

SMART ART

– Esittävien taiteiden muuttuva osaaminen

Benchmarking-yhteenvedo (TP 1.1.2)

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



REACT-EU-hankkeet rahoitetaan osana Euroopan unionin
COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia



Benchmarking-työn lähtökohdat 1/2

Osana esittävien taiteiden digitalisaatiokehitykseen, hybridituotantoihin, liiketoimintakehitykseen ja yhteistyöhön liittyvien osaamistarpeiden selvittämisestä on toteutettu vuoden 2022 alussa 1.1.2 toimenpiteenä benchmarking-tutkimus TAMKin ja TAU:n toimesta. Selvitystyötä hyödynnetään osaamistarpeiden tunnistamisessa, oppimiskokonaisuuden pilotoimisessa sekä oppilaitos-työelämä-yhteistyömallin luomisessa.

1.1.2 Toimenpide: kansainvälinen benchmark esittävien taiteiden toimintasuunnista digitalisoituvassa ympäristössä
Benchmark on desktop-tyyppinen tutkimus, jossa kansainvälisesti kartoitetaan ja vertaillaan, miten esittävissä taiteissa digitaalisia ratkaisuja on sovellettu ja millaista yhteistyötä erilaisten toimijoiden välillä tehty. Kohteet voivat olla webinaareja, e-konferensseja ja etätapahtumia, digitaalisen teatterin toimijoiden verkkosivuja ja ohjeistuksia.



Benchmarking-työn lähtökohdat 2/2

Tunnistettiin tärkeänä kerätä vertailutietoa esittävän taiteen, konserttien ja erilaisten tapahtumien, miksei museoidenkin ja e-urheilutuotantojen digitaalisia ratkaisuja ja toteutustapoja koskien eri näkökulmista huomioiden esitystapa, vaadittava osaaminen, tuotanto kokonaisuutena kumppanuuksineen, asiakasnäkökulma(t) sekä sisällölliset, teknologiset ja liiketaloudelliset seikat. Tärkeänä nähtiin kokonaiskuva ja eri näkökulmien väliset yhteydet.

Sapluunaa eli havainnointirunkoa suunniteltaessa hyödynnettiin erilaisia lähteitä ja vertailukohtia. Erityisesti raportti To sell or not to sell – An introduction to business models (innovation) for arts and cultural organisations (IETM 2016) esittelee erilaisia sekä vakiintuneita että tuoreempia liiketoimintamalleja, joita tyypillisesti käytetään palveluliiketoiminnassa ja taide- ja kulttuurialoilla. Raportissa esitellään erityinen Business Model Canvas for Arts and Cultural Organisations.



Benchmarking-työn näkökulmien määrittäminen

Pidettiin kokonaiskuvan saamiseksi kiinnostavana rakentaa benchmarkingia tällaisen Business Model Canvas -saplunan pohjalle niin, että siihen kytkettäisiin mukaan tuotantoa koskevia sisällöllisiä ja teknologisia näkökulmia.

Inspiraationa toiminut BMC-mallinnus haastaa tarkastelemaan taide- ja kulttuurilaitoksen kannalta toiminnan tarkoitusta (Why), kohderyhmää (for Whom), toiminnan luonnetta, kustannusrakenteita ja prosesseja (What) sekä ansaintamalleja ja tulovirtoja (How). Esittävän taiteen digitaalisten ratkaisujen ja muiden Smart Art -hankkeessa ja 1.1.2 toimenpiteessä tarvittavien näkökulmien osalta mallista puuttuvat sisällölliset ja teknologiset näkökulmat. Lisäksi asiakkaan näkökulmaa pidettiin hyvänä syventää, vaikka tuossa canvas-mallissa erilaiset yleisöt ja sidosryhmät onkin tunnistettu.

Myös Simon Sinekin (Start with Why) the Golden Circle – Why, How, What – nähtiin tässä benchmarking-työssä arvokkaana lähestymistapana ja tarkastelulogiikkana esittävän taiteen digitaalisten ratkaisujen analysoimiseksi. Myös muotoiluajattelusta tutun asiakkaan palvelupolun hengessä keskusteltiin siitä, miten eri digitaaliset ratkaisut kytkeytyvät asiakkaan (esim. yleisö, tuottaja tai yhteistyökumppani) kokemuksen eri vaiheisiin: ennen / esipalvelu – aikana / ydinpalvelu – jälkeen / jälkipalvelu.

