



Euroopan unionin
osarahoittama



**Taidepohjaiset aktiviteetit
paikallisen ja maaseudun
kulttuuriperinnön
tukemiseen**



2023

Maarit Mutta & Soila Merijärvi (University of Turku)

Kotryna Kabasinskaite & Kristina Liorentiene (Lithuanian countryside tourism association)

Augustin Lefebvre & Julia Nyikos (De l'Art et D'autre)

Grazia Lucantoni, Maria Moncada & Silvia Lucantoni (Web per tutti)

Agreement number: 2021-1-FR01-KA220-ADU-000033544

SISÄLLYSLUETTELO

JOHDANTO	3
1. KÄSITYÖLÄISET JA KULTTUURIAMMATIT	4
2. ESIMERKKEJÄ PAIKALLISESTA JA MAASEUDUN KULTTUURIPERINNÖSTÄ	5
2.1. Suomi	5
2.2. Ranska	7
2.3. Italia	8
2.4. Liettua	9
3. AKTIVITEETTEJA INTERAKTIIVISEEN JA VIRTUAALISEEN TAIDEMOHJAJAISEEN KAMPANJOINTIIN	11
3.1. Aktiviteetti "Kylkiäinen"	11
3.2. Aktiviteetti "Verkkoyhteisöt"	12
3.3. Aktiviteetti "Matka kohti eurooppalaista käsityötä"	14
3.4. Aktiviteetti "Yhteistyö muiden yritysten kanssa"	15
3.5. Aktiviteetti "Taidenäyttely verkossa"	16
3.6. Aktiviteetti "Kootaan palapeli"	17
3.7. Aktiviteetti "Visa saippuan valmistajille"	18
3.8. Aktiviteetti "Yhdistä oikeat parit"	19
3.9. Aktiviteetti "Konfettikukkien valmistaminen"	20
3.10. Aktiviteetti "Akrostikon ja käsityöt"	22
3.11. Aktiviteetti "Yllättävä muodostelma"	23
3.12. Aktiviteetti "Perinneasuja kaikkialla"	24
3.13. Aktiviteetti "Kulttuuriperintösuunnistus"	26
3.14. Aktiviteetti "Opi lisää"	27
3.15. Aktiviteetti "Värikkäästi"	28
4. SOSIAALISEN MEDIAN TESTAUS	30
LOPUKSI	31
LÄHTEET	32
LIITE I	34

JOHDANTO

Kulttuuriperintö on keskeinen osa Euroopan alueellista imagoa ja identiteettiä, ja kulttuurimatkailun osuus kaikesta turismista Euroopassa on 40 % (UNWTO, 2018). UNWTO:n yleiskokouksen 22. istunnon (2017) määritelmän mukaan kulttuurimatkailuun kuuluu:

"Kaikki matkailutoiminta, jossa kävijän olennainen motivaatio on oppia, löytää, kokea ja kuluttaa matkailukohteen aineellisia ja aineettomia kulttuurinähtävyyksiä/tuotteita. Nämä nähtävyydet/tuotteet liittyvät yhteiskunnan aineellisten, älyllisten, henkisten ja emotionaalisten ominaispiirteiden kokonaisuuteen, joka kattaa taiteen ja arkkitehtuurin, historiallisen perinnön ja kulttuuriperinnön, ruokakulttuurin, kirjallisuuden, musiikin, luovan teollisuuden ja elävät kulttuurit elämäntapoineen, arvojärjestelmineen, uskomuksineen ja perinteineen."

Matkailun ja kulttuurin fuusioituminen ja matkailijoiden kasvava kiinnostus kulttuurielämyksiä kohtaan luovat käsityöläisille ainutlaatuisia mahdollisuuksia, mutta myös monenlaisia haasteita.

Kuten CORDIALIS-manuaalissa "Etäviestinnän haasteita ja ratkaisuja" (Mutta ym., 2022) sanotaan, artesaanituotteita myydään perinteisesti toreilla ja erilaisilla messuilla. Nykyään myyminen ja ostaminen tapahtuu kuitenkin yhä useammin verkossa ja sähköisen kaupankäynnin alustoilla, minkä ansiosta artesaanit ja käsityöläiset voivat laajentaa asiakaskuntaansa, myydä enemmän tuotteita ja olla vuorovaikutuksessa useampien ihmisten kanssa. Artesaanit eivät tosin aina mainosta tuotteitaan sosiaalisessa mediassa ja voi olla, että heillä ei ole ollenkaan tilejä sosiaalisen median kanavilla. Artesaanit, jotka ovat sosiaalisessa mediassa, saattavat puolestaan olla siellä melko passiivisia, eivätkä he välttämättä panosta julkaisujen laatuun (esim. huono kuvanlaatu). Tämä ilmiö saattaa johtua ajan- tai tietotaidon puutteesta etenkin vanhempien sukupolvien keskuudessa (esim. Liettuassa).

Tämä opas on osa CORDIALIS-hanketta, ja se on suunnattu käsityöläisille ja etenkin maaseudulla toimiville kulttuurialan ammattilaisille. Manuaali on kokoelma kokemuksia ja neuvoja, jotka on kerätty kaikista hankkeen partnerimaista (Italia, Liettua, Ranska ja Suomi). Tavoitteena on esitellä osallistavia, epämuodollisia aktiviteetteja, jotka korostavat paikallisen ja maaseudun kulttuuriperinnön elementtejä erilaisissa ammatillisissa ja epävirallisissa tilanteissa. Manuaalin päätarkoitus on tarjota käsityöläisille ideoita ja neuvoja, joita he voivat soveltaa toiminnassaan ja joiden avulla he voivat kehittää omaa viestintäänsä ja houkutella lisää asiakkaita. Manuaali pyrkii tarjoamaan vuorovaikutteisia, virtuaalisia ja taidepohjaisia kampanjainnin keinoja, joilla autetaan paikallisia käsityöläisiä ja taiteen ammattilaisia esittelemään käsitöitään, perinnetaitojaan ja tuotteitaan.

Manuaali sisältää lyhyen katsauksen käsityöläisten tilanteeseen jokaisessa partnerimaassa ja 15 osallistavaa aktiviteettia sekä ohjeet niiden soveltamisesta käsityöläisten työhön tosielämän esimerkkien avulla. Kunkin maan esimerkit voivat opastaa ja kannustaa parempien markkinointimahdollisuuksien hyödyntämiseen ja lisätä jalansijaa markkinoilla pienemmällä yksilön työmäärällä. Se antaa neuvoja kausivaihtelun hallintaan, kilpailukyvyyn parantamiseen, uskottavuuden kasvattamiseen ja käsityöryitysten imagon parantamiseen tulevaisuudessa. Monipuoliset tuotteet ja ainutlaatuiset elämykset voivat lisäksi houkutella enemmän matkailijoita, mikä takaa liiketoiminnan sujuvuuden. Manuaali on saatavilla CORDIALIS-hankkeen verkkosivuilla (<https://www.cordialiserasmus.eu>).

1. KÄSITYÖLÄISET JA KULTTUURIAMMATIT

Tämä manuaali on suunnattu pääasiassa käsityöläisille sekä paikallisesti ja maaseudulla toimiville kulttuurialan ammattilaisille. Hankkeen tarkoituksena on auttaa kyseisiä ammattilaisia parantamaan medialukutaitoaan ja oman alan tarpeisiin kohdistettuja markkinointi- ja digitaitoja. Toinen tavoite on, että he löytävät innovatiivisia digitaalisia keinoja pitää yhteyttä asiakkaisiinsa ja esitellä töitään uusille yleisöille. Lisäksi toivomme, että he pääsevät kehittämään itsearviointitaitojaan ja itsenäisyyttään etäviestinnässä siten, että he pystyvät mainostamaan käsitöitään ja kasvattamaan sosiaalista verkostoitumistaan.

On tärkeää kasvattaa tietoisuutta artesaanien käytänteistä, sillä ne ovat erityisen tärkeitä paikallisten kulttuurien säilyttämisen, maaseudun asukkaiden tulojen lisäämisen ja kestävän matkailun edistämisen kannalta. Edistääkseen liiketoimintaansa käsityöläisten on parannettava digitaalista viestintäänsä ja markkinointiaan, ja heidän on löydettävä uusia, vuorovaikutteisia yhteydenpitokeinoja asiakaskuntansa kanssa.

Tämä manuaali edistää hankkeen laajempaa vaikutusta, sillä se lisää käsityöläisten ymmärrystä innovatiivisten työkalujen soveltamisesta heidän omaan työhönsä ja auttaa heitä ymmärtämään niiden tuomat hyödyt. Käsityöläiset oppivat käyttämään sosiaalista mediaa paikallisten ja perinteisten aktiviteettien ja tuotteiden arvon lisäämiseksi. Alueelliset kokemukset ja ammatillinen tietotaito laajentavat maailmankuvaa ja antavat uusia ideoita jokaiselle käsityöläiselle.

2. ESIMERKKEJÄ PAIKALLISESTA JA MAASEUDUN KULTTUURIPERINNÖSTÄ

Paikalliseen perinteeseen perustuvan matkailualan kehittämistä helpottaa ymmärrys siitä, miten alueen ainutlaatuisia piirteitä voidaan hyödyntää ikimuistaisen matkailukokemuksen luomiseksi. Aineettomaan kulttuuriperintöön kuuluvat seuraavat sosiaaliset ja taloudelliset hyödyt:

- Identiteetin ja yhteenkuuluvuuden tunteen lisääminen osana paikallista yhteisöä;
- Kulttuurisen monimuotoisuuden edistäminen ja ylläpitäminen globalisaation aikakaudella;
- Työllistymismahdollisuuksien luominen ja tulojen lisääminen;
- Matkakohteen matkailutarjonnan monipuolistaminen;
- Kestävän kehityksen edistäminen.

Tuotteen luomisen jälkeen on tärkeää tietää, miten esitellä ja myydä se yleisölle. Seuraavaksi esitellään jokaisen partnerimaan käsityöläisten kokemuksia hyvinä esimerkkinä ja inspiraationa muille toimijoille, jotka myös suunnittelevat yhteisten tuotteiden tai kokemusten kehittämistä ja edistämistä.

2.1. Suomi

Käsityötaidolla on merkittävä rooli Suomen historiassa. Ennen teollista vallankumousta kaikki materia tehtiin käsityönä joko kotona tai ammattilaisen toimesta. Kuten kaikkialla maailmassa, myös Suomessa massatuotanto muutti käsityötuotteiden asemaa, mutta niitä ei unohdettu. Suomi on ylpeä saavutuksistaan kestävän kehityksen ja ilmastokriisin ehkäisemisen saralla ja käsintehtyjen tuotteiden suurin myyntivaltti onkin se, että ne ovat yleensä ympäristön kannalta kestävämpiä ja parempia kuin muista maista lähetetyt massatuotteet. Eettisen kulutuksen suosion kasvaessa käsityöt saattavatkin olla tekemässä paluuta Suomeen. Tämä näkyy muun muassa käsitöiden tekemisen suosion kasvuna. Taitoliitto on yksi Unescon aineettoman kulttuuriperinnön suojelua koskevan yleissopimuksen asiantuntijaorganisaatioista ja käsityökulttuurin puolestapuhuja. Taitoliiton (2021) tutkimuksen mukaan vähintään puolet suomalaisista tekee käsitöitä, nikkarointia tai rakentelua vähintään muutaman kerran kuukaudessa. Vuonna 2018 vastaava luku oli vain 34 %. Nousu johtunee osittain COVID-19-pandemian vaikutuksista, kun kotiin jääneet ihmiset kehittivät kotona tehtäviä vapaa-ajan aktiviteetteja. Saman tutkimuksen mukaan suomalaisilla on myös taipumus antaa käsintehtyjä tuotteita lahjaksi, ja esimerkiksi vuonna 2021 joka kolmas lahjoitti itsetehdyn tai käsintehtyn tuotteen lahjaksi jollekin. Käsityön kunnioittaminen näkyy Suomessa myös koulutuksessa, kulttuuriperintökohteissa ja jopa valtiotasolla. Vuonna 2013 Suomi hyväksyi Unescon yleissopimuksen aineettoman kulttuuriperinnön suojelemisesta (Taitoliitto, 2020).

Käsityö on ollut oppiaineena kouluissa koko suomalaisen oppivelvollisuuden historian ajan 1860-luvulta lähtien (Gladh, 1968; Manninen a.d.). Katsottiin, että kansalaisen perustaitoihin kuuluu käsityö- ja ammattitaito, maanviljely ja puutarhanhoito. Ajan myötä tavoitteet ja sisällöt ovat muuttuneet yhteiskunnan tarpeiden mukaan, mutta käsityökasvatus pysyi pakollisena osana perusopetusta; nykyään kaikkien oppilaiden on osallistuttava käsityöilmaisuun, muotoiluun ja teknologiaan perustuvaan toimintaan (Opetushallitus, 2022). Tällä hetkellä oppiaineessa korostetaan luomisen iloa, ongelmanratkaisutaitoja, suunnittelu- ja ilmaisutaitojen kehittämistä, käsityön kulttuurista ja yhteiskunnallista merkitystä, paikallista ja maailmanlaajuista kulttuuriperintöä sekä digitaalisen teknologian käyttöä. Lisäksi käsityökasvatuksen keskeisenä tavoitteena on herättää oppijan ekologinen ja eettinen tietoisuus (Elävä arkisto, 2022). Pakollisen perusopetuksen jälkeen Suomessa on tarjolla erilaisia käsityöalan koulutuspolkuja. Ammattiin voi kouluttautua palkallisessa

oppisopimuskoulutuksessa tai Suomen maksuttomassa koulutusjärjestelmässä, johon kuuluvat ammatilliset oppilaitokset, yliopistot ja ammattikorkeakoulut (Studyinfo.fi). Kaikissa näissä laitoksissa on tarjolla monia käsityöaloja, kuten muotoilua, lasinpuhallusta, konservointia ja käsityökasvatusta.

