä erityisasiantuntijat **Anu Niemelä** ja **Eija Liukkonen** [1] vahvistavat näkemyksen:

Monet taidemuseot ovat olleet edelläkävijöitä museoalan osaamisen kehittämisessä. Kansainvälinen vuorovaikutus on ollut muuta museokenttää vilkkaampaa. Taidemuseoilla on ollut intoa ja mahdollisuuksia osallistua kansainvälisiin hankkeisiin.

Suomessa taidemuseoiden kehityskaari on suhteellisen nuori eurooppalaisittain. Ala on ollut lähtökohtaisesti akateeminen, ja museokokoelmat ovat luoneet perustaa kansalliselle identiteetille. Vastikään julkaistun museoalan ammattiliiton historiikin mukaan Suomessa on nykyään satoja ammatillisia eli sääntömääräisesti toimivia museoita ja monipuolistunut ala edellyttää yhä enemmän uudistuvaa osaamista. Lisäksi alalle koulutetun henkilökunnan pätevyysvaatimukseen lisätty museologian oppiaine on vahvistanut ammatillista ymmärrystä niin kentällä kuin sen ulkopuolellakin.

Nykyisin museot toimialana nähdäänkin jo merkittävänä elinkeinovaikuttajana sekä yksilön vapaa-ajan rikastuttajana. Tämä nykyisen Ruotsin kansallismuseon ja entisen Ateneumin taidemuseon johtajan **Susanna Petterssonin** Museoammattilaisen mukana -julkaisun [2] esipuheessa mainitsema näkökulma on linjassa myös laajemman eurooppalaisen humanisen innovatiivisuuden ja kestävä kehityksen vision kanssa.

Myös tähän artikkeliin haastatellut Museoviraston kehittämisen asiantuntijat Salmela, Niemelä ja Liukkonen [1] toteavat museoilla olevan tärkeä tehtävä

kulttuurisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti elinvoimaisen yhteiskunnan rakentamisessa ja hyvinvoinnin edistämässä.

## Museot mukana muutoksessa

Erityisesti kriisin hetkellä taiteen ja kulttuurin merkitys ihmiskunnan resilienssin eli sietokyvyn ja sopeutumisen vahvistajana korostuu. Koronapandemian myötä on havahduttu kansainvälisesti huomaamaan länsimaisen yhteiskuntarakenteen heikkoudet.

EU-komission puheenjohtaja **Ursula von der Leyen** [3] piti lokakuussa 2020 puheen, jossa ehdotti nykyaikaistetun bauhaus-taidekoulukunnan henkiin herättämistä eurooppalaisen talouden vahvistamisen ja ympäristöystävällisyyden nimissä. Kulttuuri halutaan kokonaisvaltaisesti mukaan vahvemman yhteiskuntajärjestelmän luomiseen, jossa kestävään ja esteettiseen elämäntyyliin pyritään yhdistämällä näihin nykyaikaista teknologiaa. Uudessa eurooppalaisessa bauhausissa taide nähdään ihmisoikeuksia polkevaa halpatuotantoa ja ympäristöä kuormittavaa kulutusjuhlaa arvokkaampana laadullisena pääomana ja talouden lisäarvona. Digitalisaatio ja kestävä kehitys luovat pohjan uudelle eurooppalaiselle brändille, jossa taiteilijat, arkkitehdit, insinöörit, suunnittelijat ja muotoilijat toteuttavat bauhausin hengessä käytännöllisiä, mutta tyylikkäitä ja ympäristöystävällisiä ratkaisuja elämän laadun parantamiseksi.

Taidemuseoilla on oma yhteisöllinen roolinsa tässä järjestelmää ravistelevassa suunnitelmassa, jossa museot nostetaan esiin asiantuntijoina, kumppaneina ja mahdollistajina.

”Ne tarjoavat elämyksiä ja tietoa ja luovat näin mahdollisuuksia sivistykselle, identiteettien rakentumiselle ja muutosten ymmärtämiselle”, kertovat Museoviraston asiantuntijat viitaten Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisemaan Mahdollisuuksien museo 2030 -museopoliittiseen ohjelmaan.

He myös mainitsevat koronan vaikutuksista kotimaassa, että poikkeusolot ovat saaneet museot yhä enemmän miettimään uusia tapoja toimia.

”Käytännössä taidemuseoilla on ollut ketteriä avauksia ja valmiuksia viedä esimerkiksi yleisötyön toimintoja verkkoon – erikseen mainittuina online-opastukset, virtuaalinäyttelyt, somekampanjat #koronataide ja #karanteenitaide. Kulttuurihistorialliset museot ovat puolestaan tehneet vahvaa dokumentointia.”

Tällä hetkellä museoiden tarjoamien myönteisten elämysten äärelle hakeudutaankin entistä useammin. Salmelan, Niemelän ja Liukkosen [1] mukaan taide avaa mahdollisuuksia käsitellä hyvinvointiin vaikuttavia asioita ja kysymyksiä.

”Kuluneeseen vuoteen saakka taidemuseoiden käyntimäärät ovat olleet myönteisessä kasvussa. Ne ovat kasvaneet noin 1,4 miljoonasta käynnistä yli 2,7 miljoonaan vuodesta 2011 vuoteen 2019.”

Globaalisti vauhdikkaasti edennyt pandemia on kiihdyttänyt merkittävästi digitaalisten palveluiden kehittämistä ja käyttöä. Vaikka digitalisaatio ei ole sellaisenaan uusi ilmiö, niin yllättävän äkkinäisesti eri yhteiskuntajärjestelmien tasot läpäisevänä toimintakulttuurin muutoksena se on ollut mullistava.

