

Haastattelussa MuseoDesignin Nina Repo

Haastattelijana Riku Kauhanen

Tapasin Helsingissä 8.2.2011 "Museokokoelmat sähköiseen muotoon - koulutusta digitoijille" -koulutustilaisuudessa MuseoDesign-yrityksen perustajan Nina Revon. Pyysin häneltä artikkelia työstään, mutta työkiireiden vuoksi (Kuka väitti, ettei yrittäjällä ole töitä?) hän ei valitettavasti ehtinyt, joten sovimme sähköpostihaastattelun. Lähetin Nina Revolle kysymyksiä ja sain ilahduttavan nopeasti vastaukset. Joten pidemmittä puheitta: kymmenen kysymystä Museodesignille.

Mikä on Museodesign?

Museodesign on yritys, jonka tarkoituksena on tarjota museoille museoammattillista osaamista ostopalveluna. Kaikki museot eivät voi tai halua palkata työntekijöitä, vaan ostavat koko projektin mielummin meidän kauttamme. Olemme tehneet mm. useita esineiden digitointiprojekteja, siis esinetutkimusta ja -luettelointia, sekä esinekuvien skannausta.

Museodesign tekee myös graafista suunnittelua, eli esimerkiksi pienimuotoista näyttelyn ulkoasun suunnittelua, näyttelyjulisteita, kutsukortteja, esitteitä sekä taittaa näyttelyjulkaisuja. Teemme graafista suunnittelua myös muille kuin museoille. Yrityksen valttina onkin museokentän tuntemus ja toiminnan luotettavuus.

Yrityksen henkilömäärä vaihtelee 1-5 välillä, riippuen siitä kuinka monta projektia on meneillään. Suurin osa työntekijöistä on määrä-aikaisia, koska työtkin ovat määräaikaisia. Työntekijöinä on enimmäkseen kansatieteilijöitä tai muita museoainekokonaisuuden opiskelleita. Lisäksi on kuvankäsittelijöitä tai valokuvaajia.

Työ on enimmäkseen esinetietojen viemistä koneelle sekä pienimuotoista esinetutkimusta ja kuvien skannaamista ja linkittämistä sekä graafikon hommia. Museotyötä yrityksessämme voisi aivan hyvin laaja-alaista. Miksipä ei vaikka asiakaspalveluun tai opastamiseen.

Mikä oli motiivi ryhtyä yrittäjäksi?

Yrittäjäksi ryhtymisen ensimmäinen motiivi oli työllistää itsensä. Sittemmin olen onnistunut työllistämään muitakin, mikä on museotalalla aina positiivinen asia. Yrittäjäksi ryhtyminen on aina riski. Graafisen suunnittelun puolella yrityksen perustaminen on ihan yleistä, museopuolella melko outoa.

Minkälainen on yrityksen rakenne?

Yrityksen rakenne on hyvin yksinkertainen, koska yritys on pieni. Jos yritys kasvaisi, rakennetta joutuisi miettimään, mutta se ei ole vielä ajakohtaista.

Omia isoja toimitiloja ei tarvita, koska työ itsessään tehdään yleensä museon tiloissa. Museotyöt tehdään käytännön syistä usein niissä, koska kokoelmienhallintaohjelmat sijaitsevat museon koneella ja esineiden liikuttelu ulos museosta ei ole järkevää. Graafinen suunnittelu taas vaatii tietokoneen ja työpöydän, joten toimiston ei tarvitse olla suuri.

Minkälaisia projekteja keskivertoon Museodesign-vuoteen mahtuu?

Esineiden digitointiprojektit ovat vuodesta puoleen vuoteen kestäviä projekteja ja graafisen suunnittelun projektit lyhyempiä. Viimeisen vuoden aikana on digitoitu Kulttuurien museossa Alaskan intiaanien esinekokoelmaa, Suomen Merimuseossa purjeveneiden valokuvia ja arkistomateriaalia, Suomen Postimuseossa on skannattu kuvia ja postimerkkejä ja loppuvuodesta aloitetaan vielä Kansallismuseon huonekalu- ja ryijykokoelman digitoiminen sekä Merimuseon esineiden digitoiminen.

Museodesign on tämän vuoden aikana taistanut Espoon kaupunginmuseon kokoelmapoliittisen ohjelman ja ”Intohimona keräily” –kirjan, joka liittyy parhaillaan saman nimiseen esillä olevaan Reitzin kokoelmia esittelevään –näyttelyyn. Museodesign on myös suunnitellut Espoon Glimsissä

sijaitsevan pienen näyttelytilan ulkoasun ja markkinointimateriaalin ”Rakkaimmat radiota –ja äänilevyt” –näyttelyyn sekä suunnitellut EkoVermo asuinalueita käsittelevät näyttelyplanssit.