Anna-Liisa Heinonen on yksi monista suomalaisista, jotka valitsivat käsityöammattilaisen uran. Hän on eläkkeellä oleva käsityönopeettaja ja kansallispukuihin erikoistunut käsityöammattilainen. Hän opettaa edelleen kansallispukujen entisöintiä Turun suomenkielisessä työväenopistossa. Heinonen kuvailee käsitöitä eläväksi organismiksi, joka kehittyy ajan myötä, ja sen elämä näkyy käsityötapahtumissa, kuten kansallispukujen tuuletuksissa, jolloin ihmiset lähtevät kaduille pukeutuneina kansallispukuihin.

Vaikka Suomessa käsityön merkitys on kasvanut, käsityöyritysten määrä ja työllisyysaste ovat laskeneet 2010-luvulla (Lith, 2019). Raportin mukaan syynä ovat lisääntynyt kilpailu ja yrittäjien eläkkeelle siirtyminen. Lasku on merkittäväntä puusepäntuotteiden ja huonekalujen valmistuksessa.

COVID-19-pandemian vaikutuksia koskevan tutkimuksen mukaan käsityöläisten tilanne oli heikentynyt entisestään edellisen tutkimuksen (Lith, 2019) jälkeen, ja 62 % yrittäjistä ilmoitti, että heidän liikevaihtonsa oli vähentynyt. Monilla oli kuitenkin vielä toiveita tulevaisuuden suhteen, ja 30 % uskoi toimintansa laajenevan tai kasvavan seuraavan vuoden aikana (Taitoliitto, 2021a). Yksi syy tähän voi olla se, että suomalaiset alkavat ajatella entistä enemmän kestävästä kehityksestä ja ilmastokriisin ehkäisyä, mikä saattaa lopulta johtaa massatuotteiden myynnin vähenemiseen ja paikallisten tuotteiden myynnin kasvuun. Evan (2021) tutkimuksen mukaan 71 % suomalaisista on sitä mieltä, että ilmastomuutos on aikamme suurin ympäristöuhka, johon on puututtava nopeasti toteuttamalla tehokkaita toimia kaikissa maissa. Lisäksi Suomalaisen Työn Liiton tutkimuksen (2020) mukaan joka kolmas suomalainen myöntää, että maailmanlaajuinen pandemia muutti heidän näkemyksiään tuotteiden ja palveluiden alkuperämaasta, ja 77 % on sitä mieltä, että pandemian aikana pitäisi ostaa vain suomalaisia tuotteita.

Suomalaisten mielipiteet osoittavat lupaavaa tulevaisuutta paikallisesti valmistetuille tuotteille, kun tietoisuus kestävästä kehityksestä ja ilmastokriisistä lisääntyy. Marja-Leena Rönkkö, käsityökasvatuksen professori Turun yliopiston opettajankoulutuslaitoksen Rauman yksiköstä, uskoo myös käsityöalan tulevaisuuteen. Rönkkö korostaa, että on tärkeää osata käyttää sosiaalista mediaa ja markkinoida siellä pysyäkseen mukana käsityöalan kehityksen mukana (vrt. Mutta ym., 2022). Rönkkö lisää, että internetin rooli käsityöläisten työympäristönä alkoi yksittäisistä blogeista ja siirtyi Facebookiin, jossa jakamisen kulttuurista on tullut tärkeä osa ammattia. Pikkuhiljaa Instagram on kuitenkin alkanut syrjäyttää Facebookia, ainakin Suomessa. Rönkön mukaan on tärkeää, että käsityöläiset pysyvät luovina, sillä globaalit tapahtumat, kuten COVID-19 ja aggressiiviset sotatoimet Euroopassa, rajoittavat ja muuttavat kaupankäyntiä. Tärkeä osa käsityön tulevaisuutta liittyy yhä enemmän kierrätykseen ja kestävyys.

Esimerkki hyvistä käytänteistä: Myssymummot (Pöytyä). Tämä Pöytyällä toimiva maatilälähtöinen designbrändi sai alkunsa, kun entinen ammattipurjelautailija Janne löysi rakkautensa palattuaan takaisin Suomeen. Kumppaninsa Annan kanssa he päättivät luoda uuden Myssy-tuotemerkin, jonka oli tarkoitus uhmata muotia sellaisena, kun se yleensä tunnetaan. Naapureidensa avustuksella he alkoivat neuloa pipoja suomenlampaan villasta. Paikalliset mummot tarjosivat asiantuntemustaan ja apua neulomisessa. Vielä tänäkin päivänä designyritys on riippuvainen paikallisten mummojen neulomisavusta, vaikka tuotteita myydään nykyään jo kuudessatoista eri maassa eri puolilla maailmaa. Kaikki myssyjä tekevät mummot esitellään heidän kotisivuillaan: <https://myssyfarmi.fi/blogs/myssymummot> (Myssyfarmi, 2022).

2.2. Ranska

Ranskan lainsäädännössä erotetaan eri käsityöalojen (rakennusalan käsityöt, kaupalliset käsityöt, elintarvikealan käsityöt jne.) joukosta toiminnot, jotka voidaan ryhmitellä käsitteellä "taidekäsityö". Taidekäsityö määritellään seuraavilla kriteereillä: ainutlaatuisten esineiden tai pienten sarjojen tuottaminen, joiden luominen edellyttää taiteellista panosta ja monimutkaisten eleiden ja tekniikoiden kokonaisvaltaista hallintaa alkuperäismateriaalin muokkaamiseksi.

Taidekäsityö on aineetonta kulttuuriperintöä ja huolellista käsityötaitoa, joka on kehittynyt vuosisatojen saatossa. Ranskan 281 ammattikuntaa kuuluu kuudentoista toimialan alle: arkkitehtuuri ja puutarhat, huonekalut ja sisustus, valaistus, korut/hopeasepäntyöt/kellot, metalli, keramiikka, lasi ja kristalli, astiat, muoti ja asusteet, tekstiilit, nahka, viihde, paperi/grafiikka/painatus, pelit/lelut/mekaaniset laitteet, instrumenttien valmistus ja restaurointi.

Tässä CORDIALIS-hankkeen manuaalissa keskitytään Ranskan osalta Bretagnen alueeseen ja sen käsityöperinteeseen. Bretagne on Ranskan alue, joka koostuu neljästä maakunnasta: Côtes-d'Armor, Finistère, Ille-et-Vilaine ja Morbihan. Mutta perinteisesti ja kulttuurisesti Bretagne on jaettu kahteen alueeseen: Basse- ja Haute-Bretagneen. Kelttiläistä kieltä, bretonia, puhuttiin länsiosassa eli Basse-Bretagnen alueella, kun taas galloa, roomanista kieltä, puhuttiin idässä Haute-Bretagnen alueella. Alueen kelttiläisroomaninen perintö on seurausta näiden kahden kulttuurin kohtaamisista ja kaupankäynnistä näillä alueilla. Tätä edisti aikoinaan Bretagnen satamien merkittävä merenkulkutoiminta Pohjois- ja Etelä-Euroopan välillä.

Alueellisista arkistoista löytyy jälkiä järjestelmällisestä kaupankäynnistä 1100- ja 1200-luvuilta lähtien. Näiden lyhyiden ja vaillinaisten asiakirjojen perusteella tiedetään, että 1300-luvulla Dinanista kotoisin olevat verhoilijat työskentelivät yhteisissä toimitiloissa ja että Fougèresissa, Morlaix'ssa, Vitréssä, Rennesissä ja Nantesissa toimi pellavakankaiden ja -lakanoiden sekä nahkatuotteiden valmistajia. Kirjanpitoaineistosta käy myös ilmi kaupunkeihin ja kaupunkikeskusten ympärille asettuneiden valmistajien, pienkauppiaiden, rakennustyöläisten, seppiä, hopeaseppiä ja muiden käsityöläisten harjoittama toiminta seuraavan vuosisadan ajalta. Keskiajan loppupuolella Bretagneen asettui parksijoita, hansikkaan tekijöitä ja muita nahkatyöläisiä, kuten pergamentinvalmistajia, ja tuolloin saapuivat myös ensimmäiset paperinvalmistajat. Siviilit ja sotilaat, papit ja maallikot, valveutunut ylhäisö ja voimakkaassa kehitysvaiheessa olevien suurten hallintopalvelujen virkamiehet muodostivat heidän tavanomaisen asiakaskuntansa.

Perinteisistä bretagnelaisista käsityötaitoista harjoitetaan edelleen tekstiilialaa (pellava ja kudonta), huonekalu- ja sisustusala, saviastioiden koristemaalausta, kirjontaa ja pitsinnypläystä, meripuusepäntyötä ja kivenhakkausta.

Bretagnessa on nykyään noin 2 000 käsityöalan yritystä. Suurin osa on pieniä taidetyöpajoja, joissa harjoitetaan perinteistä toimintaa ja joista 95 % on yhden hengen yrityksiä, jotka ovat levittäytyneet eri puolille aluetta.

Lähes kolme neljäsosaa (71 %) yrittäjistä on naisia, ja puolet ammattilaisista on muutosvaiheessa. Heidän työpajansa ovat lähteneet liikkeelle tyhjästä eli ilman, että he ovat hyötäneet perinteisen tietotaidon siirtymisestä sukupolvelta toiselle. Äskettäin aloittaneet käsityöläiset tarvitsevatkin teknistä koulutusta ja kokevat usein olevansa eristyksissä. Tämä huomio ja näiden käsityöläisten epätavallinen ja hyvin heterogeeninen profiili selittävät heidän usein kohtaamiaan haasteita: suuri osa yrityksistä kamppailee taloudellisesti, ja 80 %:lla yrityksistä liikevaihto jää alle 20 000 euron. Nykypäivänä hyvin kilpailukykyisillä huippuluokan markkinoilla käsityöalan ammattilaisilla on vaikeuksia ohjailta ja hallinnoida liiketoimintaansa, ja he tarvitsevat tukea tällä osa-alueella.

Toisessa ääripäässä ovat korkeasti koulutetut käsityöläiset, jotka pystyvät vastaamaan alan ammatillisiin vaatimuksiin sekä alueellisten ja kansainvälisten markkinoiden teknisiin ja

hallinnollisiin vaatimuksiin. Kyseiset ammattilaiset myös onnistuvat yhdistämään erittäin hienostuneet perinteiset käsityötaidot innovaatioihin, joita nykyajan haastava asiakaskunta vaatii. Noin 20 % bretagnelaisista käsityöalan ammattilaisista kuuluu tähän ryhmään. Puolet heistä toimii yksinyrittäjinä, kun taas puolet yrityksistä työllistää keskimäärin kahdesta viiteen työntekijää, mutta joillakin on jopa kymmenkunta työntekijää.

Tämä lyhyt katsaus osoittaa, että suurin osa bretagnelaisista käsityöläisistä tarvitsee hallinnollista ja ammatillista tukea koulutuksen, opintoverkoston ja messujen muodossa säilyttääkseen perinteisen osaamisensa. Julkisessa talouspolitiikassa on jo useiden vuosien ajan ja erityisesti COVID-pandemian jälkeen pantu täytäntöön uusia rahoitustukia ammatillisten tapaamisten ja messujen järjestämiseksi, ammattitaitoisen ja kohdennetun viestinnän kehittämiseksi sekä käsityöläisten houkuttelemiseksi mukaan dynaamiseen kollektiiviseen toimintaan.

2.3. Italia

Vuoden 2021 lopussa Italiassa oli lähes 1,3 miljoonaa käsityöyritystä (21,2 % kaikista yrityksistä), joissa työskentelee noin 2,6 miljoonaa työntekijää. Yritykset edistävät taloudellista ja sosiaalista yhteenkuuluvuutta ja lisäävät naisten, nuorten ja ulkomaalaisten osuutta käsityöalalla. Taidekäsityötaito ja ainutlaatuiset, omaperäiset ja pääasiassa käsityönä toteutetut laatutuotteet tuovat alalle lisäarvoa.