Moderni teknologia päätettiin poliittisesti sitoa kulttuurin ja taiteen innovaatioiden tukemiseen tulevaisuuden Euroopan uudisrakentamiseksi. Tämän voisi kuvitella lisäävän myös Suomessa museoiden määrärahoja näiden aikeiden eteenpäin viemiseksi ja toteuttamiseksi.

Museovirastosta Salmela, Niemelä ja Liukkonen toteavatkin, että taidemuseokentän kehitys seuraa yleistä museoiden toimintakentän muutosta. Käytännössä tämä tarkoittaa yleishyödyllisen organisaation tasolla sitä, että palveluiden digitalisoituminen edellyttää jatkuvia teknologisia investointeja, laite- ja ohjelmistohankintoja sekä työvoiman ammattitaidon ylläpitämistä.



## Kutsumus bittiavaruuteen

Taidemuseoissa eletään muutoksen aikaa. Ammatillisen järjestäytymisen ja koulutuspolitiikan synnyttämä tietoisuus erikoistuneesta asiantuntijuudesta on vuosikymmenien aikana nostanut työntekijäkunnan arvostusta omaa työtään kohtaan. On tyypillistä, että akateemisesti koulutetulla museoammattilaisella on taustalla laaja yliopistotutkinto tai useampikin. Monet opiskelevat lisäksi työn ohessa erillisiä opintokokonaisuuksia, korkeakoulututkintoja tai jatko-opintoja. Useimmat ovat aloittaneet työnteon nuorina kesätyöntekijöinä museoissa tai muissa vastaavissa kulttuuriorganisaatioissa jo ennen varsinaisia korkeakouluopintoja.

Valitettavasti vahvasta osaamistaustasta huolimatta alan palkat ovat asiantuntijakoulutukseen ja monimuotoiseen työhön nähden suhteellisen alhaiset, vaikka suomalainen museoammatillinen taso on kansainvälisestikin verrattuna korkea. Kaikesta huolimatta alhaista palkkatasoa kuulee usein perusteltavan muun muassa ”kutsumuksella”.

Laadukkaiden digitaalisten sisältöpalvelutavoitteiden ja kestävän kehityksen politiikan myötä on kuitenkin vähitellen havahduttu siihen, että osaavasta henkilökunnasta on pian kilpailtava muiden toimialojen kanssa. Kulttuurialalle ei

välttämättä hakeuduta enää samalla tavalla pitkäaikaisiksi pätkätyöläisiksi kuten ennen, koska tuoreet sukupolvet kasvatetaan jo peruskoulussa yrittäjä- ja freelancertoimijoiksi. Liikkuva työvoima vie pahimmillaan käytännön työssä hankitun tärkeän tietotaitonsa mukanaan seuraavaan paikkaan ja mahdollisesti kokonaan jollekin paremmin palkatulle alalle. Samalla eläköitymisen karkaaminen yhä kaukaisemmaksi vanhuusvuosiin haastaa museokentän pitkänmatkalaiset pitämään osaamistasonsa ajan hermolla, ettei tarvitsisi heittää keskeisiä työvälineitään eli puuvillahanskoja ennenaikaisesti naulaan.

Taidemuseoalalla digitalisaatio on läsnä myös kuvataiteen esitystavoissa. Alalla joudutaan seuraamaan tarkkaan osaamistarpeita, jotta voidaan asettaa asianmukaisesti digitaalisia teoksia näyttelyihin ja julkisiin tiloihin sekä huoltaa, hoitaa ja säilyttää kulttuuriperintöä tuleville sukupolville. Kyse ei ole pelkästään teknisistä ratkaisuksista vaan myös aineistotuntemuksesta sekä käytännön sopimuksista ja neuvottelutaidoista. Lisäksi nykyaikaisen ja kiinnostavan digitaalisen taiteen hankinta-, esittämis- ja säilyttämisratkaisut vaativat rahoitusta eri tavalla kuin perinteisemmät kuvataiteen lajit. Samalla on syytä pohtia, miten taidemuseot ja museot voivat ratkaista ristiriidan kulttuuriperinnön säilyttämisen ja digitaalisuuden suurimman haasteen eli tietohävikin välillä, kun kokoelmien kannalta olennaiset dokumentoinnit ja sopimukset tehdään sähköisesti.

Taustalla häilyy uhkana myös lisääntyvät tietomurrot, jotka voivat vaikuttaa museoidenkin toimintaan jopa yhteiskunnallisella tasolla. Taidemuseot varjelevat kansallista pääomaa, jolla on historiallisen ja yhteisöllisen arvon lisäksi taloudellinen rooli valtion omaisuutena. Asiantuntevasti kartutetulla ja hoidetulla kuvataidekokoelmalla on mitattavissa oleva rahallinen arvo. Siksi museoiden ammatillisen täydentävän koulutuksen, toimialan kilpailukyvyn sekä ajanmukaisen teknologiatason varmistaminen on yhteiskunnallisestikin katsottuna satsaus tulevaisuuteen.

