



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

**Joukkoistamisen merkitys
kulttuuritapahtuman tuotteistamisessa**
Luovuutta Valtakunnalliseen Majanrakennuskilpailuun

Jussi Perämäki

Kulttuurituotannon koulutusohjelma (60 op)

12 / 2013

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kulttuurituotannon koulutusohjelma, kulttuurituottaja (ylempi AMK)

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Jussi Perämäki	Sivumäärä 49 ja 5 liitesivua
Työn nimi Joukkoistamisen merkitys kulttuuritapahtuman tuotteistamisessa. Luovuutta Valtakunnalliseen Majanrakennuskilpailuun.	
Ohjaavat opettajat Päivi Ruutiainen	
Työn tilaaja Suomen Nuorisoseurat ry	
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää ja tuotteistaa joukkoistamalla lasten Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu monipuolisemmaksi tapahtumakokonaisuudeksi. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on osittain internetissä järjestettävä lasten kulttuuritapahtuma, jonka toivotaan olevan kaikkien suomalaisten lasten saavutettavissa. Opinnäytetyön tavoitteena on myös kehittää kulttuurituottajan kykyä arvioida joukkoistamisen kannattavuutta kulttuuritapahtuman sisällöntuotannossa.</p> <p>Työn tilaajana toimii Suomen Nuorisoseurat ry. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on järjestetty kolme kertaa osana Lapset äänessä -hanketta, jota hallinnoi Suomen Nuorisoseurat ry. Tapahtuma halutaan tuotteistaa tapahtumakokonaisuudeksi, joka pystytään luovuttamaan uudelle järjestävälle organisaatiolle hankkeen päätyttyä.</p> <p>Kehittämistyössä käytettiin menetelminä joukkoistamista, benchmarkingia ja kyselyä. Kehittämistyöhön osallistui lasten ja nuorten harrastusryhmiä, joita joukkoistettiin ohjaajien johdolla. Joukkoistamisessa käytettiin yhteistoiminnallisina kehittämismenetelminä 8x8-menetelmää ja aivorihtä. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tapauksessa lasten joukkoistamisessa tuli huomioida myös eettiset ja pedagogiset näkökulmat. Joukkoistamisen tulosten pohjalta syntyi päivitetty materiaalipaketti Valtakunnalliselle Majanrakennuskilpailulle, joka sisältää tuotantoprosessin ja työvaiheiden kuvaukset.</p> <p>Kehittämishankkeen aikana ilmeni, että joukkoistaminen nähdään kulttuurialalla mahdollisuutena, jota ei ole paljoa hyödynnetty. Kysely osoitti, että kulttuurituottajat eivät luota täysin omaan osaamiseensa joukkoistamisen ohjaajina. He uskovat, että joukkoistamisen avulla on mahdollisuus hyödyntää sellaista asiantuntijuutta, jota ei tuotantotiimistä löydy. Tuloksista ilmeni, että kulttuurituottajat pitävät joukkoistamiseen käytettyä aikaa pidettiin helposti liian suurena riskinä sisällöllisen hyödyn suhteen. Joukkoistamisen haasteet ja mahdollisuus kulttuurituotannossa koottiin keinulautamalliksi.</p>	
Asiasanat joukkoistaminen, tuotteistaminen, palvelumuotoilu, kulttuurituotanto, nuoret	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Degree Programme in Cultural Management, Master of Culture and Art

ABSTRACT

Author Jussi Perämäki	Number of Pages 49 and 5
Title The Importance of Crowdsourcing in the Branding of a Cultural Event. Creativity to Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu.	
Supervisor Päivi Ruutiainen	
Subscriber and/or Mentor Finnish Youth Association	
Abstract <p>The purpose of this thesis is to develop and brand Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu (The National Hovel-building Competition) into a more versatile event entity. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu is an event, partly produced on the internet, in order for it to be available to all the children in Finland. As an additional purpose, the thesis is meant to develop the ability of the author as a producer of cultural events, to make him to more apt to determine the usefulness of crowdsourcing in design of the contents of a cultural event.</p> <p>This thesis was commissioned by Suomen Nuorisoseurat ry (Finnish Youth Association). Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu has been organized three times as a part of Lapset äänessä-project (Children Getting Their Voices Heard), which was governed by Suomen Nuorisoseurat ry. The governing organization wanted to brand the event, for it to be more easily given to the next organization to be taken care for, when the ongoing project ended.</p> <p>Questionnaires, benchmarking and crowdsourcing were used as methods in the development work. Children's and young peoples' hobby groups took part in the work, groups that were crowdsourced by the activity leaders. As methods for the crowdsourcing were used the co-operative development method of 8x8 and brainstorming. Whilst crowdsourcing for the Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu with the young children, there were ethical and pedagogical questions to be considered as well. As a result an updated material package was created for the Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu, which includes the description of the processes and various stages of the work.</p> <p>During the development project it became apparent that in the cultural field the crowdsourcing is seen as an possibility, but it is not used widely. The questionnaire showed that the producers in the cultural field do not completely rely on themselves as the leaders in a crowdsourcing work. However, they believe that through crowdsourcing that are able to find the kind of expertise that is not present in the production team. The results showed that the possibility of wasting one's time weighs more on the balance scale than the possibility of getting something useful from the process. The challenges and possibilities of crowdsourcing in the production of a cultural event was described as a seesaw-model.</p>	
Keywords crowdsourcing, branding, service design, production of cultural events, youth	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 Menetelmäkuvaus	7
1.2 Kehittämistyön tavoitteet ja merkitys ammattialalle	8
2 VALTAKUNNALLINEN MAJANRAKENNUSKILPAILU TAPAHTUMANA	9
2.1 Tapahtuman taustat	11
2.2 Tuotteistamisen merkitys	11
2.3 Tapahtuman arvot ja tavoitteet	12
2.4 Internet lasten ja nuorten tapahtumien areenana	13
2.5 Tapahtuman erityispiirteet	15
3 KEHITTÄMISTYÖN PROSESSI ASKEL ASKELEELTA	17
3.1 Kulttuurinen lapsi- ja nuorisotyö	18
3.2 Joukkoistaminen	19
3.3 Tuotteistaminen	21
3.4 Joukkoistaminen lasten kulttuuritapahtumissa	23
4 ”KOHTI KATTAVAA TULEVAISUUTTA” – JOUKKOISTAMINEN KÄYTÄNNÖSSÄ	26
4.1 Lasten joukkoistamisen tulokset	27
4.2 Palaute joukkoistamisesta	28
5 JOUKKOISTAMINEN KULTTUURITAPAHTUMAN TUOTTEISTAMISESSA	30
5.1 Lasten joukkoistamisen erityisyys	30
5.2 Joukkoistaminen kulttuuripalveluiden kehittämisessä	31
5.3 Joukkoistamisen muodot ja asteet kulttuurituotannossa	34
5.4 Tuotteistettu Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu	37
6 KULTTUURITAPAHTUMA KAIKILLE	40
6.1 Joukkoistaminen osana kulttuuritapahtuman sisällöntuotantoa	41
6.2 Kehittämishankkeen ja valmiin tuotteen arviointi	44
6.3 Joukkoistamisen merkitys tuotteistamisessa	45
LÄHTEET	47
LIITTEET	50

1 JOHDANTO

Joukkoistamista ei ole käytetty paljon kulttuuripalveluiden sisältöjen luomisessa tai kehittämisessä. Keväällä 2013 yksi tämän hetken tunnetuimpia artisteja maailmassa tuottaja-DJ Avicii kokeili kulttuurialaa mullistavaa sisällön luomisen tapaa, jossa kuuntelijat pääsivät mukaan musiikin tekoon. Avicii x You -tapahtumassa ihmiset loivat yhdessä hittikappaletta verkossa. Yleisö pääsi internetin kautta vaikuttamaan muun muassa bassolinjoihin, efekteihin, rytmeihin, lauluosuuksiin ja melodioihin. (City 2013). Avicii toimi musiikinteossa sekä tuottajana että kuraattorina, joka käyttää joukkoistamalla hankittuja elementtejä osana omaa musiikkikappalettaan.

Joukkoistamisella (englanniksi crowdsourcing) tavoitellaan hajautuneen asiantunte muksen keräämistä kohderyhmältä (Hintikka 2011, 116). Joukkoistaminen liitetään usein joukkorahoitukseen (englanniksi crowdfunding), mutta se on myös erittäin potentiaalinen ideointi- ja innovointitapa kulttuuripalvelun sisältöä suunnitellessa. Mitä kulttuuritapahtumalle tai -palvelulle tapahtuu, jos palvelun käyttäjien tai tapahtumassa kävijöiden annetaan ohjata suuntaa? Onko joukkoistaminen prosessina vaivan arvoista, ja jos niin miten toteutettuna? Millaisiin kysymyksiin joukkoistamisella voi saada vastauksen, ja mitä vastausten saaminen vaatii?

Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on kaikille alle 16-vuotialle lapsille suunnattu luovuutta ja osallisuutta edistävä kilpailu, joka on järjestetty vuosittain vuodesta 2011 alkaen. Kilpailu on ollut osa osallisuutta ja lapsen oikeuksia edistävää hanketta, jota hallinnoivat useat kulttuurista lapsi- ja nuorisotyötä tekevät järjestöt. Kilpailu kokoaa vuosittain yhteen mitä mielikuvituksellisimpia majaluomuksia ja majatarinoita, jotka kaikki julkaistaan tapahtuman verkkosivuille. Verkkosivut toimivat majarakennuksen ja siihen liittyvän taiteen areenana. Tapahtuma keskittyy siis pääsääntöisesti verkkosivustolle, joka näyttäytyy luovana ja elävänä, mutta silti sisällöltään konventionaalisenä ja suppeana. Miten eri kulttuurin ja taiteen muotoja Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu voisi tuoda esiin, ja miten ne linkittyisivät kilpailun majateemaan? Miten lapset itse, tapahtuman kohdeyleisö, haluaisivat tapahtumaan osallistua?

Tämä kehittämistyö vie kulttuuritapahtuman tuotantoa lähemmäs kulttuuripalvelun tai -tapahtuman käyttäjää. Tarkoituksena on kehittää kulttuurituottajan kykyä arvioida joukkoistamisen kannattavuutta. Pohdin kehittämistyössäni, miten kulttuurituotannon prosessia pystytään parantamaan siten, että joukkoistaminen on tuottajalle mahdollisuus eikä rasite.

Hintikka (2011, 116) määrittelee joukkoistamisen yhdessä ideoinniksi tai ongelmanratkaisuksi, jonka pääasia on kentän kuuntelemisessa. Joukkoistamista voidaan hänen mukaansa hyödyntää myös strategioiden ja sisältöjen kehittämisessä. Näin toimimalla onnistutaan usein sitouttamaan kohderyhmä organisaation toimintaan tai tapahtumaan paremmin.

Kunzman ja Baltes (2002, 128) ovat todenneet tutkimusten pohjalta, että ihmiset päätyvät tehokkaampiin ja viisaammiksi arvioituihin ratkaisuihin, mikäli saavat kommunikoida niistä keskenään. Heidän mukaansa on muistettava, että kollektiivinen viisaus saa helposti vastapainokseen kollektiivisen tyhmyyden. Joukkoistamalla on kuitenkin mahdollisuus löytää uusia ja pidemmälle kehiteltyjä ratkaisuja tuotannollisiin kysymyksiin kuin yksin tuottajana tai pienemmässä tuotantoporukassa pohdiskeltuna.

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tavoitteena on edistää lasten ja nuorten kulttuuri- ja taideharrastuksia majanrakentamisen kautta. Joukkoistaminen kehittämisen välineenä on luonteva osallisuuden teemoja korostavassa tapahtumassa. Joukkoistaminen liitetään käsitteenä usein rahoituksenhankintaan. Se voi kuitenkin olla avain myös sisältöä kehittäviin maailmoihin. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tuotteistamisessa joukkoistaminen tullaan valjastamaan osaksi toiminnan kehittämistä. Tapahtuma tarvitsee kehittämistä ja tuotteistamista, jotta siitä saadaan mahdollisimman monipuolinen kulttuuritapahtuma, joka hahmottuu silti selkeänä kokonaisuutena. Tuotteistamalla halutaan saada aikaan tapahtumakokonaisuus, joka on helppo tilata ostopalveluna joko kokonaan tai osittain. Sillä halutaan löytää tapahtumalle uusia kulttuuri- ja taidelähtöisiä toimintamuotoja. Joukkoistamisen avulla halutaan myös kehittää tuotantoprosessista joustava, innovatiivinen ja ajassa elävä. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun järjestämisestä on olemassa käsikirja, jota päivittämällä ja kehittämällä voidaan saada aikaan ammattimaisempi tapahtumatuotanto.

1.1 Menetelmäkuvaus

Joukkoistamista osana Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tuotteistamista lähdettiin kokeilemaan lapsi- ja nuorisoryhmien kanssa. Joukkoistettavat ryhmät edustivat pääsääntöisesti Suomen Nuorisoseurojen taide- ja kulttuuriharrastusryhmiä. Ryhmät kerättiin etsimällä innokkaita ja motivoituneita ammattilais- ja vapaaehtoisohjaajia, jotka uskaltavat heittäytyä oman mukavuusalueensa ulkopuolelle. Koska kyse on täysin toisistaan poikkeavista taide- ja kulttuuriharrastusryhmistä, ohjaajien annettiin valita joukkoistamisen tavat yhteistoiminnallisista kehittämismenetelmistä ohjeistuksen (liite 1) mukaan. Ohjaajille jaettiin myös tarkemmat ohjeistukset menetelmien käyttöön.

Tämän lisäksi kartoitettiin myös edellytyksiä kohdeyleisön joukkoistamisen toteutumiseksi lasten ja nuorten kulttuuritapahtumissa. Kehittämistyön tähän osioon osallistui kuuden valtakunnallisen lapsi- ja nuorisojärjestön toimiala- ja toiminnanjohtajia, joiden johtamat järjestöt ovat myös Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun taustalla. Verkkopohjaisten lasten ja nuorten tapahtumien nykytilanteeseen, haasteisiin ja mahdollisuuksiin syventyminen tapahtui benchmarkkaamalla. Kehittämistyön tähän osioon benchmarkattiin Suomen Partiolaisten maailmanlaajuista verkkopohjaista tapahtumaa.

Joukkoistamisen haasteita ja mahdollisuuksia kulttuuripalveluiden ja -tapahtumien tuotannossa kartoitettiin benchmarkkaamalla suomalaisia kulttuuritapahtumia ja -tuotantoja. Kartoitus toteutettiin sähköpostikyselynä tapahtumien ja tuotantojen johtajille. Ari Salminen pitää (2008, 120) benchmarking-tekniikkaa yhtenä parhaista hallinnon ja johtamisen kehittämistekniikkana. Benchmarking on Salmisen mielestä itsessään oppimisprosessi, jonka avulla pystytään löytämään parempia käytäntöjä muiden organisaatioiden toiminnasta.