Mikä on ollut mielenkiintoisin työtehtävä tähän mennessä? Entä vaativin? Entä pitkäkestoisin?

Mielenkiintoisin, vaativin ja pitkäkestoisin työtehtävä on ollut Kulttuurien museon itäkarjalaisten esineiden digitoiminen, sillä siinä projektissa pääsimme tekemään pienimuotoista esinetutkimusta ja ehdimme perehtyä esineisiin sekä olimme useita pätkiä Museoviraston keskusvarastolla valokuvaajan kanssa kuvaamassa näitä hienoja esineitä. Olisi hauska päästä joskus katomaan näitä itäkarjalaisia kyliä, joista esineet ovat peräisin. Luettelointitiedoissa oli mainittu usein talon tarkkuudella esineen alkuperäinen omistaja, joten nämä talon paikat olisi varmasti mahdollista löytää.

Mitä työ Museodesignissä vaatii?

Itse olen opiskellut taidehistoriaa, etnologiaa ja museologiaa Jyväskylän yliopistossa sekä mainosgraafikoksi Markkinointi-Instituutissa Helsingissä. Suurin osa työntekijöistäni on museoalan koulutuksen saaneita, pääaineenaan historia tai kansatiede tai antropologia.

Museotöissä museoalan koulutus ja työkokemus on ihan ehdotonta, koska ala on sen verran erityinen. On myös hyvä tuntee museoalaa ja sen ihmisiä. Yrittäjänä tarvitaan tietysti myös maalaisjärkeä, markkinoinnin osaamista ja halua tehdä tätä työtä. Graafikkona ei kannata taas toimia jos ei ole alan koulutusta, taitoa käyttää taitto- ja kuvakäsittelyohjelmia, ja ennen kaikkea, jos ei ole taitoa nähdä kuvaa.

Esinekuvaukset hoidetaan mikäli mahdollista alihankkijoilla, ammattivalokuvaajilla. Museodesign on käyttänyt valokuvaajana Museokuva Matti Huuhkaa, jolla on 30 vuoden kokemus

museoesineiden valokuvaamisesta, joten meillä ei ole omaa kuvauskalustoa. Meille riittää tietokone, jossa on tarvittavat taitto- ja kuvankäsittelyohjelmat.

Työntekijöitä etsin oman verkostoni kautta. Työkokemus ja luotettavuus sekä hyvä motivaatio työntekoon on aivan yhtä tärkeä kuin koulutuskin, ellei jopa tärkeämpi.

Teettekö suunnittelutöitä tai muuta toimeenkuvaanne kuuluvaa muillekin asiakkaille kuin museoille? Miten tällaisia asiakkaita saadaan?

Museo-, kuten muutkin työt tulevat yleensä tuttavaverkoston kautta tai kun olen käynyt kouluttamassa uusia digitoijia tai muutoin esitellyt toimintaani. En usko Museodesignin ryhtyvän keskittymään muihin asiakkaisiin kuin museoihin. Museoala on niin kiinnostava, että esim. pelkät graafisen alan työt eivät jaksaisi pitkään kiinnostaa.

Onko yrityksellä muita kuin suomalaisia asiakkaita tai mahdollisuuksia hankkia näitä?

Tilaukset ulkomailta eivät tunnu kovin realistisilta. Siinä varmasti myös kulut kasvaisivat, joten en usko että toiminta ulomailla olisi kannattavaa.

Kuinka Museodesign markkinoi itseään?

Paras markkinointikanava on puskaradio eli se että tekee hyvin työnsä ja sen jälkeen joku suosittelee eteenpäin eli tunnettuus auttaa. Tärkeää on myös helposti löytyvät nettisivut, jotka ovat ajan tasalla.

Mitkä ovat Museodesignin tulevaisuuden suunnitelmat?

Museodesign digitoi loppusyksyn ja ensi vuoden aikana Suomen Merimuseon ja Kansallismuseon kokoelmia sekä Postimuseon postimerkkejä sekä järjestellee Grafia ry:n taltioimaa mainosmateriaalia 30 vuoden ajalta. Lisäksi Museodesign taittaa arkkitehtitapahtuma Docomomon materiaalin.

Lisää Museodesignin projekteista on nähtävissä osoitteessa www.museodesign.fi