Nykytaiteen politiikkaa museokontekstissa tutkinut **Mia Muurimäki** on väitöskirjassaan [4] pohtinut digitalisaation muuttavan perustavalla tavalla museoinstituutioiden toimintamahdollisuuksia. Hänen mukaansa taidemuseot voisivat digitaalisia sisältöpalveluita kehittäessään tuoda aiempaa paremmin esiin taiteen poliittisen ulottuvuuden museoympäristössä. Se voisi olla museoiden keino

toimia entistä vahvempana yhteiskunnallisena vaikuttajana ja institutionaalisen asemansa vakiinnuttamana suunnannäyttäjänä.

Käytännössä laaja rakenteellinen vaikuttaminen voi tapahtua osallistamisella, jonka on todettu vahvistavan tasa-arvoa ja demokratiaa. Kansainvälinen yhteistyö ja verkostot, ammatillinen henkilöstövaihto sekä jaettu osaaminen kasvattavat tietopohjaa ja edistävät hyviä käytänteitä myös avoimen ja tervehenkisen kulttuuripolitiikan toteuttamiseksi. Nämä alan tietoutta ja asiantuntijuutta vahvistavat seikat nousevat esiin myös Ulla Salmelan, Anu Niemelän ja Eija Liukkosen haastattelumateriaalista [1].

## Vastavuoroisuudesta voimaa

Taidemuseoissa on jo kauan toteutettu kokoelmien teoksista verkkojulkaisuja eri muodoissa. Taidekokoelmat ovat yleensä suuria, ja iso osa julkisin varoin hankituista kulttuuriperinnön kuvataidearteista on piilossa yleisöltä olosuhdevalvotuissa optimaalisissa säilytystiloissa. Avoimen tiedon, saavutettavuuden ja kestäväen kehityksen periaatteiden lähtökohdista taidemuseoiden kokoelmat halutaan tuoda esiin uudennlaisille vuorovaikutteisille digitaalisille palvelualustoille.

Koronapandemia lisäsi painetta reagoida yhteiskunnalliseen tarpeeseen nopeasti yleisen hyvinvoinnin nimissä. Taidemuseot pystyivätkin tuottamaan monenlaisia kokonaisuuksia ja havaitsivat samalla, miten paljon opittavaa vielä on. Visuaalisella ammattikunnalla on halu myös tuottaa digitaaliset sisällöt ja esitykset sellaiseen muotoon, että ne ovat esteettisesti korkeatasoisia ja käyttäjäystävällisiä.

Helposti yleisesti ajatellaan, että ainoastaan teknologialla on annettavaa kulttuurille, vaikka itse asiassa taiteella ja luovilla aloilla on tarjota asiantuntevaa osaamista ja näkökulmia digitaalisuuden seuraavalle tasolle. Vastavuoroisesta ja tasavertaisesta toimijuudesta onkin kehittymässä yhä yleisempi työtapa kuvataidetta ja teknologiaa yhdistävissä hankkeissa. Kehitysharppaus on tapahtunut erityisesti immersiiivisten, kokemusympäristöön uppoutuvien elämysten etsinnässä ja tuottamisessa.



Kemppainen Katariina, amanuenssi

Oulun taidemuseo

Isomursu Pekka, yliopettaja, tutkintovastaava

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Salmela, U., Niemelä, A. & Liukkonen, E. 2020. Sähköpostihaastattelu 9.11.2020. Museoalan kehittämisen yksikkö. Museovirasto.

[2] Neitola, U. 2019. Museoammattilaisen mukana. Museoalan ammattiliitto MAL ry 1969–2019. Helsinki: Otava. Hakupäivä 4.12.2020.

[https://issuu.com/museoalan/docs/mal\\_historiikki\\_2019\\_paino\\_1](https://issuu.com/museoalan/docs/mal_historiikki_2019_paino_1)

[3] European Union. 2020. Press statement by President von der Leyen on the New European Bauhaus 14.10.2020. Hakupäivä 4.12.2020.

[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT\\_20\\_1902](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/STATEMENT_20_1902)

[4] Muurimäki, M. 2013. Nykyaiteen politiikka museokontekstissa. Väitöskirja.

Aalto-yliopisto, Helsinki. Hakupäivä 4.12.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-5429-2>

Mattila, M. (toim.) 2018. Mahdollisuuksien museo – Opetus- ja kulttuuriministeriön museopoliittinen ohjelma 2030. Opetus- ja kulttuuriministeriö, Helsinki. Hakupäivä 4.12.2020. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-557-0>

Suomen museoliitto. 2018. Museoalan toimintaympäristö. Suomen museoliitto 2023 strategia. 25.5.2018. Hakupäivä 4.12.2020.

[https://www.museoliitto.fi/doc/strategia/Suomen\\_museoalan\\_toimintaymparisto,\\_PESTLE-analyysi.pdf](https://www.museoliitto.fi/doc/strategia/Suomen_museoalan_toimintaymparisto,_PESTLE-analyysi.pdf)

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Kempainen Katariina, Isomursu Pekka

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541149>

**Tiivistelmä:** Digitalisaatio läpäisee parhaillaan yhteiskunnallisia rakenteita. Valtiovallan toimeenpanolla on tehty periaatepäätökset julkishallinnollisen avoimen tiedon jakamisen ja laajan saavutettavuuden toteuttamiseksi. Taidemuseot ovat innokkaasti mukana ottamassa käyttöön ajanmukaisia keinoja ja madaltamassa näin toiminnallaan eri lähtökohdista olevien ihmisten kynnystä tutustua uudenlaisiin tapoihin käyttää julkisia palveluita.

Taidemuseoiden sisältötuotannossa työskentelevillä on tyypillisesti vahva humanistinen koulutustausta. Uusien teknologioiden omaksuminen keskeisiksi työvälineiksi tapahtuukin yleensä käytännön tekemisen kautta. Rakenteellisen muutoksen lähettiläänä taidemuseo instituutiona edellyttää näin ollen työntekijöiltään erityistä luovuutta ja joustavuutta.

# Robotti kulttuurin tekijänä

4.10.2021 - Prittinen Jouni, Hoppu Petri

**Millaista on tehdä tanssia teollisuusrobotille ja mitä tunteuksia robotit ihmisissä herättävät? Thomas Freundlich kertoo koreografian työstä tanssiteoksissa *Actuator* (2008) ja *Human Interface* (2012).**



Thomas Freundlich on vuonna 1975 syntynyt kulttuurin ja tanssin monialapuuhamies ja työskentelee freelancerina Helsingistä käsin. Hän on valmistunut Oopperan balettioppilaitoksen ammattikoulutuksesta vuonna 2001. Tällä hetkellä Freundlich tekee lähinnä omia projekteja koreografina ja tanssijana nykytanssin ja tanssiteatterin keinoin.

**Jouni Prittinen** haastatteli Freundlichia taiteellisesta työskentelystä robottien parissa syksyllä 2020. [2] Pandemian keskellä taiteen ja teknologian välinen suhde on herättänyt paljon keskustelua, kun on etsitty koronaturvallisia ratkaisuja

esittävässä taiteessa. Freundlichin työskentely tarjosi tällaisia jo yli kymmenen vuotta sitten, ja tästä syystä hänen teoksensa ovat ajankohtaisia vielä tänäänkin

## Ajatus tanssiteoksesta

Kun Freundlich asteli vuonna 2007 Helsingissä galleriaan, hän näki kuvataiteilija **Markku Salon** installaation, jossa naistorsoa sienellä looppimaisesti puhdistava robotti liikkui hitaasti pesusangolta naisen iholle ja takaisin. Matkan aikana robotin varsi teki joka kerta jonkin ylimääräisen pyörähdyksen, mikä oli liikekvaliteetiltaan Freundlichin mielestä niin kiehtovan näköistä, että hän rupesi katsomaan sitä suu auki, tanssilasit silmillä. Siitä syntyi idea tanssiteokselle robotin kanssa.

ABB on johtava globaali teknologiayritys, joka toimii kunnianhimoisesti myös automaation puolella. [3] Freundlich lähetti ideansa suoraan ABB-Suomen konttoriin. Hänen yllätyksekseen he vastasivat myönteisesti ja pyysivät tulemaan katsomaan, minkälainen robotti sopisi tanssiteokseen. ABB-Suomi tarjosi robotin maksutta käyttöön, asiantuntijakonsultointia sekä perehdyttivät Freundlichin robottien ohjelmointiin.

Siellä olin minä ja viisi hitsaria jostain metallifirmasta. – Freundlich

Freundlich osallistui viikon mittaiselle ABB:n robottiohjelman peruskurssille, josta hän sai tarvittavan opin robottien ohjelmointiin. Sen jälkeen koreografi pystyi ohjelmoimaan robotteja ja tekemään niille liikettä.

Ohjelmointi tehdään simuloidusti. Aluksi koodataan, minkä jälkeen 3D-mallinnus roboteista näyttää, miten robotti liikkuu. Tämän jälkeen koodi siirretään muistitikulla robottiin, joka toistaa kyseisen liikesarjan millintarkasti. Freundlich ymmärsi heti, että tämä on tässä produktiossa ainoa työskentelytapa. Kaikki on tehtävä ennakkoon 3D-mallinnuksena, koska robottia ei voi lainata koko puolen vuoden harjoituskaudeksi.

# Robotti tanssijana

Yhtenä peruslähtökohtana Freundlichilla on ollut epärobottimaisuus. Jos robotin yrittää saada liikkumaan orgaanisesti, kuten vaikka dinosaurus, vaikkei se näytä dinosaurukselta tai liiku kuten oikea dinosaurus, se herättää katsojassa heti kiinnostusta. Hän kuvaa työskentelyn olevan lähellä 3D-hahmon animointia, ja kaikki liike on tehty ainoastaan robottien nivelien avulla.

Teollisuusrobotilla on uskomaton nopeus ja voima. Se, miten nopeasti ja tarkasti 2 000 kg painava teräsvarsi pystyy liikkumaan, on täysin epätodellista. Tämän kokoista robottia pääsee harvoin näkemään missään livenä, koska kiihtyvyydet ja vääntömomentit ovat niin hurjia, että ne täytyy pultata betonilattiaan ja pitää erillisissä huoneissa.

Robotin nopeus ja tarkkuus on Freundlichin mielestä asia, joka on katsojalle aluksi todella kiehtova, mutta siihen tottuu aika nopeasti, ja hetken päästä se muuttuu normaaliksi toiminnaksi. Efekti kuluu loppuun melko nopeasti. Mutta kun koneesta tekee hahmon tai olennon ja yrittää tehdä siitä epärobottimaisen, niin silloin sitä jaksaa katsoa ihan loputtomiin. Robottia alkaa lukemaan elävänä olentona.

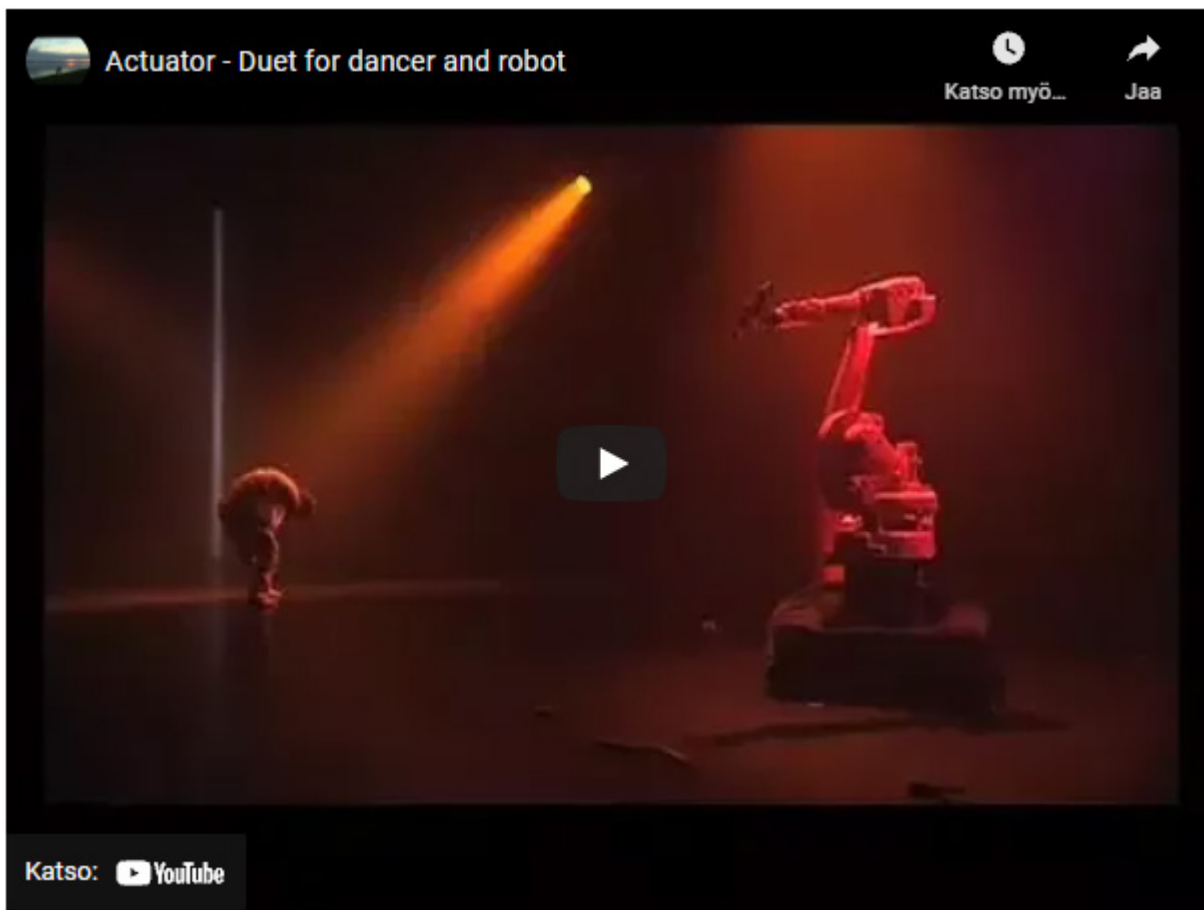
Samoilla liikeajatuksilla on ollut ruotsalainen koreografi **Fredrik Benke Rydman**, joka on tehnyt robottien kanssa tanssia jo usean vuoden ajan. ”Tavoite on ollut katsoa, voimmeko kehittää kielen, jonka avulla voimme kokea, että robotilla on ajatuksia, tunteet ja tahto? Voiko se ilmaista jotain?” [4]

Se on aina huikea hetki, kun on koodannut sitä kamaa läppärillä ja nähnyt sen 3D:nä, ja kun sitten siirät koneeseen sen ohjelman. Ja sit se pirulauta tekee just, niin kuin sä olet sen ajatellut. – Freundlich

Robotin ja ihmisen kesken yhdistäviä ja erottavia tekijöitä löytyy kinetiikasta ja nivelten rajoituksista. Robotille voi tehdä koreografiaa esimerkiksi liikkeen kautta. Freundlich kertoo, kuinka hän on lähtenyt tutkimaan robotin nivelien taipuvuutta ja kääntyilevyyttä. Tarkoituksena on ollut yrittää välttää teollisuuskäytössä olevia yllättäviä liikkeitä ja mekaanisia pyörähdyksiä. Välillä, kun kohde on lähellä jotakin

mekaanista singulariteettia, voi tahattomasti syntyä tällainen yllättävä muljahdus, mikä voi toisaalta olla myös hyvin kiehtovaakin liikettä.

Toinen tapa on ollut tehdä liikesarjoja itselle tai tanssijalle ja yrittää mallintaa ne robotille niin tarkasti kuin mahdollista. Välillä se on toiminut hyvin, mutta välillä se on ollut erittäin haastavaa. Kolmas tapa luoda liikesarjoja on koneen ehdoilla generoitu liikesarja, mikä on jo huomattavasti vaikeampaa kuin edelliset tavat. Kun Freundlich on laittanut tanssijat opettelemaan robotille tehtyä liikesarjaa, se on yleensä ollut tanssijoille mahdotonta, koska ihmiskehon logiikasta ja näkökulmasta siinä ei ole järjen häivää. Hän kertoo sellaisen liikkeen opiskelun olevan todella vaikeaa, jossa ei ole mitään luontevaa flow'ta.