1.2 Kehittämistyön tavoitteet ja merkitys ammattialalle

Kehittämistyössä tutkitaan joukkoistamisen hyödyntämistä kulttuuritapahtuman tuotteistamisessa. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tutkimuskohteena käyttämällä selvitetään lasten ja nuortentapahtumien erityispiirteitä joukkoistamisessa. Kehittämistyön tarkoitus on tarjota kulttuuritoimijoille ja -tuottajille välineitä arvioida mahdollisuuksia hyödyntää joukkoistamista osana omaa tuotantoprosessia. Usein kulttuurituotannot ovat hektisinä ja moninaisina työkokonaisuuksina, joissa osallisuus ja joukkoistaminen nähdään lisätyönä ja merkitykseltään marginaalisena. Joukkoistaminen koetaan prosessina usein hitaaksi ja työlääksi. Tuulaniemen mukaan (2011, 73) jokaisen organisaation tulisi kuunnella asiakkaitaan, mutta kuitenkin vain harvalla on kiinnostusta tai resursseja tehdä sitä.

Tämä kehittäminen on tarkoitettu avuksi kulttuurituotannon ammattilaisille oman tuotannon kehittämisessä. Kehittämistyön avulla kulttuurituottajat pystyvät arvioimaan joukkoistamisen hyötyjä omassa tuotannossa tai projektissa. Tämän työn avulla tuottaja pystyy arvioimaan, onko joukkoistamisesta saatu hyöty hyötysuhteeltaan tarpeeksi suuri heidän tuotteistamisprosessilleen. Mikäli tuottaja päätyy käyttämään joukkoistamista osana omaa tuotantoaan, tämä kehittäminen tarjoaa siihen erilaisia näkökulmia. Kehittämistyön tarkoitus on tarjota vastauksia joukkoistamisen herättämiin kysymyksiin. Valtakunnallista Majanrakennuskilpailua kehittämistä joukkoistamisessa tulee huomioida myös kohderyhmän vaatimat eettiset ja pedagogiset näkökulmat. Kehittämistyön keskeisiä käsitteitä ovat joukkoistaminen, tuotteistaminen, palvelumuotoilu, kulttuurituotanto ja kulttuurinen lapsi- ja nuorisotyö.

2 VALTAKUNNALLINEN MAJANRAKENNUSKILPAILU TAPAHTUMANA

Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on lasten tapahtuma, johon osallistutaan laatamalla tapahtuman verkkosivuille kuvia rakennetusta majasta. Taidokkaan majanrakentamisen lisäksi kilpailussa on merkitystä myös mielikuvituksellisilla majatarinoilla ja yhteistyöllä saavutetuilla lopputuloksilla. Vuoden 2012 ja 2013 aikana Valtakunnalliseen Majanrakennuskilpailuun on osallistunut yhteensä yli 2300 lasta. Majoja on kaikkiaan rakennettu lähes viisi sataa. Kilpailu on saavuttanut suosiota ympäri Suomen. Tapahtuma on lasten ideoima tapahtuma eli osallisuuden ja vapaaehtoisuuden teemat ovat olleen siinä vahvasti mukana alusta asti.

Tapahtumaan osallistumisen jälkeen jokainen osallistuja voi äänestää omaa suosikkimajaansa internetissä tapahtuman verkkosivuilla (www.majanrakennus.fi). Äänestys on avoinna osallistujien lisäksi kaikille tapahtumasta kiinnostuneille. Palkittavat majat löytyvät äänestyksen kymmenestä parhaasta sekä tuomareiden palkittavien joukkoon nostamista majoista. Tuomariston jäsenet valitsevat jokainen omasta mielestään ansioituneimmat majanrakentajat ja perustelevat ne haluamallaan tavalla. Valtakunnallisen majanrakennuskilpailun tuomaristoon kuuluu kilpailun keksimisessä ja tuotannossa mukana olleita nuoria sekä edustajat arkkitehtuuria, kulttuuria ja taidetta edustavista tahoista. Tuomariston kokoonpanon vahvistaa Lapset äänessä -hankkeen johtoryhmä.

Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on järjestetty vuosittain osana Opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamaa Lapset äänessä -osallisuushanketta. Kilpailulla edistetään lasten osallisuutta, luovuutta, lisätään lasten taitoja toimia luonnossa ja tiedotetaan lapsen oikeuksista. Kilpailun virallinen suojelija vuonna 2013 on ympäristöministeri Ville Niinistö. Kilpailun tulokset pyritään julkistamaan viimeistään marraskuussa Lapsen oikeuksien päivänä.

Lapset äänessä -hankkeen keskeisenä tavoitteena on kehittää majanrakennuskilpailua eteenpäin, monipuolistaa se selkeäksi ja toimivaksi kulttuurisen lapsi- ja nuorisotyön kokonaisuudeksi. Hankkeen tavoitteena on kehittää lapsille suunnattu valtakunnallinen kulttuuritapahtuma, jossa välimatkat eivät ole esteenä osallistumiselle ja jos-

sa lasten kulttuuri pääsee kukoistamaan monimuotoisena. Tavoitteena on, että lapset pääsevät nauttimaan myös muiden rakentamista majoista sekä uppoamaan majatariinoiden maailmaan.

Lapset äänessä -hanke on järjestänyt vuosittain valtakunnallisen majanrakennuskilpailun, johon on osallistunut ennätyselliset 1300 lasta vuonna 2012. Lapset äänessä -hankkeen yhtenä tavoitteena on löytää valtakunnalliselle verkkotapahtumalle uusi järjestävä taho, koska kilpailun halutaan jatkuvan. Lapset äänessä -hankkeen taustajärjestöissä on sekä poliittisesti että uskonnollisesta värityneitä lapsi- ja nuorisjärjestöjä. Itse hanke ja Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu ovat kaikella tapaa sitoutumattomia. Valtakunnallista Majanrakennuskilpailua ovat toteuttamassa Kansallinen Lastenliitto, Nuorten Kotkien Keskusliitto - NKK, Suomen Demokratian Pioneerien Liitto - SDPL ry, Suomen Setlementtiliitto ry, Suomen Nuorisoseurat ry, Suomen Poikien ja Tyttöjen Keskus - PTK ry ja Vesaisten Keskusliitto ry.

Vuonna 2013 majoja palkitsemassa olivat Arkkitehtuurimuseo, Biolan, Lapin Keittömestarit, Luontoliitto ry, Nuorten Kotkien Keskusliitto - NKK, Rakennusteollisuus RT ry, Serlachius museot, Suomen Demokratian Pioneerien Liitto - SDPL ry, Suomen Setlementtiliitto ry, Suomen Nuorisoseurat ry ja Vesaisten Keskusliitto ry.



1. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun logo 2013.

2.1 Tapahtuman taustat

Tapahtuma on saanut alkunsa, kun kolme 12-13 -vuotiasta nurmijärveläistä tyttöä olivat rakentamassa majaa Nurmijärven Lepsämässä vuonna 2010. Tytöt kokivat majanrakentamisen hauskaksi ja mukavaksi tavaksi viettää aikaa ja toimia yhdessä. Tytöt olivat todella tyytyväisiä rakentamaansa majaan ja arvioivat majansa pärjäävän hyvin majanrakennuskilpailussa, jos sellainen olisi olemassa. Tytöt olivat myös varmoja, että kilpailuun riittäisi osallistujia vaikka joka vuosi. He päättivät ottaa yhteyttä naapurissa asuvaan entiseen pääministeriin Matti Vanhaseen ja pyytää häneltä apua kilpailun järjestäjän löytämiseksi. Tytöt laativat Vanhaselle kirjeen:

*”Arvostettu Matti Vanhanen,
Haluamme järjestää jokavuotisen majanrakennuskilpailun. Maja pitäisi rakentaa luonnonmateriaaleista. Haluaisimme, että antaisit asian ilmi, sillä monet lapset Nurmijärven ja Helsingin alueilla toivovat tätä. Lapset järjestäisivät tiimejä, jotka kilpailisivat keskenään. Olisimme iloisia koko Suomen lasten puolesta jos voisit tehdä asialle jotain. Kiitos kuitenkin!”*

Matti Vanhanen otti yhteyttä lasten ja nuorten järjestöihin varmistaakseen, että lasten idea otettaisiin vakavasti. Järjestöt pitivät ideaa erinomaisena ja tapahtuman tuottaminen yhdistettiin osaksi opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamaa osallisuushanketta. Ensimmäisen kerran tapahtuma järjestettiin vuonna 2011, jolloin Matti Vanhanen lupautui Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun suojelijaksi. Hän oli myös aktiivisesti mukana kilpailun puitteissa järjestetyissä tilaisuuksissa ja tapahtumissa. Tapahtuman keksineet tytöt ovat olleet aktiivisesti mukana kilpailun suunnittelussa. Kilpailun sanomalle on ollut keskeistä tuoda esiin se, että alkuperäinen idea on lähtenyt lapsilta.

2.2 Tuotteistamisen merkitys

Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on tapahtumana vielä varsin nuori. Menestys ja iso osallistujamäärä saavutettiin tapahtuman osalta varsin nopeasti, mikä on pakkottanut tapahtumaa tuottavan organisaation nopeisiin päätöksiin ja linjanvetoihin.

Tapahtuman kohderyhmänä ovat alle 16-vuotiaat lapset ja nuoret kaikkialla Suomessa. Valtakunnallisuutta tavoitellaan internetin kautta. Verkkopohjaista tapahtumaa pidetään parhaana tapana tavoittaa lapsia koko Suomen alueelta.

Tapahtuman nopea käynnistyminen ja tavoiteltu valtakunnallisuus ovat aiheuttaneet sen, että monia tapahtumatuotannon osa-alueita on jouduttu valmistelemaan kiireellä. Tästä syystä monet tuotantoon liittyvät asiakirjat, ohjeistukset ja sopimukset eivät ole huolellisen harkinnan tulosta tai niitä ei edes ole.

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun suosion myötä on käyty keskustelua sekä tapahtumaa järjestävien järjestöjen edustajien että siihen osallistuvien lasten kanssa siitä, onko tapahtumaan mahdollista osallistua muillakin tavoin kuin pelkästään rakentamisen ja tarinoiden kirjoittamisen kautta. Tuotteistaminen ei pelkästään vaikuta tapahtumatuotannon prosessiin, vaan sillä pystytään laajentamaan myös sisällöllistä tarjontaa.

Luovia kerronnan keinoja halutaan nivoa Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun ympärille myös muilla kulttuurin ja taiteen välineillä. Kertomuksilla on huomattu olevan lapsille erityisen tärkeä merkitys. Kerronnallisuus muuttaa tiedon tarinaksi, jolla on selkeästi parempi muistettavuus kuin pelkällä tiedolla (Tuulaniemi 2011, 45).

Tuulaniemi perustelee (mt., 25) tuotteistamisen tärkeyttä sillä, että tuottamisessa huomioidaan palvelutuotteen sosiaalinen, taloudellinen ja ekologinen kestävyys. Nämä kaikki ovat Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun kannalta merkittäviä näkökulmia. Tämän lisäksi tapahtumassa halutaan lisätä kulttuurin ja luovuuden monimuotoisuutta tehokkaasti, ammattimaisesti ja helposti. Tuulaniemen mukaan (mt., 34) helppokäyttöisyys ja käyttäjälähtöisyys lisäävät merkittävästi tuotteen tai palvelun arvoa. Lasten ja nuorten tapahtumassa tämä on erityisen merkittävä asia.

2.3 Tapahtuman arvot ja tavoitteet

Kilpailulla kehitetään lasten osallisuutta, edistetään tietoisuutta jokamiehen oikeuksista, lisätään lasten toiminnallisia luontokokemuksia ja tiedotetaan lapsen oikeuksista.

Kilpailun idea on lähtenyt lapsilta itseltään, jolloin osallisuuden ja kansalaisaktiivisuuden teemat ohjaavat kaikkea tapahtuman toimintaa.

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tavoitteet ovat, että lapsille, nuorille ja heidän erilaisille toimintaryhmille pystytään tarjoamaan räätälöidympiä palveluja laajentamalla Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun osallistumismahdollisuuksia erilaisen taide- ja kulttuurimuotojen kautta. Tuulaniemi arvioi (2011, 36) internetin nostaneen räätälöityjen palveluiden tarjoamismahdollisuudet uudelle tasolle. Lapset ja nuoret käyttävät internetiä ja sen palvelua huomattavasti enemmän kuin vanhemmat ihmiset. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun on tärkeää pystyä tarjoamaan monipuolisia palveluja internetissä.

2.4 Internet lasten ja nuorten tapahtumien areenana

Internet tapahtuma-areenana ei ole mikään uusi juttu. Benchmarkkaus verkkopohjaisesta tapahtumasta kohdistui Suomen Partiolaiset - Finland Scouter ry:n Jamboree On The Internet tapahtumaan. Tapahtuma on partioliikkeen maailmanlaajuinen verkkopohjainen tapahtuma, jota on järjestetty pitkään. Tapahtuma on kehittynyt paljon alkuperäisestä ideastaan sekä tuottajien että asiakkaiden toimesta. Keskustelin Juho Keitaanniemen kanssa. Hän on toiminut muutaman vuoden Jamboree On The Internet -tapahtuman Suomen maakoordinaattorina. Tapahtuma on syntynyt noin kolmekymmentä vuotta sitten.

Jamboree On The Internet eli JOTI-tapahtuma on syntynyt alun perin Jamboree On The Air eli JOTA-tapahtuman ympärille. Jamboree On The Air -tapahtuma on radioamatöörilaitteilla tapahtuva maailmanlaajuinen partiolaisten tapahtuma. Jamboree On The Internet -tapahtuma syntyi ensin epävirallisesti, kun käyttäjät tajusivat, että internet on paljon luontevampi ja helpompi tapa kokoontua ja kohdata. Tapahtuma on siis lähtenyt itsestään siirtymään radioaaltoilta internetin puolelle. Tällä hetkellä tapahtuman tavoite on, että tavoitetaan yhden viikonlopun aikana mahdollisimman monta eri maata ja opitaan mahdollisimman monenlaisten eri teknisten laitteiden käyttöä ympäri maailmaa. Internet virallistettiin tapahtuman järjestämispaikaksi vasta 1990-luvun lopussa. Tapahtuman pääjärjestäjä on kansainvälinen partioliike eli WOSM.

Tapahtuman ensimmäinen ja alkuperäinen tavoite on keskittyä maailmanlaajuisen yhteyden pitämiseen ja verkostoitumiseen. Toissijainen tavoite on erilaisten toimintojen ja ohjelmien tekeminen sekä tekniikan opettaminen. Tapahtuman pitkän historian aikana toimintojen ja ohjelmien merkitys on kasvanut koska pelkästä internetissä olemisesta on tullut niin jokapäiväistä toimintaa nuorille. Tällä hetkellä JOTAan ja JOTlin osallistuu yhteensä noin 1500 henkilöä vuosittain Suomesta, mutta maailman laajuisesti noin miljoonaa henkilöä. Mukana on partiolaisia kaikista maanosista. Ennen internetin virallistamista tapahtuma-areenaksi kohtasi sen kautta noin 1000 henkilöä, mutta nykyään internetin välityksellä kohtaa jo 500 000 partiolaista vuosittain.

Opetettava tekniikka keskittyy nimenomaan siihen, miten maailmanlaajuiset yhteydet on muodostettu. Tapahtuman pääkohderyhmä on 7-22 -vuotiaat lapset ja nuoret. Nuorimmille partiolaisille eli 7-12 -vuotiaille tekniikkaa voidaan opettaa esimerkiksi ohjaamalla askarteluja ja 12-17 -vuotiaille opetus tapahtuu esimerkiksi kolvaustöillä. Tapahtuman vanhin kohderyhmä eli 18-22 -vuotiaat saavat jo lähes yliopistotason opetusta siitä, miten yhteydet oikeasti muodostetaan. Ohjelmia ja tehtäviä jaetaan myös maailman partiolaisten verkkosivujen kautta. Tämän tavoitteena on se, että kaikkialla tehtäisiin samanlaisia harjoituksia ja tuotoksia. Omien töiden tuloksia jaetaan internetin kuvapalveluissa ja sosiaalisessa mediassa ja ne merkitään tageilla eli tunnisteilla. Näin ne ovat kaikkien löydettävissä.

Tapahtumalla on maailmanlaajuisesti alle kymmenen henkilön työntekijäryhmä ja suurin osa tapahtuman tekijöistä on vapaaehtoisia. Keskustelufoorumina toimivat pääsääntöisesti IRC-tekniset alustat, joihin koulutetaan noin 50-100 vapaaehtoista valvojaa.

Keitaanniemi esittelee tapahtuman tulevaisuuden haasteena internetin jokapäiväistymisen. Sekä heidän että Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun kohderyhmä saattaa jopa päivittäin pelata erilaisia yhteisöllisiäkin internetpelejä. Keitaanniemi pohtii, miten saada nuorten mielenkiinto ylläpidettyä juuri heidän tapahtumaansa, kun nuoret voisivat tehdä vastaavaa itse milloin tahansa. Toinen haaste on, että miten saada lasten ja nuorten vanhemmat vakuutettua siitä, että juuri tämä internetissä järjestettävä tapahtuma on hyödyllistä ohjelmaa ja kasvattavaa tekemistä kaiken inter-

netissä olevan epäilyttävän sisällön rinnalla. Internetissä järjestettävän tapahtuman mahdollisuus on sen edullisuus, koska osallistujien ei tarvitse huolehtia matkakuluista, osallistumismaksuista tai muista vastaavista maksuista.

Keitaanniemi näkee internetissä olevan paljon potentiaalia, mutta pitää entistäkin haastavampana tuottaa uutta ja tarpeeksi erilaista sisältöä, josta kohderyhmä kiinnostuisi riittävästi. Hänen mukaansa tapahtuman tulee olla tarpeeksi erilainen nimenomaan sisällöltään ja pelkkä kohtaaminen tai internet-alustana toimiminen ei enää riitä. Anna-Maija Issakaisen artikkelin mukaan (2009, 57) lapset eivät nykyään enää pelkästään pelaa internetissä pelejä, vaan käyttävät siellä aikaa myös tiedon hakuun, piirtämiseen, kirjoittamiseen ja tiedon välitykseen.

Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu poikkeaa partiolaisten verkossa tapahtuvasta tapahtumasta siten, että jälkimmäisen osallistujat ovat jo jotenkin mukana partion toiminnassa ja näin tavoitettavissa suoraan monen eri tekniikan ja välineen kautta. Yhteistä Valtakunnalliselle Majanrakennuskilpailulle ja JOTA sekä JOTI-tapahtumille on se, että niistä on mahdollisuus tilata osallistumistodistus. Lapsille ja nuorille osallistumistodistus on ensinnäkin tärkeä muisto, mutta se hälventää myös vanhempien huolta konkreettisenä todisteena tapahtumasta. Issakaisen artikkelin mukaan (2009, 55) internetillä pelätään olevat epäsuotuisia vaikutuksia etenkin lapsiin, nuoriin ja heidän mieliinsä. Internet nähdään helposti paikkana, jossa voi tekeytyä muuksi henkilöksi tai saada huonoja vaikutteita maailmalta. Lasten ja nuorten verkkopohjaisten tapahtumien uskottavuus vanhempien silmissä on olennaista tapahtumien onnistumisen kannalta.

2.5 Tapahtuman erityispiirteet

Valtakunnallista Majanrakennuskilpailua toteuttaessa erittäin merkittävässä roolissa on toiminnan vastuullisuus. Kilpailun kohderyhmä koostuu alaikäisistä lapsista ja nuorista, joiden toiminnasta heidän vanhempansa ovat vastuussa. Valtakunnallista Majanrakennuskilpailua tuottava taho tai sen taustalla olevat hankejärjestöt eivät pysy ottamaan vastuuta eri puolilla Suomea rakennettavista majoista, rakentamisen tur-

vallisuudesta tai rakenteiden kestävydestä. Tästä syystä kilpailuun osallistuminen tapahtuu vanhempien kautta.

Kilpailun sääntöjen mukaan kilpailuun voi osallistua internetin välityksellä vain, jos ilmoittautumisen tekee huoltaja, opettaja, ryhmän ohjaaja tai jokin muu vastaava. Tapahtuman kaikissa ohjeistuksissa ja verkkosivuilla majanrakennuksesta kiinnostuneita lapsia ja nuoria kehoitetaan keskustelemaan rakennusaikeista ensin vanhempien kanssa. Kaikissa ohjeistuksissa painotetaan myös turvallisuutta, suojautumista ja kärsivällisyyttä, jolloin riskejä pystytään pienentämään.

Könnölä ja Rinne kirjoittavat (2001, 17), että vastuullisuus ei ole mikään uusi oppi vaan kaiken toiminnan perusta. Heidän mukaansa on sitten kyse liiketoiminnasta tai mistä tahansa muusta toiminnasta, niin vastuullisuuden aihiot ovat samat. Se pitää sisällään pohdintaa hyvästä ja pahasta sekä oikeasta ja väärästä. Könnölä ja Rinne (mt., 16) painottavat vastuullisuuden yltävän tuotannon tai toiminnan jokaiseen osaluueeseen eikä pelkästään toiminnan tavoitteeseen. Heidän mielestään olennaista on myös, että vastuullisuus ei ole pelkästään organisaation vaan sen jokaisen työntekijän vastuulla. Organisaation teot puhuvat puolestaan vain silloin, kun kaikki osapuolet toimivat yhdessä sovittujen toimintaperiaatteiden mukaisesti.

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tuottajien ei tule panostaa vastuullisuuteen pelkästään keventääkseen omaa omaatuntoaan, vaan huolehtiakseen aidosti tapahtuman turvallisuudesta ja eettisyydestä. Kaikki, mitä tapahtuman tai tuotteen eteen tehdään tai jätetään tekemättä, on helppo nykyisillä viestinnällisillä välineillä jakaa ympäri maailmaa hetkessä (Tuulaniemi 2011, 48).

3 KEHITTÄMISTYÖN PROSESSI ASKEL ASKELEELTA

Tämä kehittämistyö kumpuaa vahvasti työelämän tarpeesta. Yksi Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun keskeisistä arvoista on osallisuuden edistäminen, joten myös tapahtuman kehittämisessä ja tuotteistamisessa halutaan hyödyntää joukkoistamista. Tapahtuma tulee kehittää ja tuotteistaa tapahtumapaketiksi, jolloin se voidaan helpommin siirtää seuraavalle järjestäjälle. Työn tilaajana toimii Suomen Nuorisoseurat ry, joka on valtakunnallinen ja merkittävä kulttuurisen lapsi- ja nuorisotyön toimija. Kehittämistyön keskeisimmät käsitteet ovat joukkoistaminen, tuotteistaminen ja kulttuurinen lapsi- ja nuorisotyö.

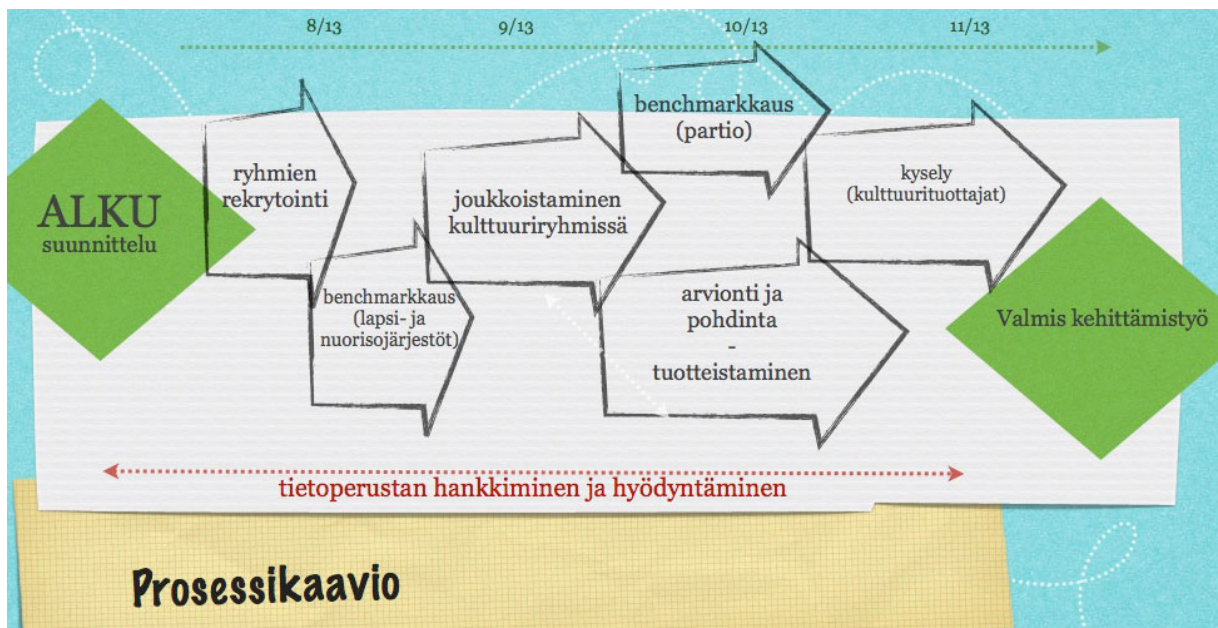
Tapahtuman kehittämistä ja tuotteistamista kokeiltiin joukkoistamalla lasten kulttuuri- ja harrasteryhmiä. Lasten ryhmien ohjaajat saivat valita yhteistoiminnallisista menetelmistä parhaiten omille ryhmille soveltuvat. Ohjaajiin otettiin aluksi yhteyttä puhelimitse ja ohjeet joukkoistamiseen heille lähetettiin sähköpostitse (liite 1). Joukkoistamisprosessin jälkeen ohjaajilta kerättiin palaute sähköpostin välityksellä. Palaute kerättiin esittämällä ohjaajille joukkoistamiseen liittyviä kysymyksiä (liite 2).

Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden mukaan (2009, 143) luovuus on uuden kehittämisen keskipisteessä, sillä ilman kykyä innovoida kehittäminen laantuu. Se, mitä luova yksilö tai ryhmä tuottaa, on heidän tuottamansa tuote (Uusikylä 2012, 59). Ryhmien ohjaajia pyydettiin syventymään aiheeseen noin 20-30 minuuttia harrastuskerhon alusta. Yhteistoiminnallisina kehittämismenetelminä sai käyttää Osbornen listaa, aivoriisiä, 8 x 8 -menetelmää, Kuutta ajatteluhattua tai Kaukaisia ajattelumalleja. Kyseiset menetelmät ovat yleisimpiä ryhmätyöskentelyssä käytettyjä kehittämistyökaluja. Ohjaajat keräsivät joukkoistamisesta palautteet lapsilta ja ohjaajilta palautteet pyydettiin sähköpostitse. Ohjaajat raportoivat joukkoistamisen sujuvuudesta sekä menetelmien tuloksista.

Joukkoistamisen ja osallisuuden edellytyksiä lasten ja nuorten tapahtumissa kartoitettiin benchmarkkaamalla kuutta valtakunnallista lapsi- ja nuorisojärjestöä. Vastaukset kerättiin postitse tai sähköpostitse. Benchmarkkaus suoritettiin ennen joukkoistamisprosessia, että saataisiin luotua asiantuntijoiden näkemysten pohjalta mahdolli-

simman hyvät puitteet joukkoistamiselle. Suomen Partiolaista verkkopohjaista tapahtumaa benchmarkattiin puhelimitse verkkopohjaisten lasten ja nuorten tapahtumien nykytilanteesta.

Joukkoistamisen tunnettavuutta ja muotoja tutkittiin benchmarkkaamalla erilaisia suomalaisia kulttuurituotantoja ja -tapahtumia. Tähän osioon osallistui 12 tuotantoalan tuottajaa ympäri Suomea. Heille esitettiin sähköpostitse kuusi joukkoistamiseen liittyvää kysymystä.



2. Kehittämistyön prosessin eteneminen.

3.1 Kulttuurinen lapsi- ja nuorisotyö

Kulttuurinen lapsi- ja nuorisotyö ymmärretään yleisesti lapsen tai nuorten kasvun tukemiseksi kulttuurin avulla tai menetelmillä. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu yhdistää luonnonsuojelun ja -kunnioittamisen teemoja kulttuurisen lapsi- ja nuorisotyön kanssa. Tuloksena on lasten ja nuorten luovuutta sekä jokamiehen oikeuksia edistävä tapahtumakokonaisuus, jossa kohderyhmä pystyy itse vaikuttamaan tapaan, jolla omaa itseään ja suhdetta luontoon pohditaan.

Nuori Kulttuuri -säätiö määrittelee kulttuurisen nuorisotyön välineeksi, jolla nuori pystyy tutkimaan itseään, yhteiskuntaa ja taidetta. Säätiön mukaan kulttuuri ja taide voivat parhaimmillaan olla välineitä, joiden mukana nuori voi muuntaa todellisuutta erilaisiin näkökulmiin, joita on helpompi ymmärtää. Nuori Kulttuuri -säätiö jaottelee kulttuurisen harrastuksen kolmeen ulottuvuuteen. Yhteiskunnallisen ulottuvuuden kautta lapsi tai nuori ottaa ympäriltään kokemansa ja muuntaa siitä oman tulkintansa ja luomuksensa. Osallisuus on toiminnassa sisäänrakennettuna alusta saakka, jolloin sitä eri tarvitse enää prosessin aikana varmistella. Tästä selkeänä seurauksena on aktiivisen kansalaisuuden kehittyminen. Henkilökohtaisen ulottuvuuden kautta nuori saa taiteesta ja kulttuurista tukea omaan kasvuunsa. Taide ja kulttuuri tarjoavat suojan, jonka varjossa nuori voi kokeilla erilaisia rooleja turvallisessa ympäristössä. Taiteellinen ulottuvuus avaa taiteen merkitystä sekä välineenä että lopputuloksena. (Nuori Kulttuuri -säätiö 2013.) Nuori Kulttuuri -säätiön määritelmä kulttuurisesta nuorisotyöstä kuvaa hyvin koko kulttuurisen lapsi- ja nuorisotyön toimialan toimintaa. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu tarjoaa lapsille mahdollisuuden tutkia itseään ja omia vahvuuksiaan, aktivoitua osana yhteiskuntaa ja kehittää omia taitojaan tehdä taidetta.

3.2 Joukkoistaminen

Joukkoistaminen on käsite, jonka mainitsi ensimmäistä kertaa tuntematon keskustelija internetin keskustelupalstalla. Termin ovat vakiinnuttaneet käyttöön yhdysvaltalaiset Jeff Howe ja Mark Robinson (Schenk ja Guittard 2010, 2). He määrittelevät joukkoistamisen prosessin kolmeen erilaiseen toimijaan: yksilöiden (yleisö) joukko, joukkoistamisesta hyötyvä organisaatio tai tuotanto sekä ”alusta”, joka luo linkin näiden kahden välille. Tämän jaottelun mukaan alusta on olennaisin osa joukkoistamista, koska se mahdollistaa kommunikaation organisaation ja yleisön välillä.

Eduskunnan verkkosivuilla (Eduskunta 2013) joukkoistaminen määritellään erilaisten toimijoiden ja osallistujien vahvemiksi osallistamiseksi erilaisiin hankkeisiin, videoihin tai vaikka aineiston jakamiseen internetin kautta. Joukkoistamisen hyötyjä ovat edullisuus, monipuolisemmat tulokset, vähäiset riskit, asiakkaiden sitoutuminen ja laaja tarjonta. Yksilö puolestaan kokee luomisen iloa, uuden oppimista, yhteisöllisyyt-

tä. Hän kartuttaa mainetta ja kunniaa, halua auttaa, hauskuutta tai osoittaa kiintymystä brändiin. Usein ammattilaiset tai asiantuntijat haluavat osallistua joukkoistamiseen, koska haluavat saada kohderyhmänä olevat lapset mukaan.

Ongelmia joukkoistamisessa voi aiheutua, mikäli osallistujilla ei ole selvää motivaatiota osallistua, joukkoistamisen tuloksia ei viedä eteenpäin, osallistujat jätetään liian yksin tehtävän kanssa tai tehtävänanto on liian laaja. Yleensä joukkoistamista käytetäänkin esimerkiksi testaamiseen, ideointiin, innovointiin, tuotekehittelyyn tai visuaaliseen suunnitteluun. Majanrakennuskilpailun osalta joukkoistamista käytettäisiin nimenomaan tapahtumakokonaisuuden sisällön kehittämiseen ja tuotteistamiseen.

James Surowiecki kirjoittaa (2007) kirjassaan ”Joukkojen viisaus” joukon viisaudesta ja kollektiivisesta älykkyydestä. Hänen mukaansa pelkästään älykkäistä ja viisaista yksilöistä koostuva joukko voi jopa pärjätä luovissa tehtävissä huonommin kuin kaipa-alaisemmin asioita tarkastelevat yksilöt. Surowiecki määrittelee viisaalle joukolle neljä ehtoa: ryhmän tulee olla toisistaan riippumattomia, joukon on oltava monipuolinen, sen tulee toimia hajautetusti ja lopulta näkemykset on tuotava yhteen.

Joukkoistaminen lisää myös tietoisuutta ja tehostaa tiedotusta. Joukkoistamisen hyötyihin lasketaan ehdottomasti monimuotoisuuden mahdollistaminen, verkostojen vahvistaminen sekä uusien luominen. Joukkoistamisella myös heikot signaalit voivat tulla kuulluiksi. Näin pystytään ennakoimaan tulevia trendejä ja tavoitteita. (Hintikka 2011, 118.)

Joukkoistaminen mahdollistaa kulttuurin kuluttajan osallistumisen muihinkin tuotannon osa-alueisiin kuin pelkästään palvelun hankkimiseen. Salmenkiven ja Nymanin mukaan (2007, 247-249) yleisön osaamista voidaan hyödyntää tuotannon kuudessa eri osa-alueessa:

- yleisö tietää (kuluttajainnovaatio)
- yleisö tekee (kuluttajatuotanto)
- yleisö päättää (kuluttajakontrolli)
- yleisö kertoo (kuluttaja-arviointi)
- yleisö rahoittaa (kuluttajarahoitus)

- yleisö jakelee (kuluttajalogistiikka)

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun kehittämisessä ollaan kiinnostuneita siitä, miten joukkoistaminen toimii kuluttajainnovaatioiden tekemisessä. Joukkoistamisella haetaan vaihtoehtoja erilaisten kulttuuri- ja taidemuotojen tuomisesta osaksi tapahtumaa. Näin pyritään luomaan useampia lapsia palveleva tapahtumakokonaisuus, jossa tapahtuman kohderyhmä pääsee hyödyntämään luovuutta ja mielikuvista mahdollisimman usealla eri tavalla.

3.3 Tuotteistaminen

Tuotteistamisella halutaan varmistaa Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun järjestämisen jatkossakin. Selkeästi tuotteistetulla tapahtumakokonaisuudella mahdollistetaan tapahtuman tuottaminen kevyellä tuotantokoneistolla, jolloin se ei vaadi välttämättä usean henkilön työpanosta. Tuotteistamisella halutaan luoda tapahtumakokonaisuus, joka on helppo hankkia ostopalveluna esimerkiksi joltain järjestöltä.

Valtakunnallisesta Majanrakennuskilpailusta on olemassa käsikirja, joka on luotu tapahtuman tuottamisen avuksi jo ensimmäisenä vuonna. Käsikirjaa ei ole julkaistu, vaan se siirtyy tapahtuman järjestäjältä tuottajalle sähköisenä kansiona. Käsikirjaa on päivitetty tarpeen mukaan, mutta nyt siitä halutaan luoda kokonainen tapahtumatuotannon materiaalipaketti. Luomalla kokonainen materiaalipaketti Valtakunnallisesta Majanrakennuskilpailusta voidaan säästää useita henkilötyöpäiviä. Tapahtumaa tuottanut Lapset äänessä -hanke on päättymässä, jonka jälkeen tapahtuma on oltava siirrettävissä helposti uudelle järjestäjälle.

Jari Parantainen painottaa (2007, 240), että on olennaista konkretisoida aineetonkin tuote. Kokoamalla tuotteistamisen tulokset käsikirjamalliseksi materiaalipaketiksi pysytään vakuuttamaan niin ostaja, rahoittaja tai asiakas. Parantainen (mt., 252) listaa valmiin tuotteen materiaalipaketin koostuvan seuraavista osista:

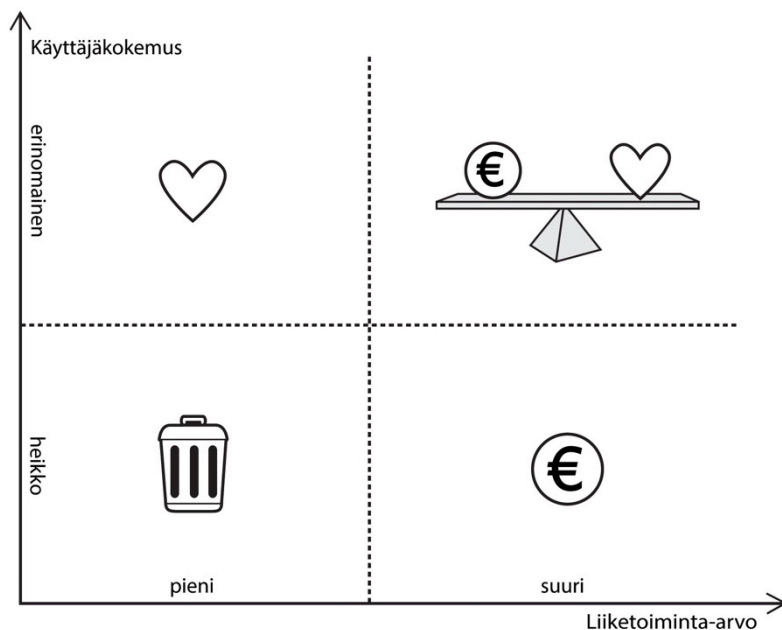
- myyntiesitys
- työohje

- tarkistuslistat
- koulutusmateriaalit
- esite
- tuotelaatikko
- hinnasto
- kysymyksiä & vastauksia -ohje
- tilausvahvistus/sopimusmalli

Vakuuttavasta materiaaalipaketista muodostuu kokonaisuus myös tapahtuma- ja kulttuurituotannoissa. Vaikka tuottaja olisi myymässä aineetonta kulttuurikokonaisuutta, sitä on paljon helpompi myydä, mikäli kaikki siihen liittyvä materiaali on esimerkiksi samoissa kansissa tai sillä on tasokas graafinen ilme.

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tuotteistamiseen liittyvien ohjeistusten lisäksi on tärkeää pystyä tarjoamaan selkeitä ja helppoja ohjauksellisia paketteja myös majarakennusta ohjaaville opettajille ja ohjaajille. Heidän on huomattavasti helpompi osallistua tapahtumaan, mikäli heille voidaan tarjota helpon työvälineet, joita on helppo soveltaa oman ryhmän kanssa ohjauksessa. Tästä syystä massapostitus tapahtuman markkinoinnissa ei ole tapahtuman kannalta välttämättä paras vaihtoehto. Mikäli pystytään varmistamaan vuoropuhelun tapahtumatuotannon ja ohjaajien välillä, pystytään tarjoamaan heille mahdollisimman pitkälle räätälöidyn palvelun (Tuulaniemi 2011, 48).

Tuulaniemen (mt., 106) luoman palveluideoiden arviointimatriisin mukaan tuotteistamisessa tulee pyrkiä löytämään tuotteelle tai palvelulle mahdollisimman suuri liiketaloudellinen arvo, jonka asiakas tai käyttäjä on valmis maksamaan. Liiketoiminnan jatkuvuuden kannalta on myös merkityksellistä saada maksava asiakas hyötymään tuotteesta tai haluamaan sitä mahdollisimman paljon. Paras lopputulos saavutetaan, kun sekä liiketoiminta-arvo että käyttäjäkokemus yhdistyvät samassa tuotteessa. Kehittämistyön aikana Tuulaniemen arviointimatriisia sovelletaan Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun näkökulmasta (kts. s. 38).



3. Käyttäjäkokemuksen ja liiketoiminta-arvon suhde tuottamisessa (Tuulaniemi 2011, 106)

3.4 Joukkoistaminen lasten kulttuuritapahtumissa

Lasten kulttuuritapahtumisen yhteydessä joukkoistamista tarkastellaan usein kohde-ryhmän erityisyyden näkökulmasta. Kun lasten ja nuorten järjestöjen toiminnan- ja toimialajohtajia pyydettiin määrittelemään joukkoistamisen kahdeksan menestystekijää lasten tapahtumien osalta, saatiin mielenkiintoinen kokonaisuus joukkoistamiseen liittyviä avainsanoja ja näkökulmia. Kyselyyn vastanneet järjestöt ovat Lapset äänessä -hankkeen taustajärjestöjä. Lasten joukkoistamisesta puhuttaessa ei voida ohittaa osallisuuden ja osallistumisen käsitteitä. Osallisuudella tarkoitetaan kaiken inhimillisen toiminnan läpäisevää asennetta, jossa jokainen tulee kuulluksi tai nähdyksi omalla itsenään ryhmän, yhteisön ja yhteiskunnan tasolla (Herranen & Junttila-Vitikka 2010, 2).

Kyselyyn vastasi kuusi lapsi- ja nuorisoalan järjestössä johtavassa asemassa olevaa henkilöä. Yhtä lukuun ottamatta he kaikki nostivat kulttuuritapahtuman joukkoistami-

Kyselyssä nousseista sanoista kerättiin avainsanalista, joka syötettiin Tagxedo-palveluun. Se visualisoi avainsanoista pilven korostaen eniten esiintyneitä sanoja. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun joukkoistamisprosessissa esitetyt näkökulmat ovat ensiarvoisen tärkeitä. Kyselyyn vastanneet ovat lastentapahtumien ammattilaisia, mutta edustavat myös Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun arvoja tapahtuman taustajärjestöinä. Lasten osallisuus- ja joukkoistamistyössä tärkeäksi koetaan turvallisuuden takaaminen ja lapsen kuulluksi ja nähdyksi tuleminen. Joukkoistamisessa merkityksellistä on avoimuuden ja vaikuttamisen mahdollistaminen.

4 ”KOHTI KATTAVAA TULEVAISUUTTA” – JOUKKOISTAMINEN KÄYTÄNNÖSSÄ

Suomen Nuorisoseurat ry:n toiminta on monimuotoista kulttuurista lapsi- ja nuorisotoimintaa, jonka keskeisimmät lajit ovat tanssi, teatteri ja sirkus. Kehittämistyötä varten otettiin yhteyttä useisiin eri kulttuurisen nuorisotyön harrastusryhmiin. Ryhmät ovat Suomen Nuorisoseurat ry:n toiminnassa mukana olevia lasten ja nuorten harrastusryhmiä. Kaiken kaikkiaan yhteyttä otettiin 19 harrastusryhmään, joista mukaan saatiin 11 ryhmää. Joukkoistamiseen osallistui yhteensä 58 lasta, jotka olivat iältään 7-15 -vuotiaita. Ensimmäinen yhteydenotto tehtiin puhelimitse ryhmien ohjaajiin. Suurin osa ohjaajista oli kiinnostuneita työskentelystä, mutta osa koki kehittämistyön mukaan lähtemiseen haasteellisena. Yleisimmät syyt olla lähtemättä mukaan liittyivät ajanpuutteeseen tai uuteen ohjattavaan ryhmään. Mukaan lähti kaikkiaan 6 teatteriryhmää, 3 tanssiryhmää ja 2 sirkusryhmää.

Kehittämistyön joukkoistamisessa mukana olleet ryhmät lähtivät kehittämään Valta-kunnallista Majanrakennuskilpailua yhteistoiminnallisten kehittämismenetelmien kautta. Työstö tapahtui käytännössä kahdessa osassa. Ensimmäisessä osassa ryhmät tutustuivat tapahtumaan, sen muotoihin ja tavoitteisiin. Toisessa osiossa ryhmät suorittivat varsinaisen kehittämisosion joukkoistamalla. Varsinaisen joukkoistamisprosessin jälkeen ohjaajilta kerättiin palaute sähköpostitse.

Kiistattomasti suosituin menetelmä joukkoistamisessa oli 8x8 -menetelmä. Seitsemän ryhmää oli käyttänyt kyseistä yhteistoiminnallista kehittämismenetelmää. Osa ohjaajista oli muovannut menetelmästä kuitenkin omalle ryhmälle soveltuvan. Kaiken kaikkiaan seitsemän ryhmää käytti sitä. Neljä ryhmää puolestaan valitsi menetelmäkseen aivoriihen. Ohjaajat kertoivat näiden menetelmien olevan helppoiten omaksuttavissa ja helppokäyttöisimpiä yhteistoiminnallisista kehittämismenetelmistä. Lasten kanssa joukkoistamista kokeillessa pidettiin tärkeänä, että prosessiin on helppo osallistua.

4.1 Lasten joukkoistamisen tulokset

Joukkoistamisen avulla saatiin varsin toisistaan poikkeavia tuloksia eri ryhmiltä. Lapset pitivät majanrakennuksen teemana niin mielenkiintoisena, että harhautuvat helposti miettimään ja suunnittelemaan omia majojaan. Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden mukaan (2009, 144) luova toiminta ryhmässä vaatii ryhmän ohjaajalta hyviä ryhmän vetäjän taitoja ja luovan ongelmaratkaisun menetelmien hallintaa. Heidän mielestä avoimen ja luovan tunnelman luominen on ensiarvoisen tärkeää luovan prosessin kannalta. Luovuudelle tulee antaa tilaa, mutta samaan aikaan ryhmän toiminnan on oltava kurinalaista ja ohjattua. Kehittämistyön aikana ilmeni, että luovuuden mahdollistaminen ja sitä rajoittavien tekijöiden poistaminen, tekee lasten kanssa työskentelystä tuloksellisempaa.

Tanssiryhmien joukkoistamisen tuloksena majanrakennuskilpailu näyttäytyy esimerkiksi koreografiakilpailuna. Lasten mielestä kilpailuun voisi osallistua suunnittelemalla ryhmässä tai yksin majanrakennuskoreografian, joka kuvaisi hyvin luontoon rakennettua majaa. Toinen esiin noussut näkemys oli majanrakennusaiheinen tanssiesitys, joka voisi ilmentää mitä tahansa tanssin lajia tai muotoa. Teatteriharrastusryhmissä pohdittiin majanrakennusaiheista improvisaatiokilpailua tai teatteriesitystä. Lapsista olisi myös hienoa, jos kilpailuun pystyisi osallistua lausumalla majanrakennusaiheisia runoja tai kertomalla hauskoja majanrakennusaiheisiä tarinoita.

Sirkusryhmässä nousi esiin majan rakentamisesta esimerkiksi ihmispyramidin kautta. Lapset innostuivat myös majanrakennusteemaisen sirkusmajan rakentamisesta, jossa jokaisella sirkustaiteilijalla olisi mahdollisuus esiintyä. Kaikkiaan kolmesta eri ryhmästä nousi esiin ajatus siitä, miten tarkasti eri taide- tai kulttuurilajit tulee rajata tai kategorisoida Valtakunnalliseen Majanrakennuskilpailuun osallistuessa. Lapset kokivat liian kategorisoinnin rajoittavan luovuutta ja mielikuvitusta.

Uusikylän mielestä (2012, 41) kun luovuuden kautta toteutetaan itseään, tuotteen lopputuloksella ei ole väliä. Hänen mukaansa melkein jokaisella lapsella on kyky tehdä esimerkiksi runo, maalaus tai laulu, koska he pystyvät helpommin tarkastelemaan maailmaa aina uusin silmin. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun kehittämistyö

tähtää siihen, että osallistuvien lasten tapaa ilmaista luovuuttaan ei rajata vain johonkin tiettyyn välineeseen.

4.2 Palaute joukkoistamisesta

Lapsia osallistui joukkoistamiseen yhteensä 58. Lapsista 41 vastasi joukkoistamisen olleen positiivinen kokemus. Seitsemän lasta koki joukkoistamisen negatiivisena ja 10 ei osannut sanoa. Positiivisesti joukkoistamisen kokeneet lapsista kommentoivat joukkoistamisen olevan hauskaa tai kivaa tekemistä, jossa sai käyttää mielikuvitusta. Negatiivisesti joukkoistamisen kokeneet lapset kommentoivat palautteissaan joukkoistamista outona tai kummallisena toimintana, mikä kertoo siitä, että joukkoistamisen motivointi ei ole täysin onnistunut. Palautteissa yksi lapsista pohti myös, miksi heidän piti pysyä tiukasti oman taiteenlajinsa piirissä, eikä saanut yhdistää eri lajeja keskenään. Yhdessä ryhmässä tekemiseen ja toimintaan tottuneet lapset olivat kysyneet joukkoistamisen yhteydessä, miksi tällaista tehdään osana kerhotoimintaa, koska voitaisiin myös leikkiä. Kaikki olivat kuitenkin olleet halukkaita suorittamaan tehtävän loppuun.

Ryhmien ohjaajilta saatu palaute oli pääsääntöisesti myös positiivista. Yhdestätoista ryhmänohjaajasta yhdeksän kertoi joukkoistamisen toimineen sujuvasti ja mielekkäästi. Kaksi vastanneista ohjaajista sanoi työskentelyn olleen hankalaa. Haasteellisenä ohjaajat näkivät joukkoistamiseen vaaditun ajan löytämisen, tilanteen hallussa pitämisen tai epätarkan ohjeistuksen. Ohjaajapalautteessa nousi esiin konkreettisemmän ohjeen tai apuvälineen tarve. Joukkoistamisprosessin nähtiin mahdollistavan tajunnanvirran. Ohjauksen tueksi kaivattiin myös tietoa siitä, miten moni ajatuksesta on toteutettavissa. Nämä ongelmat kertovat siitä, että ohjaajille olisi ollut syytä järjestää erillinen koulutustilaisuus joukkoistamisen toteuttamiseksi. Paul Trottin mukaan (2008, 233) luottamus on aina henkilökohtainen päätelmä, jonka ohjaaja voi kehittämistyössä ansaita kehitystyötä tekevilta henkilöiltä. Joukkoistamisen onnistuminen Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun kehittämisessä edellyttää luottamussuhteen olemassaoloa lasten ja ohjaajien välille.

Positiivisena joukkoistamista pitäneet ohjaajat kokivat prosessin hauskana ja virkistävänä haasteena, jonka kautta pääsi kokeilemaan uusia harjoituksia oman ryhmän kanssa. Joukkoistamiseen oli käytetty keskimäärin 20 minuuttia. Joukkoistaminen ei siis välttämättä vaadi kovinkaan pitkää aikaa tai sitoutumista, mutta sen aloittaminen ryhmässä koetaan haastavana.

Yleisesti ottaen joukkoistaminen oli sujunut sekä lasten että ohjaajien mielestä varsin hyvin. Teemana majanrakentaminen kiinnostaa lapsia. Haasteet olivat lähinnä hetkeä tai tilannetta rajoittavia puitteita kuten aika, tila tai ohjeistus. Ohjeistus haluttiin pitää mahdollisimman epätarkkana, että ohjaajat ja lapset pystyvät toimimaan mahdollisimman luovalla tavalla. Joukkoistamiseen ryhtyminen ja siinä alkuun pääseminen koettiin haastavana, mutta prosessin etenemisessä ei ongelmia kerrottu olevan. Prosessin alku koettiin haastavana liian lavean ohjeistuksen vuoksi ja siksi, että lapset olivat odottaneet harrastustoimintakerralta erilaista toimintaa. Pienimmät joukkoistamiseen osallistuneet lapset eli 7-11 –vuotiaat kokivat joukkoistamisen vaikeaksi ja he tarvitsivat apua esimerkiksi kirjoittamisessa.

5 JOUKKOISTAMINEN KULTTUURITAPAHTUMAN TUOTTEISTAMISESSA

Kun joukkoistamista käytetään monialaisen kulttuuripalvelun tuotteistamiseen, on järkevää lähteä hyödyntämään palvelumuotoilullisia näkökulmia. Jotta voimme ymmärtää, mistä tulevassa tuotteessamme tai palvelussamme oikein on kysymys, meidän kannattaa pilkkoa sekä tapahtumamme että tavoitteemme pienempiin osiin ja osakokonaisuuksiin (Tuulaniemi 2011, 58). Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun osalta varsinaisessa lähtötilanteessa osien pilkkominen rajautui lähinnä varsinaiseen majanrakennukseen, sen ohjattavuuteen ja tarinoiden kirjoittamiseen. Tavoitteita tapahtumalla on paljon, mutta nekin oli rajattavissa ohjeistusten ja ohjattavuuden selkiyttämiseen sekä erilaisten kulttuurimuotojen saamiseen tapahtumaan mukaan mahdollisimman helpolla tavalla. Palvelumuotoilu auttaa kohdentamaan tuotannon sisäisiä prosesseja ja toimenpiteitä lähemmäs lopullista palvelun kuluttajaa (mt., 97). Palvelumuotoilu auttaa tarkastelemaan Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun kehittämistä nimenomaan asiakaslähtöisesti.

Tapahtumamme osalta lasten ja nuorten joukkoistaminen tuotteistamisessa toi eteen olennaisen kysymyksen: miten tiukat raamit meidän tulee luovalle toiminnalle asettaa tapahtumamme osalta? Liian tiukkojen raamien määrittelyminen saattaa rajoittaa lasten luovaa työtä. Risto Harisalon mukaan (2011, 104) luovuus tuottaa jotain uutta ja hyödyllistä. Hänen mukaan luovuus ei ole itsetarkoituksellista toimintaa, mikä syntyy, kun ihmiset ovat tyytymättömiä asioihin.

5.1 Lasten joukkoistamisen erityisyys

Kehittämistyötä tehdessäni havaitsin, että on erityisesti syytä huomioida lasten ja nuorten parissa tehtävän työn eettiset ulottuvuudet. Ryhmien vetäjien ohjeistuksesta tulee tehdä mahdollisimman joustavat, että pedagoginen työskentely mahdollistuu parhaalla mahdollisella tavalla. Tapahtumasta on tärkeää muokata sellainen, että vanhemmat ovat koko ajan tietoisia lastensa tekemisistä ja ovat huolehtimassa lasten turvallisuudesta. Tämä tulee huomioida muokatessa joukkoistamisella saatuja tuloksia osaksi majanrakennuskilpailua.

Kulttuurisella lapsi- ja nuorisotyöllä tarkoitetaan lapsen tai nuoren kasvun tukemista taiteen tai kulttuurin keinoin. Osallisuudella tarkoitetaan sitä, että lapsi tai nuori voi olla itse määrittelemässä työn sisältöä, toteuttamassa sen osa-alueita haluamallaan tavalla ja arvioimassa niitä jälkikäteen. Katri Ojasalon, Teemu Moilasen ja Tommi Ritalahden mukaan (mt., 176) osallistavalla menetelmällä tarkoitetaan tutkimusmenetelmää, jossa kohderyhmän toimijat tuottavat tietoa tutkimus- ja kehittämistehtävän ratkaisemiseksi. Vaikuttamisella ja sen välineillä halutaan alleviivata kohderyhmän jäsenen mahdollisuutta kertoa oma mielipiteensä asioihin. Kehittämistyössäni on oleellista, että keräsimme tietoa ja materiaalia koko prosessin ajan.

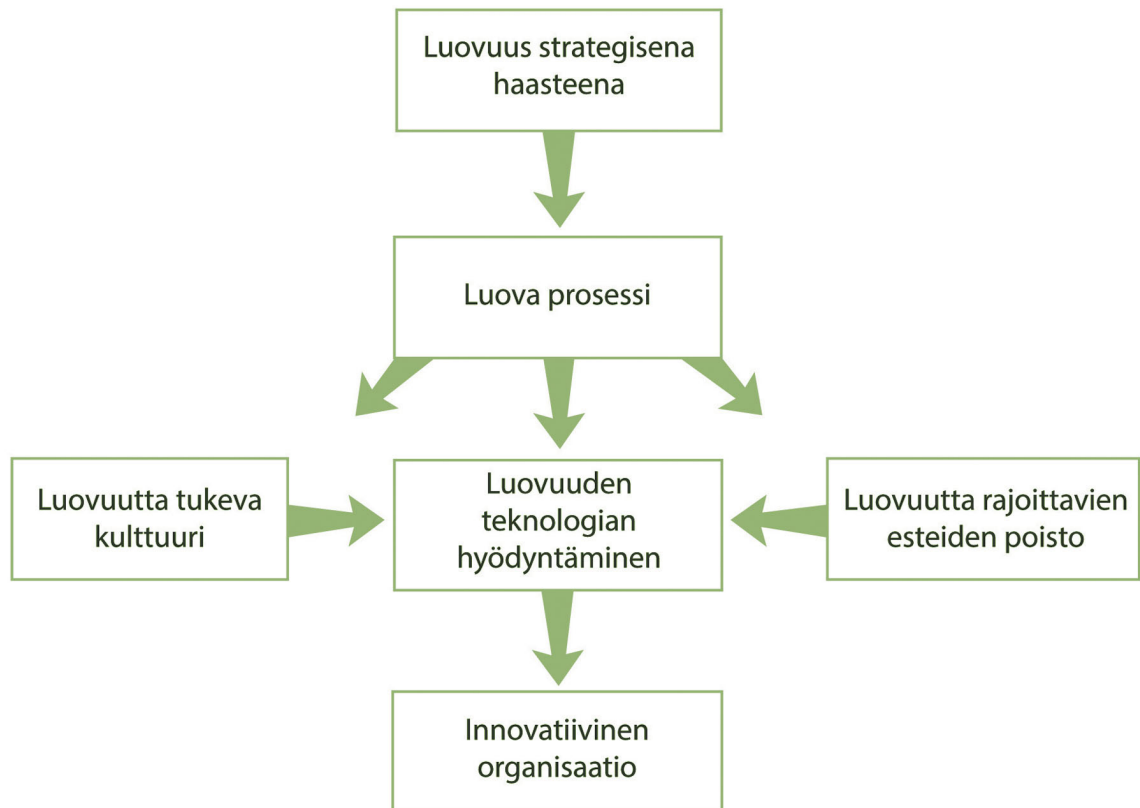
Könnölä ja Rinne luettelevat (2001, 111) vastuullisen toiminnan soveltuvan niille yrityksille, joilla on kunniahimoiset tavoitteet pitkällä tähtäimellä, jotka luottavat hyvien asiakas- tai kohderyhmäsuhteiden merkitykseen ja jotka haluavat toimia heidän kanssaan luottamuksellisesti. Lasten ja nuorten kanssa toimiessa toimijoilla on näiden näkökulmien lisäksi myös aikuisten velvollisuus pitää huolta lapsista. Tämä velvollisuus määritellään Lapsen oikeuksien sopimuksen kolmannessa artiklassa (Unicef 2013). Lapsen oikeuksien sopimus on hyväksytty YK:n yleiskokouksessa vuonna 1989.

5.2 Joukkoistaminen kulttuuripalveluiden kehittämisessä

Joukkoistaminen on varteenotettava mahdollisuus kulttuuripalvelun kehittämisessä. Kun toiminnan tuotteistamisen keskiöön laitetaan ihminen, joka palvelua käyttää, myös suunnittelun tulos palvelee häntä paremmin sekä minimoidaan epäonnistumisen riski tarpeiden huomioimisen osalta (Tuulaniemi 2011, 72). Joukkoistaminen onnistuu parhaiten, mikäli siinä mahdollistetaan luovuuden käyttö tai luovat kehittämismenetelmät.

Luovuuden mahdollistaminen on erittäin tärkeä osa mitä tahansa kulttuuriorganisaatiota, sen tuottamaa palvelua tai palvelun kehittämistä. Risto Harisalo kuvailee (2011, 17) kulttuuriorganisaatioiden luovuuden edistämistä viiden kohdan mallin kautta. Hänen mukaansa organisaation tulee lisätä luovuuden edistäminen osaksi organisaati-

on strategiaa, jotta varsinainen luova prosessi voisi toteutua. Tällä organisaation joh-
to viestii koko työyhteisölle luovuuden merkityksellisyydestä, kertovat, mitä he siltä
odottavat ja luovat yhteisöön luovuutta tukevan kulttuurin. Seuraavassa vaiheessa on
pidettävä huolta, että luovuutta rajoittavat esteet poistetaan. Harisalon mukaan (mt.
17) mikäli nämä vaiheet toteutuvat, on mahdollista muodostaa innovatiivinen organi-
saatio.

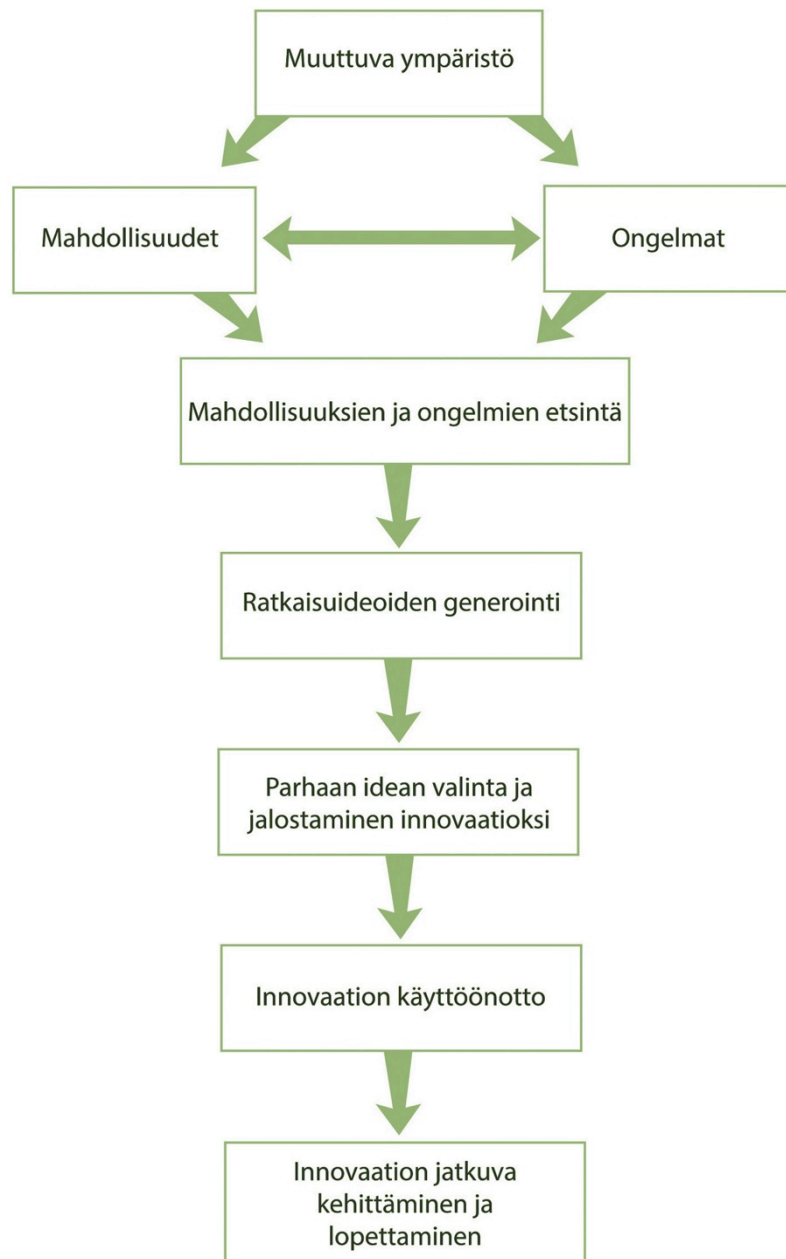


5. Luovuuden edistämisen malli (Harisalo 2011). Mallinnus: Jussi Perämäki

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun yksi tavoitteista on luovuuden edistäminen. Joukkoistaminen ohjaa parhaimmillaan myös ohjaajia kehittämään omaa ohjaustaan tai ajattelumalliaan luovuutta edistävämmäksi.

Kun joukkoistamista hyödynnetään kulttuuripalvelun kehittämisessä, Harisalon viiden kohdan malli pätee luovuuden edistämisen mallina samalla tavalla. Jotta luova prosessi etenee ja innovatiivisuus paranee, on pyrittävä karsimaan kaikki luovaa joukkoistamista estävät rajoitteet. Harisalo kirjoittaa (mt. 24) luovan prosessin tarpeen

johtuvan muuttuvasta ympäristöstä. Prosessin alussa on hahmotettava tilanteen mahdollisuudet ja ongelmat. Prosessi etenee keksimällä erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja, joista valitaan paras idea jalostettavaksi. Lopulta innovaatio otetaan käyttöön ja sen kehittämistä sekä arviointia jatketaan koko ajan.



6. Luovan prosessin keskeiset vaiheet (Harisalo 2011). Mallinnus: Jussi Perämäki

Kulttuuripalveluiden kehittämisessä luovan prosessin vaiheiden eteneminen on hyvin merkityksellinen. Kulttuuripalveluiden muoto, tilaus ja tarve muuttuvat koko ajan, jolloin luovia prosesseja on edistettävä ja kehitettävä koko ajan. Joukkoistettaessa kulttuurin kuluttajat pääsevät mukaan luovan prosessin mahdollisimman moneen vaiheeseen. Kulttuurikuluttajat pääsevät mukaan uusien, heitä palvelevien kulttuuripalveluiden kehittämiseen ja arviointiin.

Huonon palvelukokemuksen läpikäynyt asiakas tai kohderyhmän jäsen ei luultavasti halua olla mukana kehittämässä parempaa kulttuurituotetta. Tuulaniemen mukaan (2011, 72) sekä hyvä että huono asiakaspalvelukokemus koostuvat samoista osioista. Ne ovat tarpeet, odotukset, tottumukset, tavat, arvot, muiden ihmisten mielipiteet, palvelun hinta ja ominaisuudet. Jotta voimme onnistua näissä kaikissa osa-alueissa, meidän tulee tehdä vastuullista ja huolellista työtä.

5.3 Joukkoistamisen muodot ja asteet kulttuurituotannossa

Joukkoistamisen tunnettavuutta, käyttöä ja muotoja osana kulttuurituotantoa tutkittiin benchmarkkaamalla kulttuurituotantoja ja -tapahtumia eri kulttuurin osa-alueilta. Tutkimukseen osallistuivat Aino Viertola Sairaalaklovnit ry:stä, Mikko Roiha vapaiden teatteriryhmien puolesta, Tiina Nyrhinen Mäntän kuvataideviikoilta, Tuula Tikkanen Kajaanin Runoviikolta, Kira Sjöberg kuvataidetuotannoista, Petteri Jakobsson Jakobin Sirkuksesta, Piritta Brusi Tampereen kaupungin kulttuurisen nuorisotyön tuotantojen puolesta, Anu Kokkonen Suomen Nuorisoseurat ry:n lasten tanssitapahtumien puolesta, Mikko Soukkala Bottomland Productions Oy:stä, Krister Gråhn ½-lehdestä, näyttelykuraattori Aura Seikkula ja Jukka Heinämäki Pispalan Sottiisi –tapahtumatoimistosta. Heille esitettiin sähköpostitse kuusi kysymystä joukkoistamiseen liittyen (liite 3). Henkilöt valittiin kattamaan mahdollisimman monipuolisesti sekä vapaan kulttuurin että kulttuurisen nuorisotyön toimijoita. Joukkoon valittiin tarkoituksella mahdollisimman eri-ikäisiä toimijoita, jotta toimintakulttuurien muutos konkreettisesti vastauksissa. Ikä ei kuitenkaan osoittautunut merkitykselliseksi tekijäksi suhtautumisessa joukkoistamiseen.

Kyselykaavakkeessa joukkoistaminen kuvailtiin toimintatapana, jossa osa hankkeesta ulkoistetaan työstettäväksi tuotantotiimin ulkopuolelle. Kahdestatoista vastaajasta seitsemälle joukkoistaminen oli terminä ennestään tuttu, viidelle ei. Seitsemän vastaajaa tunsi käsitteen aiemmin, mutta heistä neljä kertoi tietävänsä joukkoistamisesta varsin vähän. Joukkoistamisesta tulee heille mieleen pääasiallisesti joukkorahoitus. Vastaajista kolme oli käyttänyt joukkoistamista tuotantonsa rahoituksen hankinnassa, yhdeksän ei ollut käyttänyt mutta yksi harkitsi käyttävänsä. Selkein joukkoistamisen hyödyntäminen tuotannon rahoituksen hankinnassa oli Bottomland Productions Oy:n tuotannossa, jossa kerättiin Indiegogo-palvelun kautta varoja elokuvan jälkituotantoon. Pispalan Sottiisi -tapahtumatoimisto sen sijaan on joukkoistanut rahoituksen hankintaa yritys yhteistyön ja hankerahoitusten kautta.

Sisällöntuotannosta joukkoistamista oli puolestaan käyttänyt työkaluna jopa yksitoista vastaajaa kahdestatoista. Näyttelykuraattori Aura Seikkula kertoi käyttävänsä suurissa hankkeissaan aina visuaalisen identiteetin suunnittelutiimiä. Seikkula kertoi käyttäneensä ARS11-näyttelyssä Kiasmassa visuaalista suunnittelutiimiä myös kuraattoriin apuna ripustuksen suunnittelussa. Kolme vastaajista kertoi kuulleensa joukkoistamisen käsitteen kyselyssä ensimmäistä kertaa, mutta ovat käyttäneet sitä tuotannoissaan jo aiemmin. Joukkoistamista kulttuurituotannon sisällöntuotannossa oli käytetty hyvinkin tehokkaasti. Kulttuurituotannosta irrotettiin yleensä pienempiä tai suurempia osa-alueita, joiden kehittämisessä hyödynnettiin joko kohderyhmää tai yhteistyökumppaneiden asiantuntijuutta.

Mäntän kuvataideviikoilla ennalta ilmoittautunut näyttelyn katsoja toimii katsojakahvitilaisuuden järjestäjänä. Hän siis tuottaa pienen tapahtuman päätapahtuman sisään. Tällä saadaan Mäntän kuvataideviikoille uudenlaista, omaehtoista näkyvyyttä kävijöiden kesken. Kajaanin Runoviikkoon sisältyvä lyhytteatterifestivaali on annettu kulttuuriosuuskunta G-voiman tuotettavaksi. Kulttuuriosuuskunta hoitaa tapahtumansa markkinoinnin, tuotannon ja tuomaroinnin. Kulttuuriosuuskunnan tuotanto lisää Kajaanin Runoviikkoon monipuolisuutta, omaehtoisuutta sekä keventää päätuotannon työtä.

Tampereen kaupungin kulttuurisen nuorisotyön tapahtumatuotannoissa osa tuotannosta joukkoistetaan nuorisotoimialan pienille järjestöille ja muille toimijoille. Tästä

yhteistyöstä hyötyy niin päätuotannosta vastaava organisaatio kuin pienemmillä resursseilla työskentelevät alan toimijat. Kulttuurisessa nuorisotyössä myös erilaiset nuorisoryhmät ovat usein mukana suunnittelussa, toteutuksessa tai tuotannon jossain osa-alueessa. Kulttuurisessa nuorisotyössä joukkoistamalla saadaan helposti asiantuntijuutta sisällöllisiin kysymyksiin ja se toimii osittain tapahtuman markkinointina. Samalla joukkoistaminen lisää kohderyhmän yhteisöllisyyttä, elämyksellisyyttä ja tarjoaa heille kokemuksia.

Hyvä esimerkki tästä on uudet bändi-iltamme, joissa esiintyvät nuoret bändit itse vastaavat tapahtuman tiedotuksesta ja mainostuksesta. Itse tapahtumaillassa äänentoiston ja tekniikan hoitaa nuoret työpajanuoret ja illan taltioinnista (video, valokuvaus) vastaa nuorten mediaryhmä. Tämän lisäksi myös nuoret vapaaehtoiset tekevät vapaaehtoistyötä työskentelemällä esim. narikassa. Tuotantotiimin harteille jää illan koordinoiminen ja ns. puitteiden luominen sekä näiden joukkoistettujen ryhmien tukeminen ja opastus. (Brusi 2013).

Joukkoistaminen nähtiin etenkin pienten toimijoiden puolesta houkuttelevana voimavarana. Joukkoistamisen hyötyinä nähtiin lisäresurssit, uuden asiantuntijuuden hyödyntäminen, markkinointi, yhteisöllisyys, tuotannon jakautuminen, rahoitus ja toiminnan konkretisoituminen. Haasteina nähtiin tiedonkulku, motivaation puute, ajan sekä henkilöiden löytäminen, oikean kokoisten ja konkreettisten tuotanto-osuuksien pilkkominen sekä niiden yhteensovittaminen. Vapaiden teatteriryhmien edustaja näki tiedon vallan välineenä, jota käytetään silloin, kun siitä itse hyödytään. Roihan mukaan joukkoistaminen usein helpottaisi vajaita resursseja, mutta sitä ei haluta käyttää, koska luullaan, että oman työn merkitys pienenee. Kuvataidelehti ½-lehdessä koko sisällöntuotanto (myös päätoimittajuus) on ulkoistettu. Tämä vie lehden teolta jopa enemmän aikaa kuin normaalisti, mutta sisällön laadun ja laajuuden näkökulmasta hyöty koetaan erittäin merkittävänä. Kokonaisten osa-alueiden joukkoistaminen tuotannoista koettiin jopa riskinä ja rasitteena.

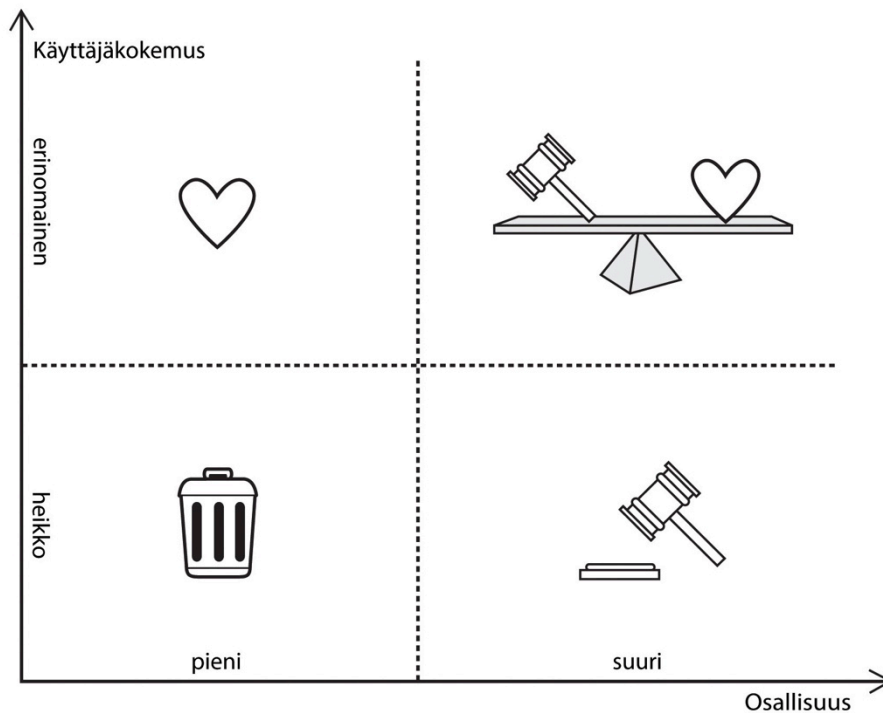
Vastauksissa joukkoistaminen sekoitettiin usein talkootyöhön tai ostopalveluiden hankkimiseen. Joukkoistaminen koettiin hyvänä verkostoitumisen välineenä, jota pysyy hyödyntämään monipuolisesti. ”Joukkoistaminen on sympaattinen ja tervetullut juttu. Siinä pääsee lähemmäksi tukikohdetta ja näkee helpommin kättensä jäljen. Uskon, että se tulee mahdollistamaan monia pieniä ruohonjuurijuttuja, jotka muuten tus-

kin toteutuisivat. Power to the people!” (Viertola 2013). ”Tuotannosta saa joukkoistetua yksittäisiä, tuotannon kannalta haasteellisia kokonaisuuksia tai osa-alueita asiantuntijoille ilman aikaa vievää palkkausprosessia. Jos yhteistyösuhde on ollut antoisa, samaa kumppania voi käyttää vastaaviin toimiin uusissa hankkeissa, mikä helpottaa entisestään siitä saatuja hyötyjä.” (Seikkula 2013).

5.4 Tuotteistettu Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tuottaminen ei noudata perinteisen kulttuuri-tapahtuman tuottamisprosessin tai palvelumuotoilun arvioinnin kaavaa. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu ei tavoittele minkäänlaista taloudellista voittoa kuten ei sen taustalla toimivat julkisilla varoilla tuetut kansalaisjärjestötkään. Tapahtuman arvot tukevat lasten luovuuden ja osallisuuden edistämistä ja toteutumista. Kari Uusikylä kuvailee (2012, 41) luovuutta lapsen ennakkoluulottomana ja iloisena leikkinä, joka ei vaadi ponnisteluja. Tapahtumaa tuotteistettaessa osallisuus tulee toteutua mahdollisimman tehokkaasti niin, etteivät joukkoistamisessa mukana olleet lapset koe sitä liian raskaana.

Toisin sanoen, mitä pidemmälle luovuus ja osallisuus toteutuvat, sitä paremmin Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on onnistunut tuotteena.



7. Käyttäjäkokemuksen ja osallisuuden suhde tuotteistamisessa. Mallinnus: Jussi Perämäki

Valtakunnallisesta Majanrakennuskilpailusta luotiin tuotteistamisprosessin aikana materiaalipaketti, joka mukailee Parantaisen (2007, 252) listaa valmiista tuotteesta. Materiaalipaketti koostuu seuraavista osioista:

- Tuottajan käsikirja
- Tarjouspyyntö- ja sopimusohjat
- Käyttäjätunnus- ja salasanalistaus
- Ohjaajien ohjeistukset
- Markkinointi- ja tiedotusosio

Tapahtuman päivitetty tuottajan käsikirja toimii työohjeena, jonka pohjalta tuottaja saa oppii tapahtuman taustoista, arvoista, rakenteesta ja aikatauluista. Käsikirjassa on huomioitu kehittämistyön joukkoistamisessa saadut tarkennukset tapahtuman sisältöön. Tuottajan käsikirjan sisällysluettelo löytyy liitteestä (liite 4). Materiaalipaketti sisältää myös tarjouspyyntö- ja sopimusohjan, joita hyödyntämällä tuottajan on helppo pyytää tarvittaessa sekä tarjousta tuotannon osittaisesta ostopalvelusta että

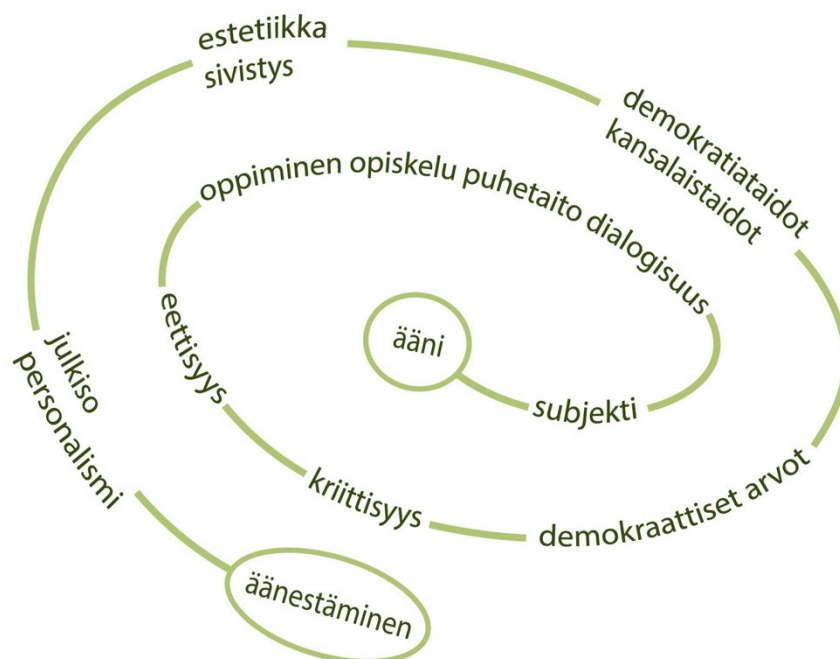
solmia ostopalvelusopimus. Käyttäjätunnus- ja salasanalistaus toimii avaimena sekä tapahtuman domainiin että verkkoalustalle. Keskeinen sisällöllinen osa materiaalipakettia on ryhmien ohjaajille suunnatut ohjeistukset, joissa neuvotaan miten ottaa Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu osaksi esimerkiksi kerhon tai leirin ohjelmaa. Markkinointi- ja tiedotusosio sisältää graafisen ohjeistuksen lisäksi myös lehdistötiedotepohjia tapahtuman eri vaiheisiin. Niitä muokkaamalla tuottaja pystyy tekemään tiedotusta nopeasti.

Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tuotteistaminen onnistuu todennäköisemmin, kun se vetoaa lapsiin. Mielestäni selkeän tuotteen luominen ei itsessään riitä, vaan on luotava tarina, joka saa lapset innostumaan ja osallistumaan tapahtumaan haluamallaan tavalla. Kevin Goren mukaan (2007, 114) tarinankerronta saa kenet tahansa keskittymään tarinan sisältöön ja saa kuulijan lumoutuneeksi sisällöstä. Tarina on saatava kuitenkin säilymään myös keskeisenä osana tuotteistamisen ydintä. Tarinan tulee välittyä Valtakunnallinen majanrakennuskilpailu -tuotteen materiaalipaketin jokaisessa osiossa. Parantaisen mukaan (2011, 247) olemme kaikki persoja hyville tarinoille. Hän muistuttaa, että yksi maailman suurimmista toimialoista on viihde, joka nojautuu pelkästään tarinaan. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tulee olla viihdyttävä tapahtuma, jotta sen kohderyhmä eli lapset viihtyvät sen parissa. Tarinat tulee liittää myös itse tapahtumaan, eikä pelkästään yhteen osallistumisen muotoon.

6 KULTTUURITAPAHTUMA KAIKILLE

Miksi yleisön äänen kuulemisella on merkitystä kulttuurituotantoa kehittäessä? Satu Olkkonen kirjoittaa (2013, 190), että hienovaraisenkin äänen kuuleminen ja tunteminen ovat aluetta, mitä mitkä tahansa ihmissuhteet edustavat. Hänen mukaansa on kyse vuoropuhelun avautumisesta. Vuoropuhelun avautuminen kulttuurituotannon tai -tuottajan sekä yleisön välille tarjoaa lukemattomia mahdollisuuksia uudelle kehitykselle. Kulttuuripalvelun käyttäjät voivat olla palveluiden kehittämisessä mukana tiettyyn pisteeseen saakka. Innovaatiot vaativat kuitenkin luovuuden lisäksi myös asiantuntijuutta ja osaamista katsoa rajojen yli. Ensimmäisen autojen massatuotantolinjan käyttöönottoon Henry Fordin tiedetään sanoneen, että mikäli hän olisi kysynyt ihmisiltä, miten he haluavat parantaa kulkemistaan, he olisivat pyytäneet parempia hevosia (Parantainen 2007, 234). Todelliset innovaatiot vaativat siis myös sellaisten vaihtoehtojen pohtimista, mitkä eivät ole niin itsestäänselvyksiä.

Lapsi oppii nopeasti vuorovaikutuksen luonteen eli puheenvuorojen jakamisen merkityksen sekä vastaamaan hymyyn hymyllä (Laaksonen 2012, 3). Vuorovaikutuksen mahdollistaminen sekä Valtakunnallisessa Majanrakennuskilpailussa että joukkotamamisprosessissa on merkityksellistä yleisen vuoropuhelun edistämiseksi. Vuoropuhelun mahdollistamisella on myös yhteiskunnallinen merkitys. Olkkonen (mt., 21) painottaa väitöskirjassaan äänen ensimmäisen kuulemisen merkitystä kansalaisaktiivisuuden lisäämiseen. Keskustelemalla opitaan demokratiataitoja ja kriittisyyttä, jotka auttavat ihmisiä muodostamaan asioista omia mielipiteitä. Olkkosen teorian mukaan (mt., 21) spiraalimallin lähtöpisteenä on keskellä oma ääni, joka kehittyy kohti vahvaa vaikuttamista ja äänestämistä. Hänen mukaansa vuorovaikutuksen mahdollistamisella myös henkilön persoona vahvistuu, ja henkilö aktivoituu osana aktiivista yleisöä eli julkisoa.



8. Äänestä äänestämiseen (Olkkonen 2013). Mallinnus: Jussi Perämäki

6.1 Joukkoistaminen osana kulttuuritapahtuman sisällöntuotantoa

Kehittämistyön mukaan joukkoistaminen herättää kulttuurituottajissa pääsääntöisesti mielenkiintoa ja positiivisia tunteita. Joukkoistaminen nähdään hyvin potentiaalisena lisäarvon tuojana kulttuurituotantojen sisällön suunnittelussa, toteutuksessa ja arvioinnissa. Joukkoistamisen mahdollistamat lisäresurssit tuovat helpotusta kulttuuritapahtuman tuottajan hektiseen arkeen, mutta tuottajat ovat kuitenkin huolissaan omasta osaamisestaan joukkoistamisen ohjaamisessa. Joukkoistamisessa vuoropuhelua ei aloiteta vain yhden ihmisen kanssa vaan kokonaisen ryhmän kesken. Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti painottavat (2009, 169) ryhmän ja verkostojen merkitystä. Heidän mukaansa yksilöt eivät määrää kehityksen suuntaa, vaan verkostoilla on yhä kasvava merkitys. Kehittämispöytätyön eteenpäin vieminen vaatii yhdessä tekemistä ja ajattelemista.

Ei ole ihan sama, kuka joukkoistamista ryhmälle ohjaa. Joukkoistamista vetävä henkilö ei ole kouluttaja eikä valmentaja vaan pikemminkin fasilitaattori, joka erilaisille menetelmillä varmistaa ryhmän toiminnan ja työn etenemisen kohti tavoitetta. Pepe Nummi kuvailee (2007, 16) fasilitoinnin olevan enemmänkin ryhmäprosessin helpottamista. Yleisesti ottaen perinteistä kouluttaja-kuuntelija -asetelmaa ei pidetä oppimisen kannalta kovinkaan tehokkaana. Tämän vuoksi innovaatioita ja luovuutta onkin lähdetty hakemaan yhdistämällä joukko sisällön asiantuntijoita eli käyttäjiä, joita joukkoistamalla aktivoidaan tiedon tuottamiseen. Fasilitointia käytetään siis ryhmien kanssa, joilla asian ratkaisemiseen tarvittava tieto on jo olemassa (Nummi 2007, 17). Fasilitointia tekevä henkilö ei itse ole välttämättä tutkittavan asian osaaja. Hän suunnittelee toiminnat ja kysymykset siten, että ne tähtäävät tiukasti kohti projektin päämäärää (mt., 18). Paasivaara, Suhonen ja Nikkilä kuvailevat (2008, 113) projektinvetäjää projektin moottoriksi, joka hallitsee ihmisten ja tilanteiden johtamisen. Heidän mukaansa hänen tulee olla ryhmätyötaitoinen, vakuuttava ja luova keskustelija (mt., 113).

Valtakunnallisessa Majanrakennuskilpailussa ja muissa lasten ja nuorten kulttuuritapahtumissa ohjaajan tulee näiden lisäksi muistaa tekevänsä ohjausta lasten parissa. Kehittämistyön tulosten mukaan lasten joukkoistamista ohjaa vahvempi eettinen velvollisuus huolehtia ryhmän jäsenistä ja ryhmädynamiikasta. Pedagoginen työote tulee olla ohjaajalla erityisen vahva. Lasten joukkoistamisella pystytään kehittämään tapahtuman pieniä sisältökokonaisuuksia, mutta suurten tuotantokokonaisuuksien kehittämiseen menetelmä ei lasten kanssa sovellu. Joukkoistaminen tulee olla lasten kanssa käytännönläheistä ja helposti lähestyttävää.

Kulttuurituottajat uskovat, että joukkoistamisella saavutetaan parhaimmillaan sellaista asiantuntijuutta, jota tuotantoryhmästä ei välttämättä löydy. Kulttuurituottajat näkevät joukkoistamisen taloudellisena kehittämisen keinona, joka toimii samalla myös lisämarkkinoinnin välineenä. Sampsa Hyysalon mukaan joukkoistaminen tuotekehityksessä on parhaimmillaan silloin, kun tuotetta kehittävät tuntevat kohdeyleisö huonosti tai heikosta. Hyysalo perustelee käyttäjäyhteistyön hyötyjä kohderyhmältä saadulla uudella tiedolla, johon tuotetta tai palvelua kehittävät henkilöt eivät välttämättä huomaa kiinnittää huomiota. Tuotteen tai palvelun käyttäjien ottaminen mukaan tuotekehitykseen lisää myös uskottavuutta muiden asiakkaiden ja ammattilaisten kesken.

(Hyysalo 2006, 94-95). Kohdeyleisön käyttäminen tuotteen kehittämisessä tarvitsee ennen kaikkea aikaa yhteistyön aloittamiseen ja yhteisymmärryksen löytymiseen (mt., 95).

Aika koetaan yleisimmin joukkoistamisen suurimpana haasteena kulttuuritapahtuman tuotteen kehittämisessä. Kulttuurituottajat pitävät joukkoistamiseen käytettyä aikaa helposti liian suurena riskinä sisällöllisen hyödyn suhteen. Mahdollinen joukkoistamisen estävä tekijä on myös väärin ihmisen valikoituminen kehittämistyöhön mukaan (mt., 95).

Tiedonkulku joukkoistamisen markkinointivaiheessa, työvaiheista tiedottaessa ja joukkoistamisen vaikutuksista tiedottaessa koetaan tapahtumatuotantojen osalta haasteena. Kulttuurituottajat eivät luota osaamiseensa myöskään pilkkoa sopivan suuruisia ja konkreettisia tuotannon osa-alueita, joita joukkoistamisessa mukana olevat henkilöt voisivat työstää eteenpäin. Kulttuurituottajien haasteeksi jää myös eri muotoon joukkoistettujen osa-alueiden mahdollinen jatkojalostaminen ja yhteensovittaminen.

Kulttuurituottajien mukaan joukkoistamalla pystytään sitouttamaan kulttuuritapahtuman kävijät ja kulttuuripalvelun käyttäjät tapahtuman kehittämisen edistämiseen. Joukkoistamisessa olennaista on se, että siinä mukana ihmiset kokevat työn tärkeäksi ja mielekkääksi. Joukkoistamiseen on varattava tarpeeksi aikaa ja ryhmässä on vallittava positiivinen sekä kannustava ilmapiiri, jossa uskalletaan puhua, mitä halutaan. Joukkoistamisessa olennaista on mahdollisuus epäonnistumiseen ja lupa tuoda esiin valmistelemattomia ideoita. Kulttuurituottajien vastausten perusteella on hahmoteltu seuraava joukkoistamisen haasteet ja mahdollisuudet kulttuurituotannossa -keinulautamalla.



9. Joukkoistamisen haasteet ja mahdollisuus kulttuurituotannossa. Mallinnus: Jussi Perämäki

6.2 Kehittämishankkeen ja valmiin tuotteen arviointi

Kehittämishanke eteni prosessisuunnitelman mukaisesti. Palautteiden ja tulosten saaminen osittain myöhästyi, mikä vaikeutti hieman prosessin viimeistelyä. Joukkoistamisesta saadut sisällölliset tulokset olivat hieman suppeammat, mitä toivottiin. Tapahtuman sisällölliseen kehittämiseen ei siksi saatu niin paljon materiaalia kuin toivottiin. Joukkoistaminen osoitti kuitenkin hyvin lasten joukkoistamisen erityislaatuisuuden ja rajoitteet. Kulttuuritapahtumien benchmarkkaus joukkoistamiseen liittyen toi lisänäkökulmaa kehittämistyöhön. Kehittämishankkeen tekemiseen olisi pitänyt varata enemmän aikaa, jotta joukkoistamiseen olisi ehtinyt panostaa enemmän. Joukkoistamista ohjaavien ohjaajien perehdytykseen olisi pitänyt varata resursseja. Joukkoistaminen oli joillekin ohjaajille vieras toimintamuoto, joka hankaloitti prosessin alkua.

Ajassa elävän kulttuuripalvelun ylläpitäminen vaatii jatkuvaa kehittämistä. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu edustaa uuden aallon lapsille suunnattuja tapahtumia. Verkkopohjaisena tapahtuma palvelee uusia tapahtumakävijöitä. ”Se mikä ennen tapahtui maitolaitureilla tai seurojentaloilla, voi tapahtua nyt yksityisemmissä tai virtuaalisissa tiloissa.” (Saastamoinen 2011, 89). Verkkoyhteisöt toimivat lapsille ja nuorille paikkana hankkia sosiaalista pääomaa (Noppari & Uusitalo 2011, 155). Lapset ja

nuoret ovat tottuneet toimimaan digitaalisessa maailmassa, jossa kuvia ja tekstejä voi tuottaa, jakaa, yhdistellä tai selata rajattomasti (Meltio, Suhonen & Peltonen 2011, 28). Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun tulee muokkautua vastaamaan tämän ajan lasten toiveita.

Valtakunnalliseen Majanrakennuskilpailuun suunnattu tuotteistaminen vie tapahtumaa selkeästi lähemmäs haluttua suuntaa. Uusi, kehitetty tuote tukee tapahtuman osallisuuden ja luovuuden edistämiseen liittyviä arvoja. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu on helpommin saavutettavissa ja on tapahtumana mielenkiintoisempi ja vetovoimaisempi.

6.3 Joukkoistamisen merkitys tuotteistamisessa

Tuotteistamisessa joukkoistaminen voi tuoda lisäarvoa tai uusia ideoita kulttuuritapahtuman ja -palvelun sisältöön. Joukkoistamisella pystytään parhaassa tapauksessa mullistamaan tuote kerralla lähemmäs kuluttajan aitoa tarvetta. Jari Parantaisen mukaan (2007, 232) melkein jokainen johtaja väittää, että hänen yrityksensä tai organisaationsa kerää asiakkaiden palautta tuotekehitystä varten. Hänen mukaansa näin ei ole, vaan johtajat keräävät tietoa palvelunsa nykyisestä tilasta, eikä sitä voida suoraan hyödyntää tuotekehityksessä. Palaute liittyy usein tunnetilaan eikä kerro varsinaisia kehittämisideoita palvelun tuottajille.

Organisaation tavoitteet ovat suunnittelutyössä merkittävä lähestymiskulma (Tuulaniemi 2011, 103). Mikäli Valtakunnallisessa Majanrakennuskilpailussa halutaan tarjota kulttuurisia elämyksiä, mahdollisuuksia luovuuteen ja hetkiä lähempänä luontoa, tulee tapahtuman sisällön kehittämisellä olla suora yhteys kohderyhmään. Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun osalta joukkoistaminen näyttää tapahtuman kehityksen suuntaa.

Lasten mukaan tapahtumaa ei tule rajata liian tiukkoihin raameihin tai kategorioihin sisällön osalta, koska se voi rajata heidän luovuuden käyttöönsä. Sekä tapahtuman järjestäjän ja kulttuuriharrastuksen ohjaajan intresseissä on nimenomaan luovuuden edistäminen, joten uusien Valtakunnallisen Majanrakennuskilpailun kulttuurisen osal-

listumismuotojen tulee olla väljästi määriteltyjä. Vapaa toiminta ja leikki ovat spontaaneja osallistumisen muotoja, joissa voi syntyä luovia näkemyksiä majanrakentamisesta. Valtakunnallinen Majanrakennuskilpailu tuotteena ja tapahtumana edistää luovuutta parhaiten luopumalla raja-aidoista.

LÄHTEET

- Avicii kutsuu fanit tuottamaan uutta hittiään. *City-lehti*. Viitattu 30.10.2013.
<http://www.city.fi/kulttuuri/avicii+kutsuu+fanit+tuottamaan+uutta+hittiaan/5538>
- Baltes, Paul & Staudinger, Ursula 2000. A Metaheuristic to Orchestrate Mind And Virtue Toward Excellence. *American Psychologist* 55, 122-136.
- Gore, Kevin 2007. *Networking cultural knowledge : an interactive and experiential strategy to apply intercultural communication in business*. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.
- Harisalo, Risto 2011. *Luovuuden teknologia – Ideointimenetelmät organisaatioiden luovuuden vahvistajina*. Tampere: Tampere University press.
- Herranen, Jatta & Junttila-Vitikka, Pirjo 2010. Osallisuuden vai sosiaalisuuden vahvistamista. *Nuorisotutkimus* (4) 3/2010, 1-3.
- Hintikka, Kari 2011. *Sosiaalinen media – yhteisö vai verkosto*. Teoksessa Seppo Kangaspunta (toim.) *Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy, 114-139.
- Hyysalo, Sami 2006. *Käyttäjä tuotekehityksessä. Tieto, tutkimus ja menetelmät*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Issakainen, Anna-Maija 2009. *Laatua nettiin – uusmedian hyödyt ja haitat*. Teoksessa Leena Mäkelä-Marttinen (toim.) *Luova työ tutkimuksen kohteena. Avauksia Design-alojen metodologiaan*. 2.painos. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, 55-78.
- Joukkoistaminen. [verkkodokumentti]. Helsinki: Eduskunta.
http://web.eduskunta.fi/Resource.phx/eduskunta/organisaatio/valiokunnat/tulevaisuus_valiokunta/jaostot/jouj/index.htm 30.3.2013.
- Könnölä, Totti & Rinne, Pasi 2001. *Elinehtona eettisyys*. Helsinki: Kauppakaari.
- Kulttuurinen nuorisotyö säätiön määrittelemänä. *Nuori Kulttuuri –säätiö*. Viitattu 29.10.2013.
<http://nuorikulttuuri.fi/tausta/kulttuurinen-nuorisotyö-saation-maaritlemana/>

- Laaksonen, Vilja 2012. Vuorovaikutustaidot ja lasten osallistuminen vertaisryhmässä. *Nuorisotutkimus* (4) 1/2012, 3-19.
- Meltio, Eeva & Suhonen, Jaakko & Peltonen, Peter 2011. Noodi on kirjoittajien yhteisöllinen kohtaustapa. Teoksessa Saija Heinonen (toim.) *Medios. Osallistumisen ja tarinankerronnan työkaluja*. Helsinki: Metropolia ammattikorkeakoulu.
- Noppiari, Elina & Uusitalo Niina 2011. Kavereita verkossa ja sen ulkopuolella. Näkökulmia lasten verkkoyhteisöllisyyteen. Teoksessa Seppo Kangaspunta (toim.) *Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy, 140-166.
- Nummi, Pepe 2007. *Fasilitaattorin käsikirja*. Helsinki: Edita.
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. *Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki: WSOYpro.
- Olkkonen, Satu 2013. *Äänenkäytön erityisyys pedagogiikan ja taiteellisen toiminnan haasteena*. Esittävien taiteiden tutkimuskeskus. Teatterikorkeakoulu. Väitöstutkimus.
- Paasivaara, Leena & Suhonen, Marjo & Nikkilä, Juhani 2008. *Innostavat projektit*. Sippo: Silverprint.
- Parantainen, Jari 2007. *Tuotteistaminen. Rakenna palvelusta tuote 10 päivässä*. Helsinki: Talentum.
- Parantainen, Jari 2011. *Tuotteistaminen 2. Tuotteistajan 10 psykologista vipua*. Helsinki: Talentum.
- Saastamoinen, Mikko 2011. *Intensiivistyvä yksilöllistyminen ja sosiaalisuuden muuttuvat muodot*. Teoksessa Seppo Kangaspunta (toim.) *Yksilöllinen yhteisöllisyys. Avaimia muutoksen ymmärtämiseen*. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy, 61-91.
- Salmenkivi, Sami & Nyman, Niko 2007. *Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0*. Helsinki: Talentum.

Salminen, Ari 2008. *Julkisen toiminnan johtaminen: hallintotieteen perusteet*. Helsinki: Edita.

Schenk, Erik & Guittard, Claude 2010. *Towards a characterization of crowdsourcing practices*. *Journal of Innovation Economics* 2011/1.

Surowiecki, James 2007. *Joukkojen viisaus*. Helsinki: Terra Cognita.

Trott, Paul 2008. *Innovation management and new product development*. Harlow: Pearson Education.

Tuulaniemi, Juha 2011. *Palvelumuotoilu*. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Uusikylä, Kari 2012. *Luovuus kuuluu kaikille*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Yleissopimus Lapsen oikeuksista. Unicef. Viitattu 28.10.2013.
https://www.unicef.fi/Lapsen_oikeuksien_sopimus_koko



Kulttuuria Majanrakennuskilpailuun

Pyytäisin, että käyttäisitte kerhonne alusta 20-30 minuuttia luovaan hetkeen, jossa pyrimme yhdessä kehittämään Majanrakennuskilpailua monipuolisemmaksi tapahtumaksi. Tarkoitus olisi elävöittää kilpailuamme niin, että saisimme mukaan mahdollisimman monia kulttuurin eri muotoja - ennen kaikkea haluamme hyödyntää lasten omia ideoita.

Miten teidän harrastuksenne voisi olla osa Majanrakennuskilpailua ensi vuonna?

Ohjaaja voi hetken aluksi kertoa lyhyesti tämän hetkisestä Majanrakennuskilpailusta.

Tämän hetken Majanrakennuskilpailu pähkinänkuoressa:

"Majanrakennuskilpailuun voi osallistua kuka tahansa alle 16-vuotias Majanrakentaja. Ota majastasi kuva, keksi siihen liittyvä majatarina ja osallistu kilpailuun internetissä. Majasi lisätään Majagalleriaan, jossa voit käydä ihastelemissa muiden tekemiä majoja ja äänestämässä omaa suosikkiasi. Tuomaristo valitsee majat, joiden rakentajat palkitaan."

Tämän jälkeen ohjaaja voi alustaa minkä tahansa yhteisöllisin kehittämismenetelmän, mikä tuntuu ryhmälle, ohjaajalle ja taiteenlajille luontevimmalta. Näitä voivat olla esim.

- Aivoriihi (brainstorming)
- Osbornen lista
- 8 x 8 menetelmä
- Kuusi ajatteluhattua
- Kaukaiset ajatusmallit

Näihin voi tarvittaessa pyytää lisäneuvoja.



Luovan hetken jälkeen ohjaaja kerää ryhmän tuotokset kasaan ja lähettää ne joko sähköpostilla osoitteeseen jussi.peramaki@nuorisoseurat.fi tai pyytää palautuskuorta, jolla postittaa tiedot.

Ohjaajaa pyydetään vastaamaan myös muutamaa luovaa hetkeä koskettavaan kysymykseen sähköpostilla tai puhelimitse.

Jos heräsi jotain kysymyksiä tai muuta, olkaa rohkeasti yhteydessä.

Parhain terveisin,

Jussi Perämäki

jussi.peramaki@nuorisoseurat.fi

044 7222 313

PALAUTELOMAKE RYHMIEN OHJAAJILLE

Lapsista:

- Mitä yhteisöllistä joukkoistamismenetelmää käytitte?
- Miten menetelmä toimi ohjaajan mielestä?
- Miten lapset lähtivät toimintaan mukaan?
- Millaista palautetta lapset antoivat? (joko suoraan tai toiminnallaan)

Ohjaajuudesta:

- Miten valittu menetelmä toimi uuden toiminnan tuottamisessa?
- Vapaa palaute

Toiminnasta:

- Millaisia lopputuloksia saitte?

KIITOS PALAUTTEESTASI!

Jos haluat kysyä jotain tutkimuksesta, ota rohkeasti yhteyttä:

Jussi Perämäki/044-7222313
jussi.j.peramaki@gmail.com

KYSYMYSLOMAKE

Onko joukkoistaminen Sinulle tuttu työkalu tuotantotyössä? Kyllä/Ei

(Joukkoistaminen on toimintatapa, jossa osa hankkeesta ulkoistetaan työstettäväksi tuotantotiimin ulkopuoliselle joukolle ihmisiä.)

Oletko käyttänyt joukkoistamista tapahtumasi/palvelusi rahoituksen hankinnassa? Kyllä/Ei

Oletko käyttänyt joukkoistamista tapahtumasi/palvelusi sisällöntuotannossa? Kyllä/Ei

Jos vastasit jompaankumpaan kyllä, niin millä tavoin? (käytetty aika, käytetyt resurssit, arvio osallistujien motivaatiosta tms.)

Mitä hyötyjä/haasteita kohtasit?

Jos haluat kommentoida aihetta muuten, niin ole hyvä:

KIITOS VASTAUKSISTASI!

Jos haluat kysyä jotain tutkimuksesta, ota rohkeasti yhteyttä:

Jussi Perämäki/044-7222313

jussi.j.peramaki@gmail.com

Sisältö

JOHDANTO	3
1. MIKÄ MAJANRAKENNUSKILPAILU?	4
1.1. Majanrakennuskilpailun historia	5
1.2. Kilpailun tausta	6
1.3. Kilpailun keksineet tytöt	7
2. KILPAILUN AIKATAULU JA TEHTÄVÄT	7
2.1. Aikataulu Majanrakennuskilpailun järjestämiseen	7
2.2. Kilpailun järjestäjästä päättäminen	9
2.2.1. Tiedon siirtäminen seuraavalle järjestäjälle	10
2.3. Perehtyminen ja kilpailun valmistelu	10
2.4. Kilpailun avajaiset	10
2.4.1. Kilpailun avajaiset	11
2.4.2. Case: Avajaiset vuonna 2012	12
2.5. Näyttely	12
2.6. Arkistointi	14
3. TEKNINENTOTEUTUS	14
3.1. Kilpailuun osallistuminen	14
3.2. Kuvien julkaisusta kilpailun sivuilla	15
3.3. Kilpailun Internet -sivut 2011	15
3.4. Case: Kilpailun verkkosivut 2012	17
3.5. Äänestys	19
4. KILPAILUN VOITTAJAT JA TUOMARISTO	20
4.1. Tuomaristo	21
4.2. Voittajien julkistaminen ja palkitseminen	22
5. TIEDOTUS	23
5.1. Tapahtuman graafinen ilme	24
6. KILPAILUN TALOUS	25
6.1. Rahoitus	25
6.2. Sponsorit	26
6.2.1. Kilpailun palkinnot sponsoroi	26
6.2.2. Case: Kilpailun palkinnot vuonna 2012 sponsoroi	27
7. TALOUSARVIO VUOSIKUSTANNUKSISTA	28
8. KEHITTÄMISEHDOTUKSIA	30
9. TERVEISET KILPAILUN KOLMELTA ENSIMMÄISELTÄ VUODELTA	30