Kaikkiaan benchmarking-työn puitteissa on tutkittu 13 vertailuesimerkkiä meiltä ja muualta perustuen internet-lähteisiin ja ajankohtaiseen mediakeskusteluun

Benchmarking-kohteet (13)	Maantieteellinen sijainti	Genre, ala
Ariana Grande x Fortnite	USA	Peliteollisuus, musiikki
Cirque du Soleil	CAN, kansainvälinen	Esittävä estraditaide, monialaisuus
<i>Life Reflected, NACO</i>	CAN, myös Euroopan kiertue	Sinfoniaorkesteri + mediatuotanto
Experience Design Summit, EventMB	USA	Virtuaalitapahtuma
<i>Virtual Circle, HarrisonParrott</i>	UK, kansainvälinen	Alustatalous, klassinen musiikki
Keikalla.fi	FIN	Alustatalous, musiikki
<i>Eventual</i>	FIN	Alustatalous, tapahtuma-ala
JVG Virtuaalivappu 2020	FIN, Helsinki	Virtuaalitapahtuma, musiikki
Tanssistudio Razzmatazz	FIN, Tampere	Tanssi
<i>Espoon kaupunginteatteri, Silentopia</i>	FIN	Esittävä taide
Creative Technologies	FIN	Esitysteknologia
Le Bal de Paris	FRA, myös muualla Euroopassa	Virtuaalikokemus



Kolme näkökulmaa

**SISÄLTÖ
YLEISÖ
TUOTANTO**

Havaintomatriisin kolme näkökulmaa

SISÄLTÖ

mm. mistä
esimerkissä on
kyse; mikä on sen
tavoite,
toteutuksen
luonne, sekä
digitaalisuuden
aste

YLEISÖ

mm. asiakkaan
rooli ja hänen
tavoitteensa,
arvolupaus ja
lisäarvo, sekä
vuorovaikutteisuus
ja saavutettavuus

TUOTANTO

mm. Tuotannon
ydinosa-alueet,
kumppanuudet ja
käytössä olevat
teknologiat,
osaaminen, sekä
liiketoiminta- ja
ansaintamalli

Huomiot sisällöstä 1/2

Esityksen **muoto ja luonne** vaihtelivat täysin virtuaalisesta live-tilaisuuteen, jossa hyödynnettiin digitaalisia sisältöjä, etälähetykseksi striimausta, tallennusta, tai näiden hybridimäiseen yhdistelmään; lisäksi mukana aineistossa oli muuta alustaratkaisu, joka liittyi esityksen välittämiseen, markkinointiin tai kokemiseen

- **radikaalein esimerkki lienee Ariana Granden virtuaalinen keikka Fortnite-online-pelin sisällä**
- **esimerkeissä painottuu digitaalisuuden aste osin tai täysipainoisesti toteutettuna, ja digitaalisuuden rooli oli vähintään tukeva, ellei keskeinen – toteutuksesta riippuen**



Huomiot sisällöstä 2/2

Tavoitteet ja digitaalisen ratkaisun käytön tarkoitusperät vaihtelevat kaupallisuudesta ja myynnin edistämisestä monikanavaistamiseen, saavutettavuuden parantamiseen (mm. koronarajoitukset) sekä kokemuksen parantamisesta (mm. immersiiivisyys, kerroksisuus, yllätyksellisyys) eri osapuolten kohtaamisen vauhdittamiseen



Huomiot yleisön kokemuksesta 1/2

Esimerkeissä yleisöasiakkaan rooli vaihtelee passiivisesta melko passiiviseen ja aktiiviseen; nähtävissä käänne ns. spectActor-rooliin, jossa teknologia tukee osallistumista.

Kohderyhmä näyttäytyy osin etukäteen määriteltynä tavoiteyleisönä, mutta myös digitaalisen ratkaisun myötä houkuteltuina uusina kohderyhminä; keskeinen lähtökohta on sisällön fanit, harrastajat tai taiteen ja kulttuurin heavy userit; digitaalinen ratkaisu voi edistää saavutettavuutta ja tuoda uusia esim. aisti- tai liikuntarajoitteisia asiakkaita.

”

Vuorovaikutteisuus digitaalisen ratkaisun keinoin palvelukokemuksen eri vaiheissa näyttäytyy melko yksipuolisesti, jossain määrin esim. myynnin ja markkinoinnin kannalta esipalveluvaiheessa, mutta etenkin sillä on syvennetty, laajennettu tai rikastettu esittävän taiteen kokemista tai tehty siitä moniaistisempi ja kerroksellisempi.