VIDEO 1. Teoksesta Actuator – Duet for dancer and robot [5]

Freundlich on luottanut lähinnä illuusioon. Hän ei ole kokeillut järjestelmiä, joissa robotti oikeasti seuraa tanssijaa. Kun robottia koskettaa ja se vetäytyy pois, on kaikki ennalta määriteltä ja robotti toistaa sen, mitä on koodattu. Käytännössä

robotin vierellä oleva tanssija reagoi omalla liikkeellään ja luo illuusion, että myös robotti osaa reagoida.

Robotin kanssa tanssiminen on hyvin kaksijakoista. Yhtäältä robotti on aina samanlainen tietyssä paikassa ja tietyssä aikana: siinä ei ole mitään inhimillistä vaihtelua. Toisaalta siinä on samaan aikaan jotain inhimillisesti vierasta ja outoa. Englanninkielinen sana Alien kuvastaa Freundlichille hyvin tunnetta, jota hän robotin kanssa tanssiessaan tuntee, koska omassa mielessä hän lukee robotin kuitenkin elävien olentojen kategoriaan.

## Tanssiryhmän jäsenenä Iso-Robo ja Pikku-Robo

Koreografi Freundlich kertoo havainneensa ihmisen taipumuksen nähdä koneet väistämättä elollisina tai jopa suorastaan inhimillisinä tai persoonallisina. Hän kuvailee ilmiötä todella jännittäväksi efektiksi, mikä ilmenee myötäsyttyisenä reaktiona aivan riippumatta siitä, yritetäänkö sitä reaktiota herättää vai ei.

Isoin mind fuck on siinä, anteeksi terminologiani, miten se kerta toisensa jälkeen jotenkin painaa sitä sun elävä olento -nappia, ja se on ihan järjetöntä. – Freundlich

Jokainen tietää mitä tarkoitetaan, kun sanotaan ”tietokone kenkkuilee” tai ”auto ei suostu käynnistymään”, aivan kuin niillä olisi jokin tietty tahto ja intentio. Robotit koetaan myös teollisuuspiireissä tietyllä tavalla inhimillisiksi työntekijöiksi, koska usein ne nimetään, jolloin niille muodostuu persoonalliset luonteenpiirteet. ”Tämä Nelli tässä, se aina tässä liikkeessä vähän hytkyy.” Freundlich pitää kiehtovana, miten meillä on todella vahva taipumus nähdä kaikki liikkuva elävänä.

Tanssija-koreografi **Akram Khan** on perehtynyt myös robottien ja ihmisten kanssakäymiseen, ja tutkimuksissaan hän havainnoi samoja reaktioita kuin Freundlich. [6] Tehtaissa, joissa on ihmisten lisäksi robotteja toiminnassa, on työvuorolistoille laitettu nimien lisäksi jopa kuvia robottikollegoista ihmisten rinnalla. Työkaverit kertovatkin robottikollegoiden olevan ahkeria työntekijöitä.

Kun Freundlich lähtee suunnittelemaan esitystä ja tietoisesti hakemaan yhteyksiä katsojan mieleen, hän hämmentyy reaktioista, jotka teollisuusrobotti saa katsojissa

aikaan. Peilisolut, jotka aktivoituvat aivoissa nähdyn liikkeen seurauksena, syttyvät, ja kone huijaa katsojaa joka ikinen kerta.

Freundlich kertoo koodanneensa tarkoituksella mukaan pientä liikettä, jota ei välttämättä huomaa mutta joka tekee robotista elävän olion. ”Se pienen orgaanisen epätäydellisyyden syöttäminen koneen liikkeeseen on sellaista mitä jaksaa kattoa lähes loputtomiin.” [2]

On ollut ihan ihmeellistä kuulla näit juttuja, että porukka on ollut esityksessä ja itkenyt jossain kohtauksessa, kun se robotti näytti yksinäiseltä. – Freundlich

Tätä samaa tehdään myös ihmisläheisempien robottien ympärillä.

Robottitutkija **Jonathan Hurst** Oregonin yliopistosta kertoo, kuinka he luovat roboteille eleitä, jotka ihmiset havaitsevat. Se ei ole tarpeen roboteille, mutta sen avulla robotin aikeet selviävät robottia tulkitsevalle ihmiselle.

”Robotit ilmoittavat aikeensa kehonkielellä. Pienetkin asiat kertovat paljon. Jos se näyttää hermostuneelta, ei tiedä, mitä se aikoo. Jos se katsoo alaspäin, se näyttää aralta ja rennolta.” [6]





Robotit on suunniteltu suoraviivaiseen toistavaan liikkeeseen. Kun robottia osaa ohjelmoida hyvin, niin liikkeen nyanssi, johon se kykenee, on todella huikea. Freundlichin mielestä robottia pitää osata "soittaa" vähän eri tavalla kuin ihmistä.

## Turvallisuus ensin

Freundlich nimeää turvallisuuden isoimmaksi haasteeksi työskentelyssä robotin kanssa. Normien ja säädösten mukaan kenenkään ei pidä olla samassa tilassa ison kuusiakselisen robotin kanssa. Robottia pitäisi ympäröidä häkit, valoverhot,

paineilmamatot ja muut suojaratkaisut. Tärkein sääntö on, että kukaan ei ole robotin työalueella, eikä mene lähellekään sitä, kun se on toiminnassa. Siihen täytyy suhtautua riittävällä kunnioituksella.

Faktahan on se, että jos sä teet esityksen teollisuusrobotin kanssa, niin ei se ihan teollisuusnormien mukaan mene. – Freundlich

Taiteellisessa työskentelyssä turvasäädöksissä on vähän joustettu, mikä mahdollistaa esimerkiksi robotin kanssa tanssimisen. Turvallisuus kulkee tietenkin koko produktion ajan mukana ja vaikuttaa koreografiseen suunnitteluun. Freundlichin mielestä esimerkiksi mahdollisuudet tehdä duettoja robotin kanssa ovat hyvin erilaiset kuin ihmisen kanssa. Siinä on aina otettava huomioon se turvaväli. Hän on sittemmin tutustunut myös ihmisläheisempiin yhteistyöroboteihin, jotka eivät pysty paljon vahinkoa aiheuttamaan, koska ne ovat suunniteltu niin, että niiden kanssa voi olla kontaktissa turvallisesti.

Tällä hetkellä kehitetään paljon yhteistyörobotiikkaa, ja ideana on päästä eroon tunteesta, jossa robotit koetaan vieraiksi tai vaarallisiksi. Freundlich kertoo, että ihmiset vähän turhaakin jännittävät robottia. ”Vaikka laite olisi nurkassa ja virrat pois, niin silti he epäröivät mennä sen lähelle esityksen jälkeen.” Tämä on myös asia, joka kiinnostaa robottivalmistajia tosi paljon ja jonka kanssa tehdään paljon työtä.

Bossa Nova Roboticsin kehitysyksikön toimitusjohtaja **Martin Hitch** kertoo, että kaikki perustuu luottamukseen. ”Sinä et saa pelätä, että robotti tulee ja lyö sinua. Tarkoitus on, että ihmiset hyväksyvät robotit, joten niille opetetaan myös käytöstapoja.” Yksi yksinkertainen kehittelyn tulos on, että aikaisemmin robotti vain pysähtyi, kun se kohtasi ihmisen, mutta nyt se pysähtyy ja vähän peruuttaa, eli on kohtelias. Robotti ei tarvitse silmiä, kasvoja tai kroppaa ollakseen lähestyttävä, vaan se tarvitsee luottamusta. [6]

# Tanssin määritelmät hajoavat

Jos laitat robotin esiintyjäksi lavalle ja se liikkuu lattialla tanssijan, ei voi sanoa kengissä, vaan tämän paikalla, niin voiko sanoa, että robotti tanssii?

En mä tiedä. Kyllä se mun mielestä varmaan tanssii, mut tää on ehkä se kohta missä meidän määritelmät hajoaa. – Freundlich

Freundlichin mielestä määritelmäämme tanssista ei ole sisällytetty, että tanssi voi olla koneen tekemää. Hän pitää tilannetta erityisen hauskana varsinkin nykytanssin näkökulmasta, kun ajatellaan nykytanssin kentällä vallitsevaa suuntausta, jossa viime vuosina ovat korostuneet kokemuksellisuus, kehollinen läsnäolo, maailmassa oleminen ja ajatus, että tanssi on tietoista liikettä. Mitä ihmettä tapahtuu, kun laitetaan näyttämölle robotti, joka kyllä näyttää tanssivan, mutta ei todellakaan ole mistään tietoinen? Eikä liikkeessä ole mitään niistä asioista, joilla me olemme tottuneet arvioimaan, onko jokin tanssia vai ei.

Freundlichin mielestä on ihmeellistä, miten vahvasti katsojat ovat identifioineet itsensä robotteihin ja ottaneet ne tavallisina esiintyjinä. Robotti-insinöörien kommentit ovat yksi asia, josta hän on ollut erittäin otettu: ”En oo ikinä nähnyt mitään tanssiesitystä, mut tää oli kyllä ihan magee!” Freundlich on tyytyväinen, kun on onnistunut tekemään cross over -työtä ja saanut tanssin pariin uudenlaista yleisöä.

Kun Freundlich kokoaa lopuksi yhteenvedon projekteistaan robottien kanssa, hän toteaa, että teosten viesti yleisölle liittyy isoon filosofiseen keskusteluun teknologian roolista olemisessamme. Mitä me olemme tekemässä teknologiamme kanssa? Miten teknologia muovaa meitä ihmisinä? Mitä haluamme teknologialta? Mitä rooleja haluamme antaa sille ja mitä emme? Miten nämä määreet muuttuvat ajan myötä? Vastauksia teoksissa ei anneta, mutta monia ajatuksia syntyy.

Toisaalta ne ovat vain työkaluja, laitteita. Tekee just sen mitä niiltä halutaan. Näyttämöllä robotit saadaan hetkellisesti ottamaan suunniteltu rooli, olemaan esiintyjä, tanssijoita.

Esityksen jälkeen robotit pakataan trukkilavalle ja viedään pois. – Freundlich

Prittinen Jouni, koreografi

Hoppu Petri, yliopettaja

Oulun ammattikorkeakoulu, Kulttuurialan yksikkö

## Lähteet

[1] Tirronen, U. 2012. Zodiak (toim.) Thomas Freundlich: Human Interface – Koneen tanssi, kehon äly. Hakupäivä 19.11.2020.

<https://www.zodiak.fi/fi/medialle/thomas-freundlich-human-interface-koneen-tanssi-kehon-aly>

[2] Freundlich, T. Haastattelu 14.10.2020. Jouni Prittisen hallussa.

[3] ABB-Suomi. ABB Suomessa. Hakupäivä 19.11.2020.

<https://new.abb.com/fi/abb-lyhyesti/suomessa>

[4] Koivuranta, R. 2018. Voiko teollisuusrobotti ilmaista tunteita?

Ruotsalaiskoreografi ”kutsui” ABB:n robotin tanssin ja siitä syntyi lumoavan kaunis duetto. Kolumni. Helsingin Sanomat 22.12.2018. Hakupäivä 19.11.2020.

<https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005943743.html>

[5] Actuator – Duet for dancer and robot. Hakupäivä 19.11.2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=iyuh-Qlgw-Y>

[6] Swan Films. 2018. Tanssii robottien kanssa (Can We Live With Robots?). YLE

Areena 31.8.2020. Hakupäivä 19.11.2020. <https://areena.yle.fi/1-50266638>

[7] Aaltonen, O., Aulanko, R., Iivonen, A., Klippi, A. & Vainio, M. 2009. Puhuva Ihminen. 1. p. Helsinki: Otava.

[8] Tirronen, U. 2012 Zodiak (toim.) Thomas Freundlich: Human Interface – Koneen tanssi, kehon äly. Hakupäivä 19.11.2020.

<https://www.zodiak.fi/fi/medialle/thomas-freundlich-human-interface-koneen-tanssi-kehon-aly>

## METATIEDOT

**Tyyppi:** Artikkel

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**Tekijätiedot:** Prittinen Jouni, Hoppu Petri

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2021070541150>

**Tiivistelmä:** Millaista on tehdä tanssia teollisuusrobotille ja mitä tuntemuksia robotit ihmisissä herättävät? Thomas Freundlich kertoo koreografin työstä tanssiteoksissa Actuator (2008) ja Human Interface (2012).

# Loppusanat

Tuohino Jussi, Isomursu Pekka, Hoppu Petri, Tötterström Jouko



Koronapandemiassa sinänsä ei ole mitään hyvää, mutta se on pakottanut kulttuurialan toimijat miettimään innovatiivisia ja uusia tapoja toimia. Kun pandemia aikanaan, toivottavasti pian, hellittää, parhaat näistä käytänteistä jäävät rikastuttamaan kulttuurin kentän toimintaa pysyvästi. Emme palaa entiseen vaan suuntaamme kohti parempaa huomista.

Kun seuraavan Kulttuurituottamisen ja luovan talouden ryhmän raportti ilmestyy parin vuoden päästä, on mielenkiintoista nähdä tässä raportissa esiteltyjen trendien kehitys. Miten digitalisaatio muuttaa kulttuurin tekemisen ja kuluttamisen käytänteitä? Muuttuuko tarinallistaminen yhä arkisemmaksi ja laajasti käytetyksi työvälineeksi elävöittämään erilaisia toimintoja? Tuleeko kulttuurista ja taiteesta entistä orgaanisempi osa arkea, jossa esimerkiksi erilaisten esitysten saatavuus ja niihin liittyvä (sosiaalisen median) kommunikaatio kukoistavat? Vai tuleeko kulttuurista niin jokapäiväinen ilmiö, ettei se enää nostakaan meitä arjen yläpuolelle? Muuttuuko käsityksemme arjesta tämän myötä? Kiinalaisen sanonnan

mukaan ennustaminen on aina vaikeaa, varsinkin tulevaisuuden, mutta varmaa on, että pandemia muuttaa yhteiskuntaa pysyvästi.

Tämän kokoelman tekstien aiheet ja näkökulmat ovat hyvin monenlaisia ja välillä ainakin näennäisesti kaukana toisistaan. Uskomme kuitenkin, että kaikista huokuu usko kulttuuritoiminnan vahvuuteen ja kehittymismahdollisuuksiin sekä ennen kaikkea toiminnan merkityksellisyyteen kaiken synkkyyden keskellä. Ihmisten kulttuurin kaipuu on säilynyt vahvana. Toivottavasti pian pääsemme taas nauttimaan kulttuurista sen kaikissa muodoissaan – jopa entistä monipuolisemmin.

## **METATIEDOT**

**Tyyppi:** Kokoomajulkaisu

**Julkaisija:** Oulun ammattikorkeakoulu

**Julkaisunumero:** 57/2021

**Julkaisuvuosi:** 2021

**ISBN:** 978-951-597-215-6

**Tekijätiedot:** Tuohino Jussi, Isomursu Pekka, Hoppu Petri, Tötterström Jouko (toim.)

**Oikeudet:** CC BY-SA 4.0

**Kieli:** suomi

**Pysyvä osoite:** <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-597-215-6>

**Tiivistelmä:** Kokoomateos on kolmas Oulun ammattikorkeakoulun Kulttuurituottamisen ja luovan talouden (YAMK) Master-opiskelijaryhmän ja opettajien yhteistyönä laatima artikkelikokoelma kulttuurituottamisen ajankohtaisista aiheista. Teoksen sisältämien artikkelien teemoja ovat tuottajan työn keskeiset piirteet ja suhteet muihin professioihin, koronapandemian suora ja vahva vaikutus kulttuurialan toimintaan ja toimijoihin, ihmisten osallistaminen kulttuurin tekemiseen, kuluttamiseen ja kulttuuripalvelujen saavutettavuuteen, tarinallistaminen kulttuurin kuluttamisen houkuttelevuuden lisääjänä sekä digitalisoituvan kulttuurin haasteet ja mahdollisuudet. Jokainen artikkeli toimii itsenäisenä tekstinä, joten lukija voi halutessaan poimia niistä itseään kiinnostavimmat.