Käsityöalaa säännellään Italian siviilioikeuslain artiklassa 2803§ ja käsityöalan säädöskokoelmassa (1985), joissa määritellään yritysten suuruus, organisatoriset ominaisuudet ja toiminta-ajat. Ne myös määrittävät alueellisella ja maakunnallisella tasolla maakuntaneuvostot ja itsehallintoelimet ja antavat alueiden vastuulle laatia tarkempia lisäsääntöjä alan sääntelemiseksi aluetasolla. Lakiin perustuu myös Kansallinen käsityöalan neuvosto, joka kuuluu Italian talous- ja valtiovarainministeriön ja matkailuministeriön toimialaan. Käsityöyritysten osuus tuotantoteollisuudesta on 52,6 %, ja ne ovat myös hallitsevassa asemassa "Made in Italy" -aloilla (puunjalostus, elintarvikkeet, huonekalut, vaatteet, tekstiilit ja nahkatuotteet) työllistäen keskimäärin 2,6 työntekijää yritystä kohti (2021). Monet näistä yrityksistä toimivat taidekäsityön alalla - jokaisen Italian alueen omia erityispiirteitä ja perinteitä mukaillen - ja erottautuvat erityisesti metallien ja jalokivien, lasin ja keramiikan jalostuksessa sekä kirjontatöiden, paperin ja soittimien valmistuksen alalla. Taidekäsityöalaaan kuuluu myös taide- ja kulttuuriperintöesineiden/-kohteiden restaurointi ja suojeleminen.

Unescon aineettomaksi kulttuuriperinnöksi Italiassa tunnustettujen 15 kohteen joukossa on Cremonan perinteinen viulunrakennustaito, napolilainen pizzantekotaito (*Pizzaiuolo*) ja Venetsian lasihelmien puhallus.

Abruzzon alueelle tyypillisiä käsitöitä ovat kuparin, takoraudan, kiven ja puun käsittely, kulta- ja hopeatuotteet, keramiikka ja majolikapossiini, arvokkaat villakankaat sekä perinteisten soittimien valmistus. Lisätietoa: <https://www.visitareabruzzo.it/artigianato-in-abruzzo-larte-e-le-tradizioni/>.

Sulmonan kaupunki tunnetaan *Confetton* kotipaikkana. Confetto on 1400-luvulta peräisin oleva tyypillinen makeinen/jälkiruoka, joka on perinteisesti valmistettu päällekkäisillä sokerikerroksilla kuorrutetuista manteleista tai kanelista. Käsityönä valmistettuja sokeroituja manteleita arvostetaan Italiassa ja viedään ympäri maailmaa. Sulmonassa matkailijat voivat vierailta Pelinon muinaisen tehtaan tiloissa sijaitsevassa Confetto-museossa ja tutustua sen historiaan. Kaupungin keskustan katujen varsilla on useita valmistajia ja lukuisia kauppiaita, joissa on esillä värikkäitä kukkakoreja, joiden terälehdet on valmistettu sokeroituista manteleista.

Käsityöala luo muihin kulttuuriteollisuuden aloihin verrattavaa toimintaa ja matkailualan strategioihin sisällytettynä toimii paikallisen kulttuuriperinnön kehittämisen ja suojeleksen välineenä. Pienellä vaivannäöllä ja kärsivällisyydellä matkailijat voivat löytää verkkosivuja, jotka tarjoavat kokemuksia erilaisista "luovista lomista", joiden avulla pääsee tutustumaan Italiaan ja sen historiaan paikallisten käsitöiden kautta (keramiikkatyöpajoissa, pitsi- ja kirjonta-

alan kursseilla, mosaiikkityöpajoissa, upotuskoristelukursseilla). Lisäksi voi löytää erilaisia ehdotuksia lapsille ja teini-ikäisille suunnatuista lomaviettopaikoista, jotka tarjoavat myös pieniä käsityöpajoja.

Aluetason aloitteista mainittakoon Terre Artigiane -hanke (www.terreartigiane.it), jonka on luonut Marchen alueen kuntien yhteenliittymä, julkiset elimet ja laitokset (paikalliset kauppakamarit, yliopistot ja koulut) sekä paikalliset yksityiset yritykset. Tavoitteena on kehittää aluetta paikallisten käsityöläisten avulla teematapahtumissa ja palvelutarjonnan kautta (verkostoituneet museot, infopisteet ja yhdistetyt matkailureitit). Tapahumat sisältävät yöpymisen ja aktiviteetteja, jotka mahdollistavat ns. pehmeän liikkuvuuden ja aktiivisen osallistumisen käsityöläisten työpajoihin.

Esimerkkinä mielenkiintoisista hankkeista voidaan mainita myös eräs erityisesti Etelä-Italian sisämaa-alueilla toteutettu hanke, joka korostaa muinaista käsityötaitoa ja paikallisia erityispiirteitä edistääkseen näiden alueiden sosiaalista kasvua. Kyseessä on Enel Cuore Onlusin ja Fondazione Con il Sudin tukema toiminta, jossa myönnetään palkintoja erilaisille hankkeille, kuten kivimuurikäsityöperinteen elvyttäminen Apuliassa tai väkivallan uhreille järjestettävät salentolaisen ompelu- ja kirjailutaidonkurssit.

Käsityöläisten kohtaamat haasteet liittyvät kilpailukykyyn ja kykyyn selviytyä kriiseistä (esim. COVID-19-pandemia sekä energian ja materiaalien kallistuminen). Viimeisimpiä alaa elvyttäviä toimenpiteitä ovat alueellinen rahoitustuki teknologian nykyaikaistamisen investointeihin.

2.4. Liettua

Vaikka Liettua on yhtenäinen valtio, se koostuu viidestä etnografisesta alueesta, jotka muodostuivat historiallisesti 1200-luvulla: Aukštaitija, Samogitia (Žemaitija), Dzūkija, Sudovia (Suvalkija) ja Vähä-Liettua. Jokaisella alueella on ikioma kielellinen murteensa, perinteensä, elämäntapansa, lauluperinteensä, tarinansa, ruokansa ja tapansa (Jocys, 2016).

Liettua on jo pitkään ollut kuuluisa keramiikasta, tekstiileistä, sepän taontatuotteista ja koruista. Liettualainen ristien veistotaide ja sutartini-kansanlauluperinne (sutartinės) sisältyvät Unescon aineettoman kulttuuriperinnön luetteloon (Lietuvos Nacionalinis Muziejus, 2012).

Nykyään Liettuassa on yli seitsemänkymmentä perinteistä käsityöammattia, joita harjoittaa edelleen lähes 900 sertifioitua käsityöläistä. Maatalouden kehittämissyksikön virallinen sivusto listaa Liettuan kaikki sertifioidut käsityöammatit ja käsityöläiset sekä antaa lisätietoja paikallisesta kulttuuriperinnöstä, sen kehityksestä ja mahdollisuuksista: <https://www.tautinispaveldas.lt/>. Monet ihmiset harrastavat käsitöitä, mutta he eivät ole sertifioineet toimintaansa, joten Liettuan käsityötä harrastavien ihmisten tarkkaa lukumäärää on vaikea arvioida.

Viime vuosikymmenen aikana matkailualan asiantuntijat ovat olleet yhä useammin kiinnostuneita perinteisistä käsityötaidoista ja kiinnittäneet erityisesti huomiota niiden käyttömahdollisuuksiin kulttuurimatkailun kehittämisessä ja popularisoinnissa. On havaittu, että perinteiset käsityöt ovat yksi vaihtoehtoinen toimintamalli, joka voi tuoda huomattavia taloudellisia ja sosiaalisia hyötyjä maaseudulle. Käsityöt toimintamallina tarjoaa kyläläisille uusia työpaikkoja ja tulonlähteitä. Toinen erittäin tärkeä näkökulma on se, että perinteisten käsityötuotteiden tuotanto mahdollistaa etnisten kulttuuriarvojen säilyttämisen (Žuromskaitė, 2016). Perinteisten käsityöläisten ja maaseutumatkailualan välisten yhteyksien vahvistamisen toivotaan kehittävänsä Liettuan kansallisperintöä. Joillakin maatilamatkailutiloilla lomailijoiden on jo mahdollista ostaa aitoja perinnekäsitöitä tai löytää tietoa lähellä sijaitsevista paikallisten perinnekäsityömestareiden työpajoista, varata aika kyseisiin työpajoihin, ostaa sieltä käsitöitä tai saada ohjausta työpajoihin. Maaseutumatkailutilojen kävijöitä kiinnostaa tietenkin myös ruoka - on suuri etu, jos lomailijat voivat maistella paikallisessa kylässä valmistettuja ruokia.

Yksi Liettuan maatalousministeriön asettamista ja kehittämistä tehtävistä on esitellä kansallisia kulttuuriperintötuotteita ja matkailupalveluita kansainvälisissä näyttelyissä, messuilla

ja erilaisissa julkaisuissa sekä edistää muilla tavoin kansallisten kulttuuriperintötuottajien ja maaseutumatkailukehittäjien välistä yhteistyötä.

Käsityöläisillä on tietenkin myös monia haasteita. Matkailijoiden, jotka aikovat vieraillla käsityöpajoissa ja etnografisissa kylissä tutustuakseen perinteisiin liettualaisiin käsityöammatteihin, ei ole mahdollista löytää yksityiskohtaista listausta, joka kokoaa yhteen kaikki käsityöalan koulutusohjelmat yhden verkkosivun alle. Jotkin yksittäiset museot ja käsityöläiset antavat tietoa koulutuksistaan, mutta matkailijoiden on käytettävä paljon aikaa internetissä löytääkseen kaikki tarvittavat tiedot. Tällainen käsiteollisuutta ja käsityön esittelypaikkoja koskevan tiedon hajanainen esittäminen ei houkuttele matkailijoita. Pitkällä aikavälillä on siis olemassa vaara, että käsityöalan kohteet voivat menettää suosiotaan matkailukohteena. Myös kausivaihtelu koetaan melko suurena uhkana. Koska Liettuassa on hyvin voimakas kausivaihtelu, matkailijat matkustavat ja kokevat uusia aktiviteetteja todennäköisemmin kesällä, joten sesongin ulkopuolinen ajankohta on melko hankala matkailualalle ja käsityöläisille. Lisäksi mainostamiseen liittyvä aika-, tieto- ja resurssipula aiheuttaa ongelmia, sillä monet käsityöläiset ovat iäkkäitä ihmisiä, joilla ei ole riittävästi tietoa siitä, miten mainostaa itseään tai miten esitellä koulutustaan houkuttelevasti. Työpajojen järjestämiskustannukset voivat myös olla melko korkeat. Monia työpajoja voidaan järjestää vain suuremmille ryhmille, koska muuten ne eivät ole kannattavia käsityöläisen ajankäytön näkökulmasta tai asiakkaalle liian kalliiksi kohonneen hinnan vuoksi. Suurten turistiryhmien kerääminen joka kerralle voi kuitenkin olla melko vaikeaa (LCTA, Lauku ceļotājs, 2017). Lueteltujen ongelmien perusteella Liettuan maaseutumatkailuyhdistys aloitti hankkeen *Paikalliset käsityöt* ja loi liettualaisten käsityöläisten verkkoyhteisön, jossa ihmiset voivat helposti etsiä työpajoja ja ainutlaatuisia tuotteita, ja käsityöläiset puolestaan voivat helpommin mainostaa töitään. Käsityöläiset tarvitsevat kuitenkin vielä paljon apua ja koulutusta kehittääkseen toimintaansa.

Esimerkki hyvistä käytänteistä: Grikucis-maatalo (Varēna district). Tämä maatilamatkailutila on tarkoitettu rauhalliseen lepoon ja perheiden virkistykseen. Aikaisemmin maatilan omistajat tunsivat kausivaihtelun vaikutuksen hyvin voimakkaasti: kesällä paikka oli täynnä matkailijoita, mutta talvella vierailijoita ei näkynyt tai kuulunut. Vain 4-5 kuukautta vuodessa toimivan yrityksen ylläpitäminen oli haastavaa. Tämän seurauksena maatilan omistaja alkoi järjestää erilaisia koulutustyöpajoja — ruoantuotantoa tattarista (lähituotettua ruokaa), villan huovuttamista, lusikan veistämistä, erilaisten perinteisten juhlapäivien ja paikallisten tapojen viettämistä. Nykyään maatila ei ole suosittu majoituspalveluna vaan nimenomaan sen tarjoamien koulutusten vuoksi. Koulut kuljettavat oppilaita sinne bussilla, perheen tai ystävien kanssa tehtyjä matkoja täydennetään maatilalla järjestettävillä koulutuksilla, ja ihmiset kehottavat toisiaan vierailemaan kyseisessä kylässä ja "kokeilemaan perinteitä ja perinneyylejä". Tällä hetkellä 70 % maatilan tuloista koostuu erilaisista koulutustyöpajoista ja käsityötuotteiden myynnistä.

3. AKTIVITEETTEJA INTERAKTIIVISEEN JA VIRTUAALISEEN TAIDEPOHJASEEN KAMPANJOINTIIN

CORDIALIS-hankeen ensimmäisessä manuaalissa “Etäviestinnän haasteita ja ratkaisuja” (2022), käsityöläisten mainostamista ja käsityötuotteiden myyntiä/ostoa koskevia ongelmia nostettiin esiin. Viestintä sosiaalisessa mediassa valittiin yhdeksi artesaanien pääongelmista tuotteiden myynnissä. Monilla käsityöläisillä (varsinkin iäkkäämmillä) ei välttämättä ole tarpeeksi tietoa, kuinka hallinnoida laadukasta viestintää laajan yleisön kanssa.