Huomiot yleisön kokemuksesta 2/2

Arvolupaus, hyöty asiakkaalle, alleviivaa laadukasta ajanvietettä (time well spent), kokemisen helppoutta jja saavutettavuutta (esim. ajan säästäminen) tai uuden oppimista, muutosta ja kokemisen moninaistamista (time well invested)

Vuorovaikutteisuus digitaalisen ratkaisun keinoin palvelukokemuksen eri vaiheissa näyttäytyy melko yksipuolisesti, jossain määrin esim. myynnin ja markkinoinnin kannalta esipalveluvaiheessa (ennen varsinaista kokemusta), mutta pääasiallisesti teknologialla on syvennetty, laajennettu tai rikastettu esittävän taiteen kokemista tai tehty siitä moniaistisempi ja kerroksellisempi.

Huomiot tuotannosta 1/2

Tuotanto ja toteutus kulminoituvat moniammatillisuuteen ja monialaisuuteen (cross-sectoral); kaupallistamisen, myynnin ja markkinoinnin sekä asiakkaan kokemuksen johtamisen osaamiselle näyttäisi olevan kasvava tilaus – eli pelkkä laadukas sisältö ei välttämättä riitä globaalissa kilpailussa ajasta ja huomiosta.

Teknologia ja osaaminen ovat vahvasti kiinni mm. striimusratkaisuissa, mutta myös jossain määrin alustatalouden ratkaisuissa ja digitaalisissa palveluissa; lisäksi teknologia näyttäytyy lavastamisen ja tehosteiden ja sitä kautta kokemusmaailmojen ja illuusioiden luomisessa.

”

Kaupallistamisen, myynnin ja markkinoinnin sekä asiakkaan kokemuksen johtamisen osaamiselle näyttäisi olevan kasvava tilaus – eli pelkkä laadukas sisältö ei välttämättä riitä globaalissa kilpailussa ajasta ja huomiosta

Huomiot tuotannosta 2/2

Kulut, tulovirta, ansaintamalli osoittautuivat hankalaksi kohteeksi hankkia tietoa, voi edellyttää täsmähaastatteluja; oheispalveluiden ja kokonaisvaltaisen kokemusajattelun rooli voi korostua eri palvelukokemuksen vaiheissa, etenkin jälkimarkkinointi/-palvelu.

Korona-ajan vaikutus on verrattain suuri (näyttämöajatuksen ja aikakäsityksen ja paikkaan sidotun kokemisen laajentaminen); toteutuksen jatkuvuus on läsnä monessa, ei vain tempauksia.



Kiinnostavimmat kansainväliset esimerkit

Sisällön, yleisön ja tuotannon näkökulmista:

- Ariana Grande x Fortnite
- Cirque du Soleil
- Museo+Arilyn (myös Suomesta useita esimerkkejä)

Kiinnostavia yksityiskohtia ja inspiraatioita muutamasta muusta:

- Tuotanto: Eventual (Suomalainen alusta, palkittiin Pro Gaala 2022 Ammattikeittiöiden ja ravintoloiden parhaat ammattilaiset -tapahtuman innovaationsarjassa)
- Sisältö: Life Reflected
- Yleisö: Virtual Circle, HarrisonParrott

Yhteenvedoa esittävän taiteen toimintasuunnista

- On hyvä pohtia, missä ”bisneksessä” haluaa olla – olla osa muista vai luoda oma erottuva kategoriansa loistaa
- Digitaalisia ratkaisuja, kuten sähköistä myyntikanavaa, on hyödynnetty pitkään, esim. lipun ostaminen verkossa ja sen lukeminen QR-koodilla
- Digitaalisella ratkaisulla on paikattu korona-ajan saatavuushaasteita, esim. live-striimaus kotisohvalle tai hybriditoteutus
- Esimerkeissä teknologiaa on hyödynnetty ensisijaisesti yleisön palvelukokemuksen ydinpalvelun vaiheessa kokemuksen rikastamisessa, erottuvuudessa tai moniaistisuuden parantamisessa
- Digitaalisten ratkaisujen potentiaalia ei ole vielä juurikaan ulosmitattu jälkipalveluvaiheessa tai mahdollisessa lisämyynnissä

Näköaloja koulutuksen suunnitteluun

- Benchmarking-työ tukee ja tuo lisäarvoa osaamisen vahvistamiseen ja seuraaviin toimenpiteisiin
- Monisektoraalisessa koulutuksessa tarvitaan samanaikaisesti näkemyksellisyyttä inspiroimaan ja ravistelemaan alaa sekä käytännönläheistä ”kädet savessa” -oppimista ja arjen realismia
- Esimerkiksi metaverse- ja multiverse-näkökulmat ovat yhä ajankohtaisempia, mutta ne eivät ole välttämättä kovinkaan realistisia Pirkanmaalla
 - Olisiko tällainen digiloikka yltiöpäinen?



