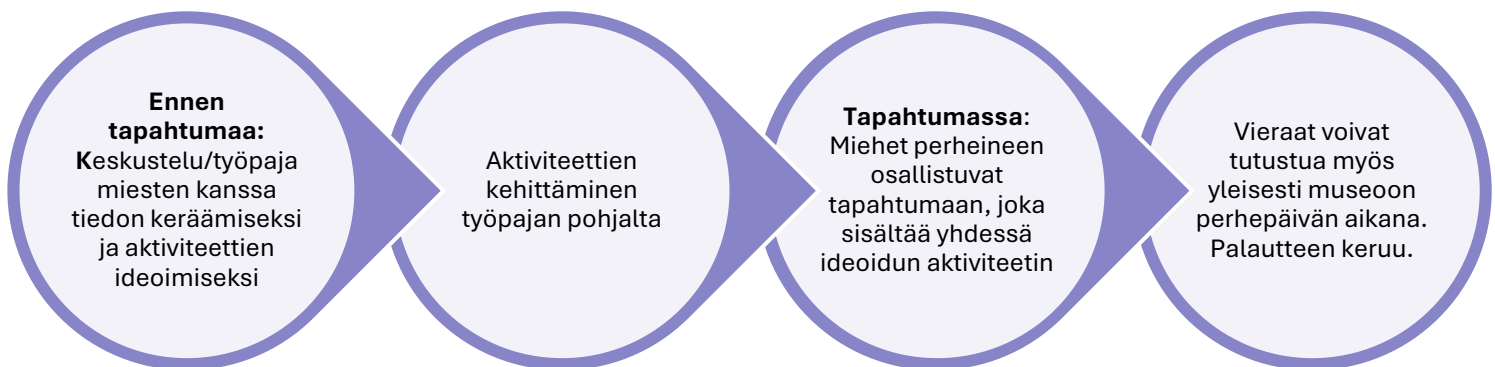


# Perhepäivä ja käyttäjien luomat aktiviteetit

**Tavoitteet:** Hyödyntää ikämiesten erityistä tietoa ja osaamista; yhdistää sukupolvia ja jakaa tietoa; luoda uusia materiaaleja ja tietoa näyttelyihin; mahdollistaa ikämiesten tarinoiden jakaminen museon, muun yleisön ja heidän perheidensä kesken

**Kohderyhmä:** Ikämiehet ja heidän perheensä (aikuiset lapset, lapsenlapset, sisarentytöt, veljenpojat jne.)

## Tapahtuman kulku



### Materiaalit ja tarvikkeet (aktiviteetista riippuen):

- Miesten kanssa kehitetty toimintataulukko
- Näyttelyihin asetettavat tekstitaulut
- Kynät ja kirjoitusvälineet
- Halutessa tarjottavaa tai muuta tekemistä pienimmille lapsille palautteenannon ajaksi



## Vaihe 1: Tiedon kerääminen ikämiehiltä

Viron maatalousmuseon kanssa järjestetyssä tapahtumassa hyödynnettiin ikämiesten omaa tietoa ja tarinoita näyttelyesineistä.

Ikämiesten tiedot kerättiin erillisessä työpajassa ennen tapahtumaa ja muotoiltiin sen pohjalta aarteenetsinnäksi, jossa lapset voivat esittää kysymyksiä ja ikämiehet vastaavat niihin. Tietoa muotoiltiin siten, että se soveltui lapsille.

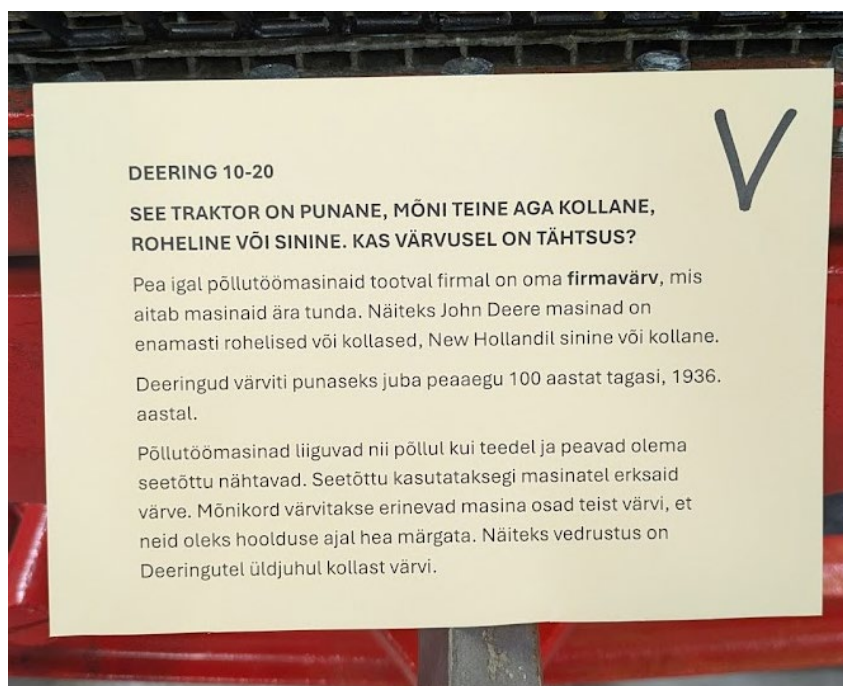
## Vaihe 2: Perhepäivän toteuttaminen

Osana perhepäivää oli mahdollisuus (muihin aktiviteetteihin ja näyttelyihin tutustumisen ohessa) pysähtyä keskustelemaan isoisan tai muun aikuisen kanssa, jolla oli omaa tietoa maatalouskoneista.

Perhepäivän aikana lapset saivat kysyä isovanhemmiltaan koneista ja laitteista ja isoisät jakaa tietoaan. Näyttelyyn asetetut tekstit (perustuivat osittain ikämiehiltä kerättyyn tietoon) tukevat keskustelua.

### Aktiviteetti:

Aarteenetsintä (kirjainten etsintä), joka varmisti, että lapset ja heidän isovanhempansa kävivät jokaisen tekstitaulun luona näyttelyssä ja keskustelivat kysymyksistä ja vastauksista yhdessä.



## Resurssit

|                   |   |
|-------------------|---|
| Henkilöstö        | Yksi museotyöntekijä, joka järjestää työpajan tietojen keräämiseksi miehiltä ja ohjaa heitä aktiviteetin ideoinnissa sekä auttaa aktiviteetin toteuttamisessa ja ohjaamisessa perhepäivän aikana<br><br>Vapaaehtoiset ikämiehet |
| Aika              | Perhepäivän kesto 4–6 h<br>Suunnittelu ja valmistelut ~ 4-6 h<br>Toteutus (ml. aktiviteetin valmistelu ja tekstitaulujen tulostaminen) ~1-2 h<br>Palaute ja dokumentaatio ~1–2 h  |
| Tilat ja laitteet | Olemassa oleva museonäyttely ja siihen liittyvät tilat<br>Välineet ja materiaalit tekstitaulujen ja ohjeiden tulostamiseen.   |
| Budjetti          | Karkea arvio henkilöstökustannuksista 400–500 €<br>Painatus ja materiaalit 20–100 € (riippuen tehdäänkö tekstitauluista pysyvämpiä vai väliaikaisia ratkaisuja – väliaikaiset voi hyvin tulostaa itse)                          |

## Nostoja palautteesta

Miehillä oli paljon ideoita erilaisista perhepäivään sopivista aktiviteeteista

Suunnittelu ei aina ollut yksimielistä: joidenkin miesten mielestä ideoitu aktiviteetti oli liian vaikea nuoremmille lapsille

Tiedon jakaminen tapahtuman aikana oli molemminpuolista – myös lapset jakoivat ajatuksia ja opettivat ikämiehiä

Lapset olivat kiinnostuneita pelillisyydestä, mutta se tarjosi ikämiehille mahdollisuuden opettaa

Miesten tuottama tieto oli arvokasta museolle

Nuoremman sukupolven miehet voivat edistää kiinnostusta perinteisesti sukupuolittuneisiin ammatteihin ja aiheisiin (esim. koneet ja maatalouslaitteet) sukupuolesta riippumatta

## Suosituksset ja vinkit:

- Ikämiesten osallistaminen aktiviteettien suunnitteluun on tärkeää, koska se saa heidät osallistumaan aktiivisemmin kuin jos he vain tulisivat paikalle perhepäivään. Se myös antaa museolle mahdollisuuden kerätä ikäihmisiltä tietoa omaan käyttöönsä.
- Tiedon kerääminen perhepäivää varten kannattaa toteuttaa jollain yksinkertaisella tavalla. Maatalousmuseossa veimme ikämiehet jokaisen koneen/laitteen luo ja pyysimme heitä kiinnittämään muistilappuja niihin. Nauhoitimme myös käydyn keskustelun.
- Perhepäivään kannattaa sisällyttää myös muita olemassa olevia näyttelyitä ja aktiviteetteja. Maatalousmuseossa kävimme katsomassa eläimiä navetassa. Sukupolvien välinen oppiminen myös jatkui, vaikka mitään erityisiä aktiviteetteja ei joka hetki olisi ollutkaan.
- Maatalousmuseon kaltaiset museot esittelevät näyttelyjä aiheesta “kadonnut tieto”. Nämä tarjoavat ikääntyneille ihmisille mahdollisuuden välittää tietoa vanhoista esineistä, ammasteista ja toimintatavoista nuoremmille sukupolville, ennen kun ne katoavat ikuisesti.

## Yhteistyötahot ja kohderyhmän tavoittaminen:

- Eläkeläisyhdistykset
- Koulut
- Miesten ryhmät
- Paikalliset Facebook-ryhmät
- Paikallisten tapahtumien jakelusivut (esim. kunnan verkkosivut)
- Ikääntyneiden palvelut
- Harrastusryhmät

## Liitteet ja materiaalit:

- [Esimerkki työvaiheista ja käytetystä ajasta](#)
- [Business Model Canvas](#)

## Liite 1

# Esimerkki työvaiheista ja käytetystä ajasta

**Tapahtuman järjestämiseen käytettävä aika (yhteensä noin 20–30 tuntia)**

### **Suunnittelu ja valmistelut (~6-8 h):**

- Vapaaehtoisten ikämiesten kokoaminen yhteen ja aktiviteetin suunnittelu yhdessä (työpaja tms.)
- Aktiviteetin viimeistely keskustelun pohjalta ja muiden perhepäivän aktiviteettien valmistelu

### **Markkinointi ja osallistujien tavoittaminen (5–10 h):**

- Markkinointimateriaalien suunnittelu ja tuottaminen (esim. printtimainokset, sosiaalisen median julkaisut) ~3–5 h
- Jakelu: yhteistyö ikääntyneiden palvelujen, miesten ryhmien ja muiden paikallisten verkostojen kanssa, jakelu ilmoitustauluilla ja Facebookissa jne. ~2–5 h

### **Toteutus (~8-10 h):**

- Materiaalien painattaminen, ripustaminen ja jakelu
- Tilan valmistelu
- Tapahtuman kesto 4–6 tuntia
- Palautteen kerääminen ja dokumentointi tapahtuman aikana

### **Palautteen käsittely (1–2 h):**

- Palautteen tarkastelu ja yhteenveto
- Mahdollisten kehittämissideoiden tallentaminen

Liite 2

# Business Model Canvas

|   |   |  |   |  |
|---|---|--|---|--|
| <b>Key Activities</b>   | <b>Key Partners</b>   | <b>Value Propositions</b>  | <b>Customer Relationship</b>  | <b>Customer Segments</b>                                       |
| <p>Työpaja perheille suunnatun aktiviteetin kehittämiseksi</p> <p>"Perhepäivä" museossa, mukaan lukien yhdessä kehitetty toiminta</p> <p>Sukupolvien välinen oppiminen ja vuorovaikutus</p> <p>Markkinointi</p> | <p>Yhdistykset ja järjestöt: eläkeläisyhdistykset, Paikalliset miesryhmät Ikäntyneiden palvelut (esim. Koulut Paikalliset Facebook-ryhmät Kunnan kulttuuritoimistot</p> <hr/> <p><b>Key Resources</b></p> <p>Tilat: olemassa olevat näyttelyt Henkilöstö: museotyöntekijä keräämään tietoa ja koordinoimaan miesten kanssa kehitettyä toimintaa</p> | <p>Tallennettuja tarinoita ja tietoa museonäyttelyistä</p> <p>Uusien toimintojen kehittäminen tulevia tapahtumia varten</p> <p>Ikämiesten matalampi kynnyksen käyttää museopalveluita &gt; uusia asiakkaita museolle</p> <p>Paremmat julkiset palvelut</p> | <p>Kertaluonteinen tapahtuma tai tapahtumasarja, joka kohdistuu paitsi iäkkäisiin miehiin myös heidän perheisiinsä</p> <hr/> <p><b>Channel (reaching the clients)</b></p> <p>Facebook Verkkosivusto Yhdistykset ja järjestöt "Puskaradio"</p> | <p>Ikämiehet</p> <p>Nuoret (lapsenlapset)</p> <p>Vanhemmat</p> |

|   |
|---|
| <b>Cost Structure</b>   |
| <p>Henkilöstöresurssit tapahtuman järjestämisessä ja toteutuksessa sekä markkinoinnissa</p> <p>Painetut materiaalit toimintaan (kyllit, tekstitaulut)</p> <p>Muut markkinointikulut (esim. maksettu mainonta)</p> |

|  |
|--|
| <b>Revenue Stream</b>  |
| <p>Normaalit sisäänpääsymaksut</p> <p>Kertaluonteinen tapahtumamaksu</p> |