Siten tärkeäksi kysymykseksi muodostuu, kuinka käsityötuotteita voidaan esitellä houkuttelevin keinoin? Miten tässä voi onnistua, jos ei ole tarpeeksi aikaa ja tietoutta? Yksi parhaista keinoista saada yhteys mahdollisiin asiakkaisiin on luoda heille mahdollisuuksia osallistua aktiivisesti, pelkän lukemisen ja katsomisen sijaan. Tämä luku esittelee viisitoista aktiviteettia ja niiden mukana tekniset ohjeet, miten eri viestintätekniikoita voidaan muokata käsityötuotteiden ja artesaanituotteiden esittelyyn. Kaikki ideat pyrkivät helpottamaan paikallisten artesaanien ja pienten museoiden käsityötuotteiden esittelyä, tuotteiden myyntiä ja asiakkaiden osallistamista. Osa aktiviteeteista on suunniteltu tiettyä tuotetta tai museon osaa varten, mutta niitä voi muokata pienellä vaivalla toiseen kontekstiin. Jokaisen aktiviteetin kohdata löytyy *Lisävinkit*-osio, jossa tarjotaan lisäideoita tehtävän mukauttamiseen tai sen parantamiseen.

3.1. Aktiviteetti “Kylkiäinen”

Tietoa aktiviteetista

Aloitetaan yksinkertaisesta sosiaalisen median keinosta osallistaa ihmisiä — kylkiäiset tai toisin sanoin kilpailut. Sosiaalisen median kylkiäiset ovat Facebookissa tai Instagramissa tapahtuva kampanja, joka kannustaa ihmisiä osallistumaan, seuraamaan, luomaan liidejä tai tuotemerkkietoutta palkintoja vastaan. Voit kannustaa osallistujia tykkäämään, kommentoimaan tai jakamaan julkaisujasi. Vastineeksi voit tarjota heille jotain, mitä he arvostavat. Tämä auttaa ihmisten tavoittamisen lisäksi luomaan keskustelua tuotemerkkiisi liittyen.

Esimerkki

Eräs liettualainen maskeeraaja jakoi melko yksinkertaisen kilpailun. Oli tärkeää, että hän mainitsi kaikki yksityiskohdat tarkasti; osallistujia pyydettiin vastaamaan julkaisuun seuraavasti:

1. Aloita seuraamaan kahta etukäteen määriteltyä tiliä;
2. Tallenna määritelty julkaisu;
3. Jaa julkaisu oman tilin tarinoissa ja merkitse kilpailun julkaisija;
4. Tägää ystäviä kommenttikenttään ja kutsu heidät myös osallistumaan.

Lopuksi mainittiin tarkka päivä, milloin voittaja julkaistaan.



Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Ihmiset eivät välttämättä kykene vastustamaan ilmaisia kylkiäisiä. Sosiaalisen median kilpailut ovat yksi merkittävimmistä tavoista osallistaa seuraajia.

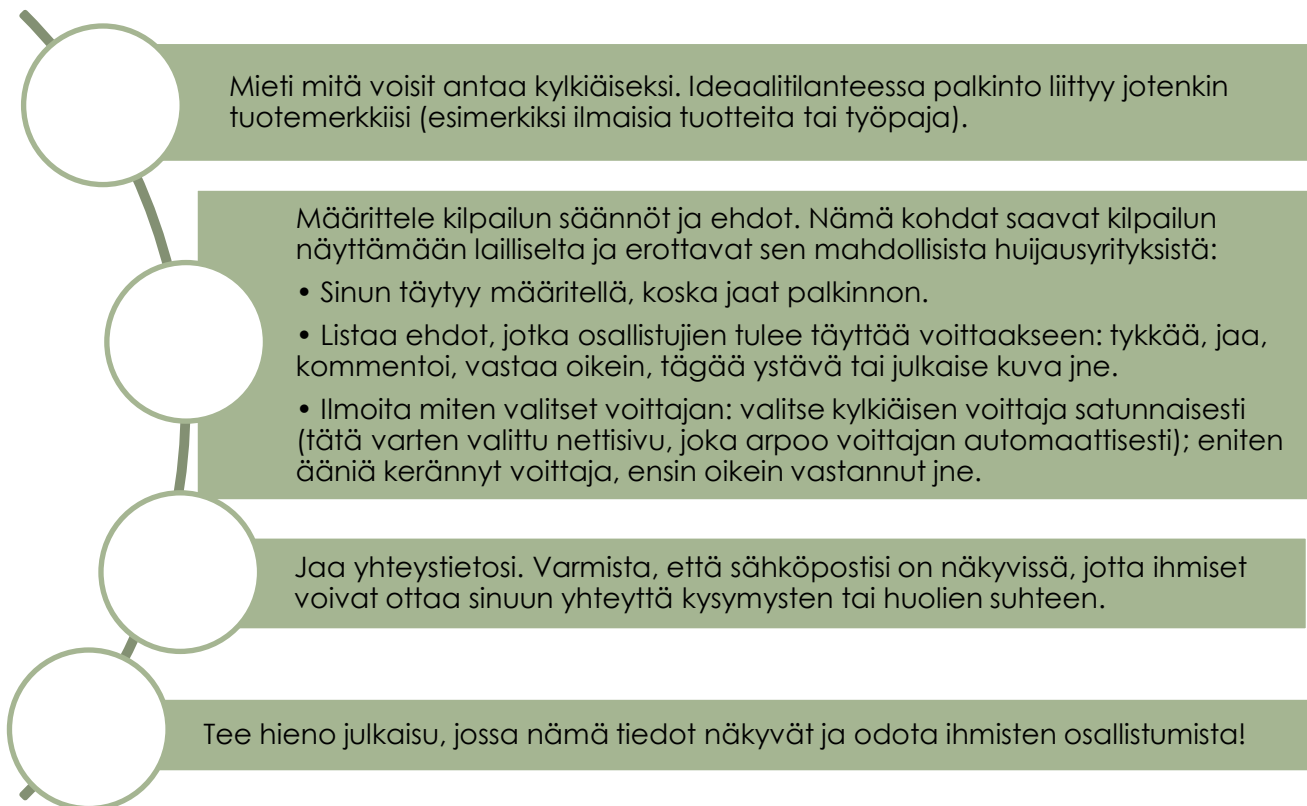
Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Facebook ja Instagram tileillä.

Lisävinkit

Lisätäksesi kilpailun tavoitavuutta, voit tehdä yhteistyötä jonkun oman alasi influensserin kanssa, jolla on samankaltainen kohdeyleisö kuin sinulla. Esimerkiksi jos teet koruja, voit yhdistää voimasi muotibloggaajan kanssa ja järjestää kilpailun, jossa seuraajat voivat voittaa korun kokoelmastasi.

Yksityiskohtaiset ohjeet:



3.2. Aktiviteetti “Verkkoyhteisöt”

Tietoa aktiviteetista

Kenties helpoin tapa tavoittaa tietystä aihealueesta kiinnostuneita ihmisiä maksamatta mainospaikoista, on liittyä aiheita käsittelevään Facebook-ryhmään. Facebookista löytyy tuhansia erilaisia ryhmiä, joten tutki tarjontaa ja löydä sinua eniten houkutteleva ryhmä.

Esimerkki

Facebook-ryhmä Lietuvos amatininkai (Lithuanian craftsmen/Liettualaiset käsityöläiset)
<https://www.facebook.com/groups/amatukelias>.

Tämä ryhmän on luonut Liettuan maaseutumatkailuyhdistys, ja melkein kahdessa vuodessa se houkutteli seitsemän tuhannen ihmisen yhteisön. Käsityöläiset voivat jakaa siellä töitään ja harrastuksiaan, ja asiakkaat voivat etsiä tietynlaisia tuotteita. Joka päivä ryhmässä julkaistaan melkein kymmenen uutta julkaisua.

Kuvakaappauksesta voidaan huomata, että osallistuminen on melko runsasta ottaen huomioon, että ryhmässä ei käytetä maksettuja mainoksia, ja kyseessä on yksityinen ryhmä. On selvästi havaittavissa, että ihmiset liittyivät ryhmään tarkoituksellisesti ja ovat kiinnostuneita ryhmän sisällöstä.

Irašai ⓘ
The posts with the most activity in the last 28 days.

Populiariau... ▼ Pagal visus ▼

Date	Post	Comments	Reactions	Views
2022-11-21 18:38	Akims paganyti, o gal kam ir įsigyti 😊 Mano šeimos moterų darbeliai ❤️🌻 Paskelbė Ingrida Linkienė	13	88	3 237
2022-11-21 18:38	Vasaros šiluma nugulė į šiaudines snaigutes 🌻 Tik šiaudas ir linas Susikurkite savo kolekcija 😊❤️ Dydis - 13 cm, kaina - 1,50... Paskelbė Jūratė Kygienė	8	51	2 510
2022-11-21 16:04	Artejant gražiausioms metų šventėm, prisimenant senąsias protėvių tradicijas, kviečiame pasipuosti eglutę rankų darbo... Paskelbė Julija Tomak	5	48	3 076

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Ihmiset liittyvät yksityisiin ryhmiin ainoastaan, jos aihe on heille merkityksellinen. Joten ryhmät ovat erinomainen tapa esitellä töitä ilmaiseksi kollegoille ja mahdollisille asiakkaille.

Missä käyttää tätä aktiviteettia?

Facebook-ryhmissä tai aiheeseen erikoistuneilla foorumeilla.

Lisävinkit

Älä spämmää ja ole varovainen ryhmien suhteen, joihin liityt. Joissain ryhmissä ei osallistuta ollenkaan ja tällaiset ryhmät eivät ole käyttämäsi ajan väärtejä. Tarkista kuinka moni ihminen julkaisee päivittäin ja kuinka paljon julkaisuihin osallistutaan. Tämä auttaa sinua selvittämään, onko ryhmä toimiva ja kannattaako siellä julkaista.

Yksityiskohtaiset ohjeet:



Etsi ryhmä käyttäen yleisiä avainsanoja esimerkiksi: käsityöläinen, käsintehty, uniikki tuotanto, kulttuuriperintö jne.



Eri yhteisöillä on erilaiset ryhmän säännöt ja ohjeet, joten lue foorumin tai sosiaalisen median ryhmän säännöt ennen liittymistä.



Isot yhteisöt ovat hyödyllisimpiä ideoiden etsimiseen ja omien töiden mainostamiseen. Pienet yhteisöt ovat parhaita verkostoitumiseen. Liittyttyäsi ryhmään luo julkaisu, jossa esittelet käsintöitäsi ja tuotantoasi.



Muista myös olla aktiivinen muiden ihmisten julkaisuissa. Toisten tukeminen yhteisössä on hyvin tärkeää ja edistää vastavuoroisuutta.

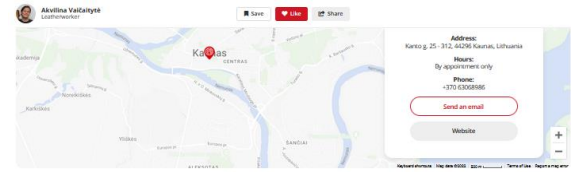
3.3. Aktiviteetti “Matka kohti eurooppalaista käsityötä”

Tietoa aktiviteetista

Tämä aktiviteetti on melko samantyyppinen kuin aiempi, mutta on aiheeltaan hieman hankalampi ja vastuullisempi. Homo Faber Guide (<https://www.homofaber.com/en/guide>) on englanninkielinen vuonna 2020 julkaistu nettisivusto, joka on omistettu käsityöläisyydelle. Sen tarkoitus on auttaa ihmisiä löytämään artesaaneja ja heidän mestariteoksiaan; tutkimaan museoita, vierailemaan gallerioissa ja tekemään ostoksia uniikkituotteita myyvissä liikkeissä; nauttimaan erilaisista kokemuksista yli 40 Euroopan maan kaupungeissa. Tällä hetkellä sivusto yhdistää yli 2000 taidokkaan artesaanin kansainvälisen yhteisön. Uusia artesaaneja valitaan ja esitellään viikoittain ja uusia maita lisätään joka kolmas kuukausi.

Esimerkki

Täältä voit löytää erään liettualaisen artesaanin profiiliin ja nähdä miltä se näyttää sivustolla: <https://www.homofaber.com/en/discover/discover-akvilina-vaicaityte>



Upcycling leather

- Akvilina made her first handbag from an old leather jacket
- A former swimmer, she plunged into the world of leather
- She loves to create durable items

Akvilina Vaicaityte's first passion was swimming. She studied in the US, graduating in communications and then decided to return to her hometown of Kaunas in Lithuania. There she worked in an advertising company, pursuing her interests in photography and wrote a blog about style called *akvilina.lt*, and more. Then she fell in love with leather. "One day I bought a few leather coats from a second-hand store. I cut them up, cleaned and sorted the materials, and contacted the mother of all bags - followed by many more." Now Akvilina creates handbags, backpacks, purses, and belts. From the leather selection to design, down to the final details and the very last seams, everything is done by her hands. Curiosity and vigorous energy drive her to keep creating new models and looking for innovative shoe fashion solutions.

[Read the full interview](#)

Works



Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Tämä alusta saavuttaa ihmisiä läpi Euroopan ja tarjoaa laadukasta sisältöä: upeita ja kiinnostavia kuvia, inspiroivia käsityötarinoita, tee-se-itse-videoita, järjestettyä toimintaa, matkustuskohteita, kausittaisia artikkeleita ja paljon muuta. Sivuston hyvälaatuinen sisältö houkuttelee ihmisiä.

Missä käyttää tätä aktiviteettia?

Liity Homo Faber -yhteisöön ja mainosta siellä käsitöitäsi, tuotteitasi ja työpajojasi.

Lisävinkit

Hyvälaatuiset kuvat ovat äärimmäisen tärkeitä. Neuvommekin sinua investoimaan ammattikuvaajaan, joka voi ottaa kuvia sekä tuotteista että valmistusprosessista.

Yksityiskohtaiset ohjeet:



Liity ensin Homo Faber -yhteisöön arvioimalla itsesi heidän tarjoamansa arviointityökalun avulla: <https://evaluation-tool.michelangelo.foundation.org/en/artisan>



Luo tili ja täytä tiedot itsestäsi.



Sivustolla on välttämättömiä kriteereitä, jotka tulee täyttää: Perinne; Luovuus; Taidot; Innovaatiot; Tulkinta, Alue, Kyvyt. Kriteerit listataan sivustolla selitysten ja esimerkkien kera.



Ymmärrettyäsi kriteerit pääset täyttämään kyselyn, jonka jälkeen joudut odottamaan sivuston ylläpidon vastausta.



Huomioitavaa: Kielen voi vaihtaa otsikkorivillä, ja voit täyttää kohdat äidinkielelläsi. On myös hyvä huomioida, että kun Homo Faber -tiimi on valinnut artesaaniprofiilisi, sen julkaisussa voi kestää jopa kuusi kuukautta.

3.4. Aktiviteetti “Yhteistyö muiden yritysten kanssa “

Tietoa aktiviteetista

Monissa tapauksissa käsityötuotteita voidaan käyttää taiteena, sisustusesineenä tai ylellisenä sisustuselementtinä. Siksi suosion kasvattamiseksi on suositeltavaa löytää kumppani, joka voi auttaa mainostamaan tuotettasi. Jos olet esimerkiksi taidemaalari, aloita työskentely paikallisen hotellin kanssa. Sovi, että työsi koristaa hotellin käytävää tai huoneen seiniä ilmaiseksi. Julkaise työsi viereen QR-koodi, joka johtaa verkkosivullesi tai sosiaaliseen mediaasi. Tämä hyödyttää molempia osapuolia – hotellin seinät on koristeltu, ja sinä saat lisää mainontaa laajalle yleisölle ja hyvän myyntikanavan.

Esimerkki

Liettuassa on nuori taiteilija nimeltä *Ne nuogos sienos* (suomeksi: Ei paljaita seiniä) (<https://www.instagram.com/nenuogossienos/>).



Hän aloitti yhteistyön *Atokampis*-maatilamatkailukohteen kanssa. Tämän kohteen jokaisella seinällä roikkuu taiteilijan maalaus, yhteystiedot ja maalauksen koko ja hinta. Koska kohde on hyvin suosittu ja siellä käy paljon vierailijoita, useat ihmiset tutustuvat taiteilijaan. Jotkut ostavat taideteoksia suoraan tilalta. Tällaisessa tilanteessa kaikki hyötyvät — tilan seinät koristellaan ilman lisäkuluja ja käsityöläinen saa lisähuomiota ja myy tuotteitaan helpommin, koska ihmiset näkevät taulun aidossa kontekstissa.



Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Käsityöläisen tuotteen näkeminen arkipäiväisessä tilassa luo mielenkiintoa ostaa tuote. Ihmiset ottavat sen haltuun, etsivät tietoa sen tekijästä ja kuvittelevat, miltä se voisi näyttää heidän omissa ympäristössään, kotona tai osana sisustusta.

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Tämä aktiviteetti toimii hyvin käytännössä. On kuitenkin tärkeää, että jaat uutisia tällaisesta yhteistyöstä sekä sinun että yhteistyökumppanisi sosiaalisen median kanavissa. Jaa tietoa siitä, miten tämä uusi tapa mahdollistaa asiakkaittesi nähdä todellisia esimerkkejä työstäsi ja kertoo yhteistyökumppanisi valinnasta sisustaa tilansa taiteellasi.

Lisävinkit

Tämän aktiviteetin voi mukauttaa muuhunkin kuin vain maalauksiin. Jos luot maljakoita, niitä voidaan käyttää kukkien esittelyyn kahviloissa. Jos veistät puulusikoita, niitä voidaan hyödyntää majoituskohteiden yleiseen käyttöön. Jos muotoilet veistoksia, niillä voi koristella samalla tavalla minkä tahansa usein vierailtavan tilan.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

Ajattele minkä tyyliä tuotteita luot ja kuka olisi sinulle kaikista hyödyllisin yhteistyökumppani.

Valmistele ehdotus ja sovi tapaaminen mahdollisen yhteistyökumppanin kanssa:

- Sisällytä mukaan tietoja itsestäsi.
- Listaa hyödyt, joita yhteistyökumppanisi saavuttaisi yhteistyöstä.
- Näytä esimerkkejä töistäsi.
- Kerro ehtosi. On tärkeää mainita, että haluat tuotteiden lähetettyville QR-koodin, joka johtaa verkkosivullesi tai ilmoitustaulun, jossa on yhteystietosi ja tuotteiden hinnat esillä.

Jaa tietoa sosiaalisessa mediassa heti yhteistyön alettua.

3.5. Aktiviteetti ”Taidenäyttely verkossa”

Tietoa aktiviteetista

Taidenäyttelyt verkossa voivat olla avoinna kaikkina ajankohtina ja ne ovat saavutettavissa kaikkialta maailmasta. Näyttelyt voivat olla avoinna niin kauan, kun artisti näin haluaa ja näyttelyllä ei ole vierasmäärärajoitteita. Nykyään on helppo löytää erilaisia alustoja, joissa voi luoda virtuaalikerroksia ja 3D-näyttelyitä. Asiakkaat voivat niiden avulla oppia lisää taitelijasta ja hänen tuotannostaan samalla säästämällä aikansa, kun heidän ei tarvitse matkustaa nähdäkseen teoksia tosielämässä.

Esimerkki



<https://visit.virtualartgallery.com/vapaa21>: Tällä nettisivulla voit jakaa erityyppisiä taideteoksia. Voit esimerkiksi luoda musiikkihuoneita tai jakaa veistoksia tai maalauksia.

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Aktiviteetti luo mahdollisuuden jakaa taidetta yleisölle maailmanlaajuisesti pelkän paikallisen yleisön sijaan. Lisäksi näin artesaanit voivat tavoittaa keräilijät suoraan. On tärkeää käyttää aikaa ja varmistaa, että kaikki näyttää mahdollisimman ammattitaitoiselta, jotta ihmiset kiinnostuvat; muuten sivustosta ei hyödy.

Missä käyttää tätä aktiviteettia?

Sinulla ei tarvitse olla erillistä nettisivua. Voit jakaa linkin näyttelyysi millä tahansa kanavalla tai palvelussa, jota käytät — sosiaalinen media, sähköposti, viestisovellukset tai nettisivusi.

Lisävinkit

Ajattele näyttelyn rakennetta ja jaa tuotanto teemoihin, jotta ihmisten on helppo käsittää näyttelyn sisältö.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

Etsi alusta, johon voit luoda virtuaalisen näyttelyn (esim.: <https://artspaces.kunstmatrix.com>, <https://virtualartgallery.com>).

Valitse galleriatila alustalta.

“Ripusta taiteesi” — lataa kuvia teoksistasi ja asettele ne virtuaalihuoneeseen esiteltäväksi (tässä on lyhyt tutoriaali aiheesta: <https://www.youtube.com/watch?v=D-EcC-XhP2U>).

Kirjoita mahdollisimman paljon tietoa — tuotannon otsikko, tuotantomateriaalit, koko, hinta, vuosi, historia jne.

Viimeistele ja julkaise.

Jaa linkki tähän virtuaalinäyttelyyn nettisivullasi ja sosiaalisessa mediassa.

3.6. Aktiviteetti “Kootaan palapeli”

Tietoa aktiviteetista

Tämä aktiviteetti käsittelee valokuvapalapelejä, jotka esittelevät paikallisten taiteilijoiden käsitöitä. Hyvällä markkinointistrategialla palapeli luo tunnettavuutta paikallisiin arvostettaviin tuotteisiin. Luotava palapeli voi olla kartongista tai virtuaalinen.

Esimerkki

Sivusto, jossa voidaan luoda palapelejä kuvista: <https://www.jigsawplanet.com/>, <http://tiny.cc/2nb6vz>



Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Palapelin kokoaminen osallistaa yleensä koko perheen. Tämä luo uudenlaista kiinnostusta tuotteeseen.

Missä käyttää tätä aktiviteettia?

Palapelejä voidaan myydä/tarjota tuotetta myyvissä tai markkinoivissa kaupoissa, turisti-infossa tai kaupungin majoituspalveluissa.

Lisävinkit

Voit myös itse luoda palapelejä maisemakuvista ja monumenteista korostaaksesi aluetta. Otetuista kuvista voidaan luoda ilmaisia näytönsästäjiä tietokoneeseen, kännykkään tai tabletteihin.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

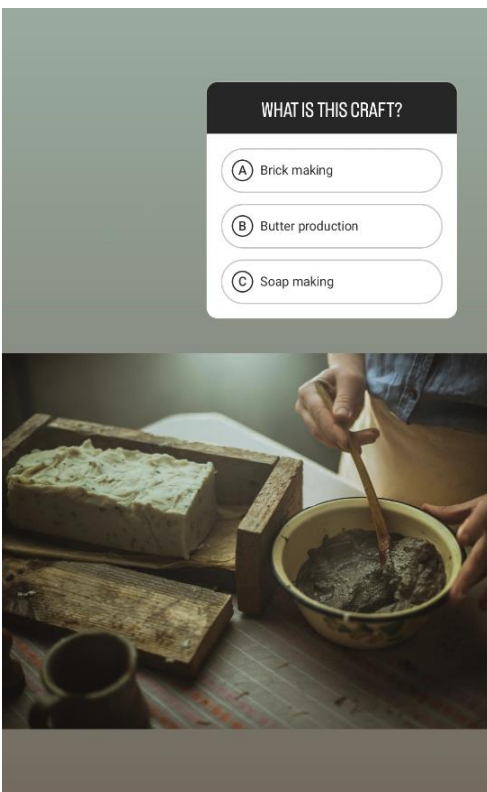
- 1. Ota hyvälaatuisia kuvia tuotteesta, josta haluat luoda palapelin.
- 2. Käytä näitä kuvia ja luo näyteikkuna sosiaaliseen mediaan ja verkkokauppaan, josta aiot hankkia kartonkipalapelejä levitykseen.
- 3. Tulosta palapelit kartongille ottamalla yhteyttä kauppaan, joka on specialisoitunut aihepiiriin (mahdollisesti verkossa). Kauppa voi teettää sinulle sopivan mallisia palapelinpaloja.
- 4. Tarjoa paikallisille kaupoille näytteitä myyntiin paikallisille asiakkaille ja turisteille.
- 5. Ilmoita sivustot, joiden avulla voit luoda ja pelata kuvistasi tehtyjä online-palapelejä.

3.7. Aktiviteetti “Visa saippuan valmistajille”

Tietoa aktiviteetista

Kuinka voit parhaiten kiinnittää sosiaalisen median seuraajien huomion? Sallimalla heidän osallistua aktiivisesti pelkän seuraamisen sijaan. Ihmisten osallistaminen on helpointa tarinoiden interaktiivisuutta mahdollistavilla toiminnoilla. Luo lyhyt visa tai kysy seuraajiltasi kysymyksiä. Tärkeintä on, että ne liittyvät teemaasi.

Esimerkki



1. Mikä tämä käsityömuoto on?

- a) Tiilen valmistus
- b) Voin valmistus
- c) Saippuan valmistus

2. Mitä välttämättömiä ainesosia tarvitaan saippuan valmistuksessa? (Avoin kysymys)

3. Milloin saippuan tekoa kuvailtiin ensi kerran yksityiskohtaisesti?

- a) 500 jaa.
- b) 2500 eaa.
- c) 1000 eaa.
- d) 800 jaa.

4. Minkä tuoksuisista saippuoista pidät eniten?

- a) Sitrus
- b) Neutraali
- c) Pähkinä
- d) Kirjoita oma vaihtoehto...

5. Käytätkö usein luonnonsaippuuita?

- a) Pysin ostamaan luonnonsaippuuita niin usein kun mahdollista.
- b) Käytän myös yksinkertaisia, massatuotettuja saippuuita.

6. Onko totta, että käsintehdyt saippuat kuivattavat ihoa?

- a) Kyllä
- b) Ei

Selitä vastaus seuraavassa sosiaalisen median tarinassasi: Tämä ei ole totta, sillä tasapainoiset ja hoitavilla öljyillä rikastetut käsintehdyt saippuat eivät ikinä kuivata ihoa. Päinvastoin ne auttavat kuivan ja karheen ihon hoidossa.

Täydellinen esimerkki luonnollisen saippuan valmistajan viestinnästä:

https://www.instagram.com/muilo_virtuve/

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Joskus julkaisut eivät luo tarpeeksi klikkauksia, kommentteja tai reaktioita. Käyttäjiltä voi helposti jäädä julkaisut huomaamatta, kun he selaavat täysiä syötteitä sosiaalisen median kanavissa. Yksi tehokas keino kannustaa osallistumista on luoda visoja. Itse asiassa 81 % markkinoijista on samaa mieltä siitä, että kyseinen sisältö on tehokkaampaa ihmisten huomion kiinnittämisessä kuin tavalliset julkaisut.

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Facebookin ja Instagramin tarinoissa.

Lisävinkit

Visoja voi muokata kaikkien taiteilijoiden tarpeisiin.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

- 1. Keksi 5-10 mielenkiintoista, mutta ei liian vaikeaa kysymystä, jotka sopivat aiheeseen.
- 2. Jaa visuaalista sisältöä.
- 3. Jaa kysymyksiä Instagramin tai Facebookin tarinoissa käyttäen interaktiivisia kysymyksiä tai visa-toimintoa.
- 4. Pyydä katsojia vastaamaan kysymyksiin.
- 5. Myöhemmin voit jakaa oikeat vastaukset julkaisuna.
- 6. Sisältö, josta seuraajat voivat oppia jotain uutta on kiinnostavinta.

3.8. Aktiviteetti "Yhdistä oikeat parit"

Tietoa aktiviteetista

Mikä on yhdistystehtävän idea? Yhdistä oikeat parit -tehtävä koostuu yleensä kahdesta listasta, jotka liittyvät jotenkin toisiinsa. Osallistujat yhdistävät parit miettien mikä ensimmäisen listan elementeistä sopii yhteen toisen listan elementtien kanssa.

Esimerkki

Katso tätä aktiviteettia varten esimerkkiä liitteessä I.

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Kaikki rakastavat pientä ystävällistä kilpailua. Yhdistä oikeat parit -tehtävät ovat yleensä yksi kaikkein osallistavimmista visailutehtävistä oppijoille ja tapahtuman osallistujille. Ne voivat pitää sisällään suuren määrän sisältöä ja liittyä esittelemääsi aihepiiriin kuvina tai audiona. Voit myös lisätä ylimääräisiä sopivia vaihtoehtoja liittyen konseptiin ja näin vaikeuttaa visaa tai tehdä siitä mielenkiintoisemman.

Missä käyttää tätä aktiviteettia?

Aktiviteetti on täydellinen pieneen museoon tai käsityöläisten kollektiiviin, kuten *Vilnius Pottery Workshop*. Näin voit esitellä erilaisia käsitöitä tai käyttämiäsi käsityökaluja. Aktiviteetti voidaan esittää työpajan aikana osana PowerPoint-esitystä tai sovelluksen kautta, joka sallii erilaiset visat.

Lisävinkit

Aktiviteettia voidaan myös helposti hyödyntää kouluissa. Aktiviteetin avulla voidaan esitellä lapsille perinteisiä käsitöitä. Tämäntyyppinen aktiviteetti lisää varsinkin lasten mielenkiintoa, koska he pääsevät osallistumaan pelkän kuuntelemisen sijaan.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

- 1. Etsi sovellus, jonka avulla voit luoda yhdistä oikeat parit -tehtäviä (esimerkiksi seuraava ilmainen sovellus: <https://www.edapp.com/rapid-refresh/>).
- 2. Pyydä osallistujia yhdistämään numeroidut kuvat kuvien kanssa, jotka on merkattu aakkosilla.
- 3. Pyydä lopuksi osallistujaa nimeämään kyseinen käsityö.
- 4. Käytä tuloksia keskustelun avaajana ja kerro aiheesta lisää.
- 5. Kerro lisää käsityöstä ja selitä yksityiskohtaisesti sen tuotannosta tai järjestämistäsi työpajoista.



3.9. Aktiviteetti "Konfettikukkien valmistaminen"

Tietoa aktiviteetista

Aktiviteetissa osallistutaan työpajaan, jossa opetellaan tekemään erityyppisiä koristekukkia ja -kimppuja Sulmonan maailmankuuluista sokerikuorrutetuista manteleista. Työpaja voidaan järjestää paikan päällä tai etänä tutoriaalinen avustuksella.

Esimerkki

Sulmonan sokerikuorrutettujen manteleiden museo:
<http://confettimariopelino.com/museo/>

Videotutoriaali konfettikukkien tekoon (Jenny Tronci):
https://www.youtube.com/watch?v=gHdwm-D_GJo&ab_channel=JennyTronci

Toinen videotutoriaali konfettikukkien tekoon:
https://www.youtube.com/watch?v=sPxZqa-Fb7M&ab_channel=EneaMazzola

Kokemuskiertokäynnin konfettikukkien ja perinteisten makeisten tekoon:

<https://www.abruzzoguidato.it/en/experiences-tours/sugared-almonds-and-other-confectionery.html>



Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Toki kauniita kuviakin käytetään herättämään ihmisten kiinnostusta tuotteeseen, mutta itse tekemällä luot aiheeseen uudenlaisen siteen. Opit tekemistä käsityöläisen käsien ja äänen opastuksella, mikä luo tuttavallisen ja mukaansatempaavan ilmapiirin.

Konfettikukkien ja -kimppujen tutoriaalien avulla tämä kaunis ja tuoksuva tuote tehdään tunnetuksi.

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Aktiviteettiä voi tarjota sosiaalisessa mediassa ja nettisivuilla ja näin luoda tunnettavuutta tuotteelle markkinoinnin näkökulmasta ja samaan aikaan houkuttaa ihmisiä vierailemaan kaupungissa.

Lisävinkit

Tämän aktiviteetin voi toteuttaa paikan päällä 10-15 hengen ryhmässä.

Aktiviteetin voi mukauttaa koskemaan mitä tahansa toista paikallista käsityö- tai kulttuurituotetta ja näin luoda sille tunnettuutta netissä.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

- 1. Ota yhteyttä artesaaniin, joka tekee sokerikuorrutettuja mantelikukkia ja olisi vapaana esittelemään sen valmistusvaiheita.
- 2. Kuvaa videotutoriaali, jossa kyseinen käsityöläinen esittelee materiaalit, joita konfettikukkien valmistamiseen tarvitaan, ja kertoo kuinka tuotetta voidaan valmistaa.
- 3. Lisää videoon kuvia erityyppisistä kukista, joita voi valmistaa.
- 4. Julkaise video sosiaalisessa mediassa, kunhan olet editoinut sen kiehtovilla efekteillä ja sanakäänteillä.
- 5. Kutsu ihmiset kommentoimaan videota ja vastaamaan kysymyksiin.
- 6. Kutsu videon katsoneet ihmiset vierailemaan Sulmonan kaupungissa ja konfettimuseossa.

3.10. Aktiviteetti “Akrostikon ja käsityöt”



Tietoa aktiviteetista

Tässä aktiviteetissa voit valita käsityöaiheen, jonka tunnettavuutta haluat kasvattaa. Pyydä yleisöäsi kehittämään akrostikon, joka viittaa aiheeseen. Akrostikon on kirjainpeli, jossa kirjoitetaan teksti, jonka säkeistöjen alkukirjaimien on tarkoitus muodostaa sana tai fraasi. Voit valita vain yhden avainsanan, jota korostaa runossa/tekstissä tai sitten voit antaa useita horisontaalisia sanoja, joihin osallistujat yrittävät löytää riimejä.

Esimerkki

Esimerkin löydät vasemmalla puolella näkyvästä kuvasta.

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Aktiviteetti vetoaa ihmisten luovuuteen. Aikuiset yleensä nauttivat visuaalisten runojen luomisesta ja he ovat valmiita hyväksymään kirjoitushaasteen ja vastaamaan riimeihin. Voit sisällyttää lisätietoa valitsemastasi aiheesta akrostikoniin. Voit esimerkiksi tehdä akrostikonin materiaaleista, jotka liittyvät tuotteen valmistusprosessiin tai maantieteelliseen alueeseen, josta se on alun perin kotoisin jne.

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Tätä aktiviteettiä voi tarjota sosiaalisessa mediassa tai osana ohjattuja studiokierroksia tai kulttuurikohtaamisissa. Jos sinulla on ryhmä, jossa osallistujat tuntevat toisensa entuudestaan, voit pyytää heitä suunnittelemaan akrostikonin pareittain tai pienissä ryhmissä.

Lisävinkit

Myös muiden ohjeiden kehittäminen on mahdollista: vertikaalisen avainsanan sijaan voit keksiä rajoituksia; esim. osallistujat voivat käyttää vain sanoja, jotka kuvaavat värejä/muotoja/materiaaleja jne. Voit myös luoda itse kalligrammin, visuaalisen runotyypin, jossa sanat järjestetään sommitelmaan, joka muodostaa kohdetta muistuttavan visuaalisen hahmon.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

Näytä esimerkki taiteellisesta akrostikonista ja oma tekemäsi esimerkki.

Selitä mikä on akrostikon ja miten sellainen tehdään.

Valitse käsityö, jota haluat esitellä.

Valitse avainsana (vertikaalisesti luettava sana), jonka akrostikon tulisi pitää sisällään; tämän sanan tulisi liittyä tuotteeseen, jonka olet aiemmin valinnut. Edistyneessä versiossa lisää useita sanoja tai lauseita avainsanaan.

Pyydä ihmisiä kirjoittamaan ja lähettämään akrostikon käyttäen avainsanaa. Edistyneissä versioissa voit pyytää ihmisiä täyttämään sinun tekemäsi kaava keksimällä sanoja tai kirjoittamalla lauseita, jotka rimmaavat omasi mukaisesti.

Voit esitellä tuotoksia erillisellä julkaisulla.

3.11. Aktiviteetti “Yllättävä muodostelma”



Tietoa aktiviteetista

Järjestä joitakin käsintehtyjä töitäsi tai välineitäsi yllättävään muodostelmaan. Kutsu netinkäyttäjiä nimeämään luomus tai luomaan samanlainen muodostelma kotonaan käyttäen kodin jokapäiväisiä esineitä.

Esimerkki

Esimerkin löydät vasemmalla puolella näkyvästä kuvasta.

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Tämä on luova ja hauska aktiviteetti, jossa ihmiset voivat yhdistää verbaalisen ja visuaalisen ilmaisun tai päästää mielikuvituksensa valloilleen matkimalla muodostelmaa yhteensopimattomilla esineillä. Tämä on myös hyvä tapa kutsua ihmiset epäsuorasti tarkastelemaan taideteoksiasi lähempää.

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Aktiviteetin voi julkaista Instagramissa tai muissa sosiaalisen median kanavissa, mutta sen voi myös helposti muokata sopimaan paikan päällä järjestettäviin työpajoihin, joissa ihmiset voivat luoda muodostelmia esineistä, joita heillä on mukana taskuissaan tai laukussa.

Lisävinkit

Lukeneempia asiakkaita tai vierailuryhmiä, joissa ihmiset tuntevat toisensa, voi pyytää etsimään romaanien (tai elokuvien) nimiä yhdistettäväksi muodostelmaan.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

Tee upea ja taitava muodostelma käsitöistäsi, kokoelmistasi tai työkaluistasi.

Pyydä ihmisiä Instagramissa (tai vastaavassa) tai kasvotusten nimeämään tämä muodostelma kuin se olisi museon näyttelyssä oleva esillepano/kokoelma.

Pyydä sitten heitä luomaan muodostelma heidän omista jokapäiväisistä kodin esineistään.

Pyydä heitä lähettämään otsikko ja/tai kuva muodostelmastaan.

Voit jakaa parhaat otsikot ja kuvat omilla sosiaalisen median sivuillasi.

3.12. Aktiviteetti ”Perinneasuja kaikkialla”

Padlet

Salla Merijärvi • 1m

Traditional costumes all around

Add: 1. A picture of the costume. 2. What is the country and region of the costume? 3. A short history of the costume's origins. 4. Itemization of the garments and accessories of the traditional costume (e.g. Finnish röjy / päällyspusero, English vest or bodice)

Choir costume of Kuortane



1. The picture of the costume seen above.
2. Kuortane, Finland
3. This is the choir costume and it has been designed in the 1920s. It was designed for the choir originally, but nowadays they are used as traditional costumes.
4. Silk ribbon, silver pin with ornaments, black velvet pocket, white shirt, black shoes, black velvet vest, dress (blue, red, black).

Tietoa aktiviteetista

Kohdesanaston oppiminen yhteistyössä luodun perinneasuteemaisen esitelmän avulla. Tämän aktiviteetin voi toteuttaa kielikurssilla, jossa harjoittelu yhdistyy kulttuuriperinnön esittelyyn.

Esimerkki

Esimerkin löydät vasemmalla puolella näkyvästä kuvasta.

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Aktiviteetti on suunniteltu herättämään tiedonjaon kulttuuria ja innostaa osallistumaan ja jakamaan mielenkiinnonkohteita toisten kanssa. Tämän aktiviteetin voi mukauttaa sopimaan mille tahansa ryhmälle, joka haluaa oppia enemmän perinneasuista ja kulttuurista. Aktiviteettia voi käyttää myös minkä tahansa kielen oppimiseen esim. sanaston ja suullisen kielitaidon kehittämiseen.

Missä käyttää tätä aktiviteettia?

Kielikursseilla; Facebookissa; virtuaalisissa tapaamisissa; kulttuuriperintöä käsittelevillä tunneilla tai tapaamisissa.

Lisävinkit

Voit käyttää tätä aktiviteettia jakaaksesi perinneasu- ja kulttuuriperintötietoutta. Voit koota ryhmän aktiviteettia varten hyödyntämällä Facebook-ryhmiä (esim. perinneasuihin keskittyvä ryhmä).

Yksityiskohtaiset ohjeet:

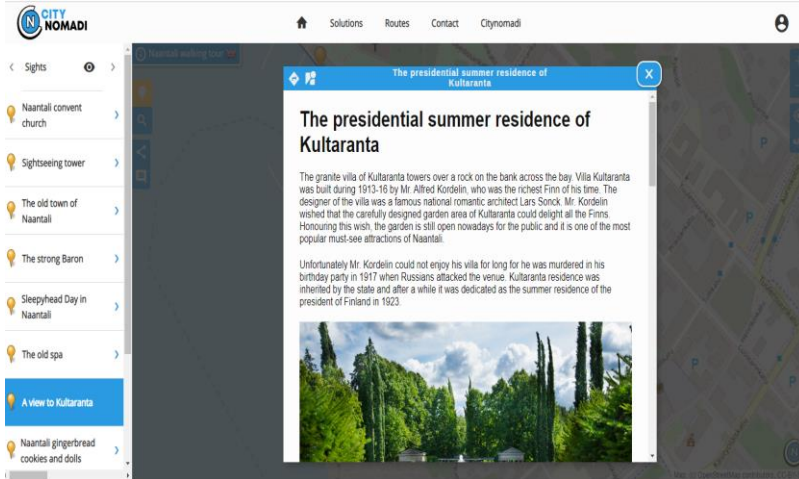
Ennen tuntia:

- 1. Valitse digitaalinen yhteistyöalusta (esim. Padlet).
- 2. Järjestä kansainvälinen tapaaminen/tunti, jossa on osallistujia eri maista (vähintään kaksi eri maata). Tämän aktiviteetin voi toteuttaa etänä, paikan päällä tai hybridinä. Voit pyytää ihmisiä osallistumaan esim. sosiaalisen median kanavien kautta tai koulutusverkostojen kautta.
- 3. Tee tehtävää varten selkeät ohjeet, kuinka digitaalista alustaa käytetään.
- 4. Pyydä osallistujia ottamaan kuva perinneasusta, jos heillä sattumalta olisi sellainen kotonaan.

Tunnin aikana:

- 1. Kerro osallistujille, että he tulevat tekemään yhteistyötehtävän liittyen perinneasuihin.
- 2. Jaa ohjeet, kuinka digitaalista alustaa käytetään, esimerkiksi miten voi lisätä tekstiä, kuvia ja/tai videoita.
- 3. Jaa osallistujat ryhmiin (2–4 osallistujaa). Kaikkien osallistujien tulisi olla samasta maasta, ja jos vain mahdollista samalta alueelta. Kaikilla ryhmillä tulisi olla vähintään yksi kuva perinneasusta.
- 4. Pyydä osallistujia kirjoittamaan alustalle perinneasusta. Heillä on 30-40 minuuttia aikaa tehdä tehtävä. Esitelmän tulisi sisältää seuraavat tiedot:
 - Kuva asusta.
 - Mistä maasta/alueelta puku on peräisin.
 - Lyhyt historia asun alkuperästä.
 - Luettelo asusteista ja asun osista (esim. päällyspusero; liivi).
- 5. Kun esitelmät ovat valmiit alustalla, anna jokaiselle ryhmälle vuoro esitellä työnsä tulokset.

3.13. Aktiviteetti “Kulttuuriperintösuunnistus”



Tietoa aktiviteetista

Osallistujat tekevät kävelykierroksen, jonka aikana he vierailevat paikallisissa kulttuuriperintökohteissa mobiilisovelluksen (seppo.io, Thinglink, ActionTrack, CityNomadi) opastuksella. Kohteissa heidän pitää vastata kohteeseen liittyvään kysymykseen ennen kuin he saavat ohjeet seuraavaan paikkaan. Jos tämän aktiviteetin toteuttaa vieraalla kielellä, osallistujat pääsevät samalla opettelemaan vieraan kielen suullista taitoa.

Esimerkki

Esimerkkikysymykset:

- Kuinka monta lippua löydät [Kultarannasta](#) (talon ulkopuolelta)?
- Kuinka monta suihkulähdettä löydät Kultarannasta?

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Aktiviteetti on suunniteltu opettamaan kulttuuriperintötietoutta vertaisoppimisen avulla. Tämä aktiviteetti osallistaa monikanavaisen oppimisen kautta. Aktiviteetti voi kiinnostaa ihmisiä, jotka haluavat oppia lisää kulttuurista ja kulttuuriperinnöstä. Aktiviteetin voi muokata sopimaan kielten oppijoille ja sen voi tehdä kokonaan kohdekielellä, mikä parantaa suullista kielitaitoa, sillä kysymykset voivat sisältää puheharjoituksia.

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Kielikursseilla; Facebookissa; virtuaalisissa tapaamisissa; kulttuuriperintöön liittyvillä tunneilla tai tapaamisissa.

Lisävinkit

Viimeisen vaiheen voi suorittaa, kun ryhmä on palannut kierrokselta tai seuraavalla tunnilla/tapaamisella. Jos aktiviteetti suoritetaan kielten oppijoiden kanssa, keskustelu voidaan suorittaa kohdekielellä.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

Ennen tuntia:

Päätä opetusalusta tai -sovellus, jota voi käyttää kaupunkisuunnistukseen (esim. seppo.io, Thinglink, ActionTrack, CityNomadi).

Luo peli valitulla alustalla ja valitse vähintään kahdeksan kulttuuriperintökohdetta kaupungista. Varmista, että kohteet eivät ole liian kaukana toisistaan, jotta oppijat voivat kävellä reitin.

Keksi kysymyksiä, joihin oppijat voivat löytää vastauksia kohteista (esim. kirkossa — kuinka monta puista ristiä löytyy kirkon sisältä?).

Tee yksityiskohtaiset ohjeet sovelluksen käyttöä varten.

Tunnin aikana:

- 1. Kerro osallistujille, että he tutustuvat paikalliseen kulttuuriperintöön hyödyntäen digitaalista kaupunkisuunnistussovellusta.
- 2. Näytä heille luomasi yksityiskohtaiset ohjeet, kuinka sovellusta käytetään.
- 3. Kerro, että aiot jakaa heidät pareihin tai ryhmiin ja että heidän tulee seurata sovelluksen ohjeita. Heillä on 60–90 minuuttia aikaa tehdä kierros.
- 4. Pyydä heitä nauhoittamaan vastaukset tai kirjoittamaan ne ylös käyttäen muistiinpanosovellusta.
- 5. Pyydä osallistujia palaamaan kierroksen jälkeen ryhmäkeskustelua varten, jossa käydään läpi, mitä he ovat oppineet kohteissa/kohteista.

3.14. Aktiviteetti “Opi lisää”

← Posts

 kumutis



♥   

 Liked by [jurgita.lenart](#) and 33 others

kumutis Let more nature and old traditions into your home!
 Straw garden not only decorates but also harmonizes home environment. The most common form of a garden is two pyramids connected on a common basis. The upper garden pyramid is believed to accumulate good energy, while the lower one gives it to the environment, thus filling the home with goodness. Traditionally, a garden is hung above the table and for the people under it results in an easy and smooth life, cleanness and harmony in the family.
   You can buy straw gardens here:
[#tvariosdovanos](#) [#tvariosdovanos](#) [#handmade](#)
 27 May 2021 · See Original

Tietoa aktiviteetista

Jokaisen tulisi tietää enemmän käsitöistä, koska käsityöläisyys on perinneammatti ja tuotteet ovat yleensä käsintehtyjä tai tehty ilman automaattikoneita. Yleensä käsitöiden salaisuuden siirtyvät sukupolvelta toiselle (isältä pojalle tai oppi-isältä oppipojalle). Tämän tietouden voi muuttaa mielenkiintoiseksi tarinoiksi ja jakaa sosiaalisen median kanavissa.

Esimerkki

Esimerkki olkipuutarhojen historiasta ja merkityksestä löytyy seuraavilta verkko- ja sosiaalisen median sivuilta: www.kumutis.lt, <https://www.facebook.com/Kumutis>.

Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Aktiviteetti osallistaa ihmisiä, jotka haluavat tietää enemmän käsitöistä, niiden kehityksestä, käytetyistä työkaluista ja materiaaleista jne. tai ehkä jopa harkitsevat valmistavansa tuotetta itse. Tällaiset aktiviteetit voivat olla hyödyllisiä kielten opiskelijoille, koska heidän tietoutensa kasvaa etä- ja lähitapaamisissa. Jos mediakirjastonhoitajat järjestävät käsityöesittelyn syrjäseudun käsityöläisten kanssa, he voivat näin esitellä tuotteitaan laajemmalle yleisölle.

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Facebookin ja Instagramin tarinoissa, erilaisissa tapaamisissa paikan päällä ja etänä.

Valmistamasi materiaali on hyödyllistä etä- ja paikan päällä järjestettävissä tapaamisissa. Sinun täytyy vain valita sopiva esitysmuoto, jonka voit valita CORDIALIS-hankkeen Resurssit 1 -korteista.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

Lisävinkit



Tee tutkimusta liittyen käsityöalasi historiaan ja valmistele tietoisu. Tiedot voivat liittyä siihen, miten tuote on menneisyydessä valmistettu vs. kuinka se nyt valmistetaan; mitä työkaluja ja materiaaleja vaaditaan sen käytössä; mitä salaisuuksia tulee tietää käsityöstä voidaksesi tehdä tuotteesta menestyksekkään jne.

Etsi ja valitse kuvia käsityöistä, niiden valmistusprosessista ja työkaluista.

Luo visuaalinen esitys sosiaalista mediaa tai tapaamisia varten.

Kerro kaikille, miten tuotteita valmistetaan; näytä kuvia ja videoita valmistusprosessista ja tuotteista. Tämä auttaa sinua esittelemään itsesi ja saamaan ihmiset kiinnostumaan tuotteistasi.



3.15. Aktiviteetti "Värikkäästi"

Tietoa aktiviteetista

Kaikki muistavat tapahtumat ja ihmiset paremmin, jos heillä on kirkkaan väriset vaatteet tai jos vaatteissa tai asusteissa on värikkäitä yksityiskohtia. Tämä on helpoin tapa kiinnittää huomio itseesi! Joten mikset käyttäisi samaa taktiikkaa sosiaalisessa mediassa? Houkuttele mukaan käyttäjiä kutsumalla heidän löytämään tai tekemään jokin esine tai asia, joka heijastaa heidän päivänsä väriä.

Esimerkki

Varmista, että aktiviteetti on helppo toteuttaa vieraillemalla Facebook-ryhmässä "[Lietuvos amatininkai](https://www.facebook.com/vaidatub)" (Liettualaiset käsityöläiset). Selaamalla galleriaa, jokainen näkee, kuinka paljon värikkäitä tuotteita liettualaiset käsityöläiset tekevät. Muutamia värikkäitä esimerkkejä näkyy kuvissa.



Miten tämä aktiviteetti osallistaa ihmisiä?

Useat ihmiset rakastavat värejä. Julkistamalla päivän värin ihmiset rohkaistuvat esittelemään tekemiään tuotteita tai esineitä, joita he ovat löytäneet omasta ympäristöstään. Tämä voi olla myös lämmittelytehtävä verkko- ja lähitapaamisissa.

<https://www.facebook.com/ramalinafelt>

Missä käyttää tätä aktiviteettiä?

Facebookin ja Instagramin tarinoissa, julkaisuissa, Facebookin yhteistyöryhmissä, etä- ja lähitapaamisissa.

Tämän aktiviteetin voi toteuttaa verkko- tai lähitapaamisissa lämmittelytehtävänä. Etätapaamisissa osallistujia voi pyytää näyttämään tietyn värisen esineen, joka heidän täytyy nopeasti löytää läheltään. Lähitapaamisissa voit pyytää jokaista osallistujaa etsimään tietyn värisen esineen, joka heillä on mukanaan ja esittelemään sen.

Yksityiskohtaiset ohjeet:

Lisävinkit

Aloita omalta kohdaltasi ja etsi erivärisiä tuotteita tai esineitä muutamaksi päiväksi.

Ota kuvia tuotteitasi tai esineistäsi tai etsi niistä jo aiemmin ottamiasi kuvia.

Ensimmäisenä päivänä tee:

- Facebook-julkaisu, jossa ilmoitat päivän värin ja pyydät ihmisiä lataamaan kuvia kommentteihin;
- Instagram-tarina, jossa pyydät ihmisiä julkaisemaan kuvia esineiden kanssa ja tägäämään sinut julkaisuun;
- Mainos Facebook-ryhmässä, jossa saattaa olla mahdollisia ostajia. Tämä on artesaaneille mainio tapa esitellä tuotteitaan.

Toista sama useina päivinä eri värillä.

4. SOSIAALISEN MEDIAN TESTAUS

Hankepartnerit pyrkivät selvittämään, miten nämä kuvatut esimerkit todellisuudessa toimivat. Niinpä viittä aktiviteettia testattiin suomalaisten, italialaisten ja liettualaisten partnereiden sosiaalisen median tileillä paikallisilla kielillä.

Turun yliopisto (UTU) testasi Instagramissa yhtä aktiviteettia. Testi suoritettiin tilillä @uniturku (<https://www.instagram.com/uniturku/>) (18,2 tuhatta seuraajaa). Kaikki kysymykset ja väittämät esitettiin suomeksi.

Italialainen yhdistys Web per tutti testasi aktiviteettia 3.6 "Kootaan palapeli" Facebook-tilillään (www.facebook.com/webpertutti), jolla on yli 500 seuraajaa.

Liettuan maaseutumatkailuyhdistys testasi kolmea aktiviteettia Instagram-tilillään "Paikalliset käsityöt" (https://www.instagram.com/amatu_kelias/) (3120 seuraajaa) ja Facebookin Liettuan käsityöläisyöryhmässä (<https://www.facebook.com/groups/amatukelias>) (yli 7 000 jäsentä). Myös CORDIALIS-hankkeen Facebook-tilillä (<https://www.facebook.com/projectcordialis>) jaettiin samat kolme aktiviteettia englanniksi. Koska tällä tilillä on vähemmän kuin 100 seuraajaa, aktiviteettien todellista hyötyä oli vaikea arvioida.

Kaikki yksityiskohtaiset havainnot esimerkkeineen ja kaavioineen on kuvattu erillisessä englanninkielisessä asiakirjassa, joka on saatavilla CORDIALIS-verkkosivustolla osoitteessa Resurssit 2 (<https://www.cordialiserasmus.eu>).

LOPUKSI

Monet ihmiset etsivät nykyään aitoja, viihdyttäviä ja opettavaisia kokemuksia ja haluavat tutustua alueen ainutlaatuihin luonteesiin, maaseutumaisuuteen ja kulttuurivaroihin. Käsityöläiset, heidän työpajansa ja tuotantonsa sopivat täydellisesti tähän suuntaukseen.

Esimerkit paikallisesta ja maaseudun kulttuuriperinnöstä osoittavat, että jokainen partnerimaa on ainutlaatuinen kulttuurinsa, käsityötaitonsa ja ruokakulttuurinsa osalta, ja monet paikalliset ihmiset vaalivat tätä perintöä ja rakentavat elämänsä sen ympärille. He vain tarvitsevat opastusta, jotta he voivat kehittyä yrittäjinä ja hyödyttää paikallista aluetta houkuttelemalla matkailijoita ja luomalla työpaikkoja. Ideat vuorovaikutteiseen, virtuaaliseen taidepohjaiseen kampanjointiin ja olemassa olevat kokemukset voivat toimia oppaana käsityöläisten töiden ja tuotannon edistämiseksi sekä partneri- että muissa maissa. Ne auttavat pienyritysten käsityöläisiä ymmärtämään, että digialustat ja sosiaalinen media ovat olennainen osa menestyksestä työtä ja viestintää asiakkaiden kanssa. Lisäksi ne voivat auttaa heitä kehittymään taloudellisesti luomalla uusia myyntikanavia. Kaikkia viittätoista aktiviteettia voidaan helposti muokata halutun teeman mukaan.

Viittä aktiviteettia viidestätoista testattiin sosiaalisessa mediassa. Ne osoittivat, että yleisöä on helppo sitouttaa antamalla heille helppoja tehtäviä ja keksimällä lyhyitä pelejä tai kysymyksiä, ja siten parantaa tuloksia sosiaalisessa mediassa. Tietenkin on tärkeää kiinnittää huomiota asiasisältöön. On esimerkiksi tärkeää seurata tarinoiden katsojamääriä ja havainnoida, minä päivinä on eniten katselukertoja, ja pyrkiä julkaisemaan tärkeimpiä tarinoita kyseisinä ajankohtina.

LÄHTEET

- <https://123dok.org/article/l-artigianato-artistico-e-tradizionale-in-italia.9yn893jy> [Visited 14.1.2022].
- Article: "Tutto il cuore del Sud", Corriere della sera, Buone Notizie, 18.10.22
- <https://blog.modyf.it/vita-da/lartigianato-artistico-connubio-fra-artigianato-arte/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.cna.it/areastudi/lartigianato-in-italia/> [Visited 14.1.2022].
- <https://cnaveneto.it/artigianato-artistico-depositato-il-disegno-di-legge-in-senato/> [Visited 14.1.2022].
- <http://www.cna.it/cna/unioni/artistico-e-tradizionale#.XLCZZ-gzblU> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.confartigianato.it/come/categorie/artistico/> [Visited 14.1.2022].
- Data about Lithuanian craftsmen. <https://www.tautinispaveldas.lt/> [Visited 22.12.2022].
- Elävä arkisto (2022). Käsityön opetus suomalaisessa peruskoulussa. [Teaching crafts in the Finnish basic education]. The site offers examples of living heritage in Finland.
- https://wiki.aineetonkulttuuriperinto.fi/wiki/K%C3%A4sity%C3%B6n_opetus_suomalaisessa_peruskoulussa [Visited katsottu 19.9.2022].
- Finnish National Agency for Education (2022). <https://www.oph.fi/en>.
- <http://futuroconsapevole.it/2019/03/02/lartigianato-oggi-il-ruolo-dellartigianato-in-italia/> [Visited 14.1.2022].
- Gaffoglio S., Hellot E., "Préfiguration d'une cellule régionale dédiée à la structuration de la filière métiers d'art en Bretagne", document de synthèse des Chambres de Métiers et de l'Artisanat de Bretagne.
https://www.crma.bzh/sites/default/files/atoms/files/2019_01_30_synthese_prefig_cellule_metiers_dart_vf_ok_0.pdf
- Gladh, S. (1968). Kansakoulumme käsityönopetus vv. 1866-1888. *Koulu ja menneisyys. Suomen kasvatuksen ja koulutuksen historian vuosikirja*. Vol 19, 116-204. Available [Koulu ja menneisyys \(journal.fi\)](http://www.kouluja.menneisyys.fi).
- <https://www.inabruzzo.it/artigianato-artistico-in-abruzzo/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.istat.it/it/impreses?dati> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.italianexcellence.it/artigianato-made-in-italy/> [Visited 14.1.2022].
- Jocys, V. (2016) Lietuvos etnografiniai regionai
- Kurronen, S. (2021). Pandemian perintö. Ilmastokysymykset ja talous jakavat suomalaisten mielipiteitä. [Heritage of the pandemia. Climate issues and economy share opinions among Finns]. *EVA arvio* 33 (3.8.2021). [eva-arvio-033.pdf](http://www.eva-arvio.fi/033.pdf)
- LCTA, Lauku ceļotājs (2017). Paveldas agroturizme. Produkto kūrimas.
<https://online.anyflip.com/sfyf/cmaz/mobile/index.html#p=1>
- Lietuvos nacionalinis muziejus (2012). *Lietuvos tautinis paveldas: Tradiciniai amatai. Vilnius: Petro ofsetas*.
- Lith, P. (2019). Käsityöalan suhdanne- ja toimialaraportti 2019. [Report of handicraft industry 2019].
- <https://www.taito.fi/wp-content/uploads/sites/5/2019/08/K%C3%A4sity%C3%B6alan-suhdanne-ja-toimialaraportti-2019-2.pdf>. [Visited 19.9.2022].
- Manninen, R. (Ed.) (a.d.) Kässätkö? Käsityön muistiverkko. [Network for handicrafts]. Information site for handicraft enthusiasts. Available [Kässätkö? Koulukäsityön muistoverkko \(jkl.fi\)](http://www.kassatkoko.fi). [Visited 27.9.2022].
- <https://www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2022/04/Piano-di-promozione-2021-DEF.pdf> [Visited 14.1.2022].
- Mutta, M. Merijärvi, S., Lefebvre, A., Nyikos, J., Kabašinskaitė, K., Liorentiene, K., Lucantoni, G., Moncada, M. & Lucantoni, S. (2022). Diagnosis and solutions for distance communication. <https://www.cordialiserasmus.eu/>.

- Myssyfarmi. 2022. <https://myssyfarmi.fi/en> [Visited 29.9.2022].
- National heritage of Lithuania. <https://www.tautinispaveldas.lt/apie/tautinis-paveldas/> [Visited 21.9.2022].
- <https://www.osservatoriomestieridarte.it/artigianato-artisticoquale-futuro-dopo-il-covidappello-del-tavolo-nazionale-dellartigianato-artistico/> [Visited 14.1.2022].
- Postic F. et al. "Reconnaissance d'une culture régionale : la bretagne depuis la révolution." *Ethnologie française*, 2003/3, Vol. 33, pp 381-389.
- <https://spiritoartigiano.it/l-artigianato-tradizionale-patrimonio-culturale-immateriale-dellunesco/> [Visited 14.1.2022].
- Statistics on Interactive Content: Trends and Best Practices - <https://outgrow.co/blog/statistics-interactive-content>
- Studyinfo. The official and up-to-date website with all the information about study programmes leading to a degree in Finland. [Visited 28.9.2022].
- Suomalaisen työn liitto (2020). Tutkimus: suomalaisten halu suosia kotimaisia tuotteita kasvanut - asennemuutos näkyy K -ryhmän myyntidatassa. [Research: The Finns' wish to support Finnish production has increased - change in sales attitudes]. Newsletter by the Association for Finnish work (15.9.2020).
- <https://suomalaintyoy.fi/2020/09/15/tutkimus-suomalaisten-halu-suosia-kotimaisia-tuotteita-kasvanut-asennemuutos-nakyy-k-ryhman-myyntidatassa/>. [Visited 19.9.2022].
- <https://ufficiostudi.confartigianato.it/pubblicazioni/elaborazione-flash-una-moltitudine-di-imprese-a-valoreartigiano-19-marzo-2022/> [Visited 14.1.2022].
- Taitoliitto (2020). The Finnish Crafts Organisation Taito was named a UNESCO intangible cultural heritage expert organisation. Current News (16.9.2020). <https://www.taito.fi/en/uncategorized/taito-as-unesco-intangible-cultural-heritage-expert/> [Visited 5.10.2022].
- Taitoliitto. (2021a). Korona-aika on koetellut käsityöyrittäjiä: kysely paljasti sekä epätoivoa että innostusta uuden löytämisestä. https://www.taito.fi/ajankohtaista/kasityoyrittajakysely_korona/. [Burden of coronavirus among craftsmen: despair and enthusiasm in finding new ideas]. Current news on the page (26.3.2021). [Visited 19.9.2022].
- Taitoliitto (2021b). Tutkimustulos kertoo käsityöharrastuksen suursuosioista: lähes puolet suomalaisista harrastaa käsitöitä, nikkarointia tai rakentelua säännöllisesti. [Great popularity in handcrafts: almost half the Finns do regularly textual or technical work]. Current news on the page (1.12.2021) https://www.taito.fi/ajankohtaista/kasityon_harrastaminen_suomessa_tutkimus2021/. [Visited 19.9.2022].
- UNWTO (2018). Tourism and cultural synergies (pg. 72). <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>.
- <https://www.viaggiando-italia.it/abruzzo-conosci-confetti-sulmona-famosi-mondo/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.viaggiando-italia.it/abruzzo-lantico-museo-confetti-pelino-dal-1783-delizia-palati-mondo/> [Visited 14.1.2022].
- <https://www.viverelabruzzo.it/artigianato-abruzzese/> [Visited 14.1.2022].
- Žuromskaitė (2016). Turizmas – Plėtra, iššūkiai, perspektyvos, pg. 24.

LIITE I

Liitä nämä kuvat toisessa taulukossa oleviin kuviin



1)



2)



3)



4)



5)



6)



7)

8)



Liitä nämä kuvat ensimmäisessä taulukossa oleviin kuviin



A)



B)



C)



D)



E)



F)



G)



H)

Oikeat vastaukset:

- 1-C - Korujen suunnittelu
- 2-H - Kivien työstäminen
- 3-F - Savenvalanta
- 4-G - Katonteko
- 5-D - Puutöiden tekeminen
- 6- B - Kudontatyöt
- 7-E - Nahkakäsityö
- 8-A - Veistäminen



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Tämän projektin toteuttaa:



<https://delartetdautre.com>



LITHUANIAN COUNTRYSIDE
TOURISM ASSOCIATION

<https://www.atostogoskaime.lt>



**UNIVERSITY
OF TURKU**

<https://www.utu.fi>



<http://www.webpertutti.eu>