Back to Basics? Kohti ”noutopöytäajattelua”

- Tunnistetaan eräänlainen porras- ja askelma-ajattelu digitaalisten ratkaisujen ja uusien liiketoimintamallien vauhdittamisessa – tarvitaan näköaloja mutta myös konkretiaa ja opitun kytkemistä tuotantojen arkeen
- Toimijoilla on erilaisia tarpeita ja lähtökohtia – tarvitaan joustavaa opintotarjotinta

Esim. Ethernet-verkot esitystekniikassa, lähiverkon rakentaminen ja tietoturva sekä kuvan ja äänen siirtäminen verkossa

Matalan kynnyksen AV-kokeilut

Edistyneemmille

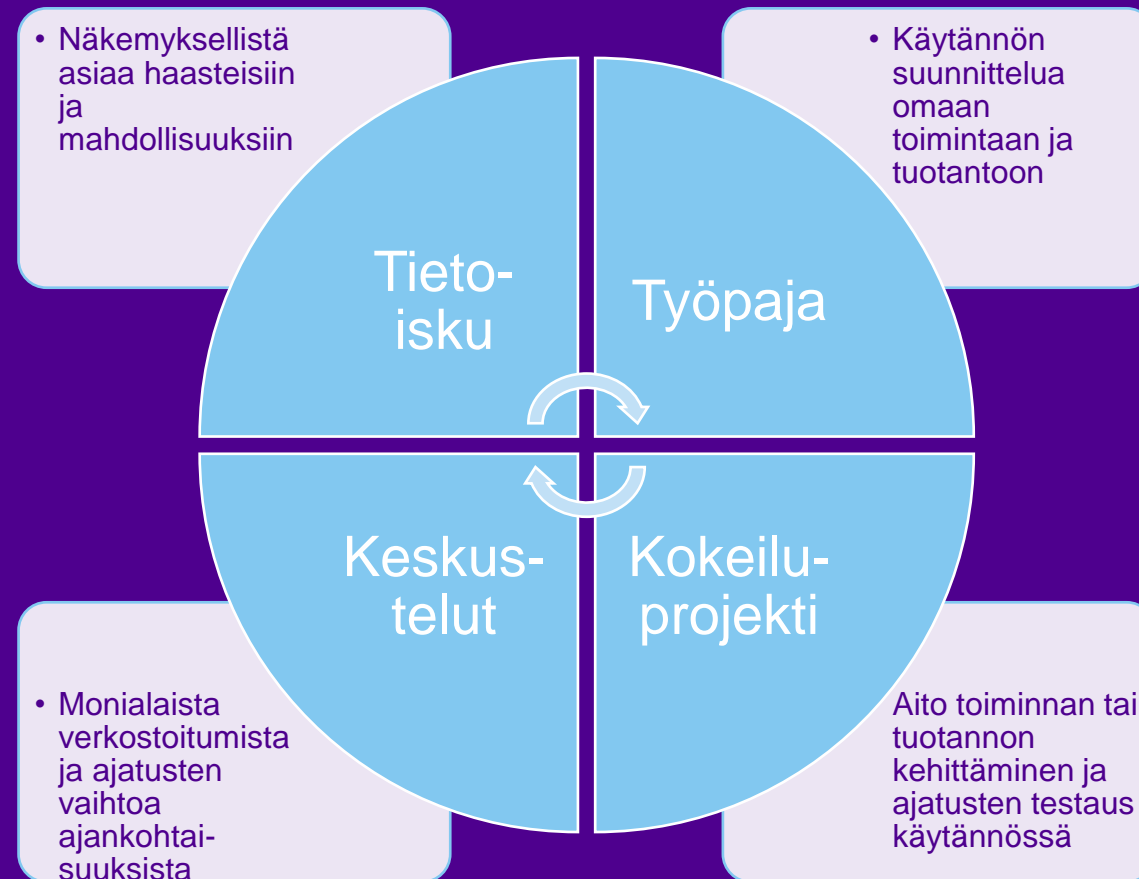
RFID-, AR- yms. ratkaisut yleisökokemuksen rikastajana tai markkinoinnissa, monikamerastriimaus, mediasisältöjen mahdollisuudet

Välähdyksiä globaalista ”pelistä”

Yhteistyö pelialan yrityksen kanssa, VR-kokemus, metaverse esittävässä taiteessa

Esimerkki neljästä osa-alueesta

- Pilottikoulutus voisi rakentua esimerkiksi näistä neljästä osa-alueesta:



 Tampereen yliopisto
Tampereen ammattikorkeakoulu

 Ihminen
ratkaisee.

SMART ART 
Esittävien
taiteiden
muuttuva
osaaminen

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



REACT-EU-hankkeet rahoitetaan osana Euroopan unionin
COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia