

Arto Lindholm (toim.)

# EI-KÄVIJÄSTÄ OSALLISEKSI

– Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU



ARTO LINDHOLM (TOIM.)

# **EI-KÄVIJÄSTÄ OSALLISEKSI**

— OSALLISTUMINEN, OSALLISTAMINEN JA  
OSALLISUUS KULTTUURIALALLA

Arto Lindholm (toim.)

Ei-kävijästä osalliseksi – Osallistuminen, osallistaminen ja  
osallisuus kulttuurialalla

Humanistinen ammattikorkeakoulu

© tekijät ja Humanistinen ammattikorkeakoulu

Kannen kuva ja muut piirroskuvat: Vilma Saarela

Ulkoasu ja taitto: Emilia Reponen

Verkko ISBN 978-952-456-219-5

Painettu ISBN 978-952-456-218-8

Verkko ISSN 2343-0672

Painettu ISSN 2343-0664



## Sisällys:

<b>1 Arto Lindholm: Johdanto .....</b>	<b>14</b>
1.1 Osallisuus yhteiskunnassa.....	16
1.2 Kulttuurilaitosten yleisötyö osallistamisen keinona.....	18
1.3 Joukkoistaminen osallistamisen keinona kulttuurialalla....	20
1.4 Omaehtoisen kulttuurin tuottaminen .....	21
1.5 Yleisön valikoituneisuus kulttuurialalla.....	24
1.6 Miksi kulttuurilaitosten pitäisi välittää yleisön valikoituneisuudesta? .....	26
1.7 Voiko yleisötyöllä osallistaa ei-kävijöitä? .....	29
1.8 Teoksen artikkelit .....	30
<b>2 Riie Heikkilä: Suomalainen maku ja kulttuurin kuluttamisen valikoituneisuus.....</b>	<b>33</b>
2.1 Kulttuurin kulutus ja yhteiskunnalliset hierarkiat .....	34
2.2 Aineistot ja menetelmät .....	37
2.3 Kulttuurinen aktiivisuus jatkoahaastatteluaineiston valossa.....	42
2.4 Lopuksi: onko kulttuurin kuluttaminen ylimääräistä luksusta? .....	50
<b>3 Jutta Virolainen: Kulttuuripoliittinen näkökulma osallistumiseen .....</b>	<b>54</b>
3.1 Osallistuminen ja osallistumattomuus.....	54
3.2 Osallisuus ja osallistaminen.....	56
3.3 Osallistuminen, osallisuus ja osallistumattomuus kulttuuripoliitikassa.....	57
3.4 Kulttuuriin osallistamisen tasomalli.....	60
3.5 Johtopäätökset .....	62
<b>4 Arto Lindholm: Ei-kävijät yleisötutkimusten läpivalaisussa .....</b>	<b>64</b>
4.1 Taide- ja kulttuurilaitosten kävijät ja ei-kävijät.....	66
4.2 Mielikuvat taidelaitoksista.....	68
4.3 Alueellisten kulttuurikeskusten erityispiirteet .....	70
<b>5 Minna Hautio: Osallistaminen taide- ja kulttuurihankkeissa.....</b>	<b>74</b>

5.1 Millaisia hankkeita on meneillään? .....	74
5.2 Millä tavoin hankkeet osallistavat? .....	78
5.3 Päivi Ruutiainen & Kaisa Suomela: Cascoland – julkinen tila kuuluu kaikille.....	84

## **6 Panu Mäenpää: Viisi askelta aitoon osallistumiseen kulttuurialalla ..... 88**

6.1 Tee kulttuurista nuorisotyötä nuorten ehdoilla .....	89
6.2 Tee kulttuuritapahtuma ensikertalaisille .....	91
6.3 Ole visionäärinen tapahtumajärjestäjä.....	92
6.4 Avaudu poteroista aitoon yhteistyöhön.....	93
6.5 Nojaa päätökset tutkimustietoon.....	94
6.6 Lopuksi .....	95

## **7 Jussi Linkola & Päivi Timonen: Uuden tekniikan mahdollisuudet osallistamisessa.....98**

7.1 Verkon kehityspolkuja .....	99
7.2 Osallistumisväyliä ja -tapoja .....	101
7.3 Osallistumisen tukeminen, verkkofasilitointi ja yhteisömanagerointi .....	103
7.4 Verkkonäkyvyys ja -läsnäolo, tapausesimerkkinä Kiasma....	103
7.5 Muita ajankohtaisia verkkopalveluja ja toimintamalleja ...	107
7.6 Lopuksi .....	109

## **8 Neljä ei-kävijöiden osallistamiskokeilua ..... 111**

8.1 Arto Lindholm: AfoPub .....	111
8.2 Marjo Eskola & Arto Lindholm: Käräyttäjäkaveri.....	116
8.3 Zita Kóbor-Laitinen: HELSign - osallisuus ja vaikuttaminen viittomakielisen yhteisön näkökulmasta .....	120
8.4 Sanna Sarva & Arto Lindholm: Taidepäivä miesvaltaiselle työpaikalle .....	131

## **9 Arto Lindholm: Johtopäätökset: voiko ei-kävijöitä osallistaa? ..... 136**

9.1 Osallistamisen nykyiset keinot .....	138
9.2 Osallistamisen ohjenuorat .....	140
9.3 Lopuksi .....	148

## **Lähteet..... 151**

## **Kirjoittajat ..... 169**





# Esipuhe

Tämä teos perustuu Humanistisen ammattikorkeakoulun (Humak) toteuttamaan ja opetus- ja kulttuuriministeriön tukemaan *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeeseen 2014–15. Hankkeessa Humak ja pääkaupunkiseudun alueelliset kulttuurikeskukset Stoa, Vuotalo, Kanneltalo ja Karatalo pyrkivät löytämään keinoja taiteen ja kulttuurin yleisöjen valikoituneisuuden lieventämiseksi.

Hankkeessa tutkittiin ensin laajahkolla satunnaisotostutkimuksella, keitä alueellisten kulttuurikeskusten epätodennäköisimmät yleisöt ovat ja millä edellytyksillä nämä ”ei-kävijät” tulisivat kulttuurikeskuksiin. Tämän jälkeen teimme kotimaisen ja kansainvälisen benchmarkkauksen, jossa läpivalaistiin hyviä uusien yleisöjen osallistamisen keinoja. Kolmannessa vaiheessa teimme ei-kävijöitä osallistavia konkreettisia kokeiluita ja lopuksi kokosimme saamamme tiedon yhteen. Tuo tieto on nyt tässä teoksessa.

Kysymys kulttuurin yleisöjen valikoituneisuudesta on erityisen ajankohtainen. Vastikään valmistunut Suomalainen maku -tutkimus osoittaa, että yhteiskunnan eliitin maku on Suomessa vielä enemmän korkeakulttuuriin painottunut kuin monissa muissa maissa. Kulttuurialalla on kuitenkin tehty vain vähän asioita yleisön valikoituneisuuden vähentämiseksi eikä tutkittua tietoa tehokkaista toimenpiteistä ole tähän asti ollut. Tämän teoksen perimmäinen tavoite on tuoda näkemyksemme osallistamisen keinoista ja ohjenuorista kulttuurialan keskusteluun.

*Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeen tutkimukset ja osallistamiskokeilut tehtiin pääkaupunkiseudulla. Tulokset ja johtopäätökset eivät kuitenkaan kerro osallistamisesta vain Helsingissä, vaan missä tahansa urbaanissa ympäristössä. Ei myöskään vaikuta siltä, että helsinkiläiset kulttuurilaitokset olisivat erilaisten kävijäryhmien osallistamisessa pidemmällä kuin Suomen muut kaupungit.

Tämän teoksen toimittajana ja *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeen vetäjänä kiitän opetus- ja kulttuuriministeriötä kaikesta tuesta sekä Kirsi Kaunisharjua ja Esa Pirnestä ohjauksesta. Iso kiitos kuuluu myös kulttuurikeskusten johtajille Antti Manniselle ja Riitta Aarniokoskelle sekä intendentti Johanna Vepsälle hyvästä ja kokeilunjanoisesta yhteistyöstä. Kiitos myös kulttuurituottajille Petra Hannukselle ja Marianne Marttilalle: kanssanne oli ilo työskennellä. Ilman työtoveriani Antti Pelttaria työ tuskin olisi edennyt – kiitos Antti. Lisäksi monet muutkin ovat myötävaikuttaneet

hankkeen ja teoksen työstämiseen eri rooleissa: Timo Cantell, Sergio Castrillón, Roxana Crisólogo Correa, Jaime Culebro, Marjo Haatainen, Sanna Heiniö, Nina Kahma, Natalia Kemppi, Emilia Laine, Tiina Laukkanen, Mira Lindholm, Nina Luostarinen, Daniel Malpica, Mirja Neuvonen, Rita Paqvalén, Timo Parkkola, Petr Potchinchtkhikov, Pinja Rosenberg, Petteri Räisänen, Jarmo Röksä, Monika Silander-Stolt, Jyrki Simovaara, Anu Soini, Leena Virkkumaa – kiitos teille kaikille. Lisäksi hankkeeseen on osallistunut isolla panoksella kymmeniä Humakin opiskelijoita, joita ilman tapahtumat ja tutkimukset eivät olisi olleet mahdollisia.

*Arto Lindholm & teoksen kirjoittajat*

## Kulttuurikeskuksen näkökulma:

### Käydä vai eikö käydä?

Helsinkiläiset kulttuurikeskukset, ns. aluetalot, tuottavat monipuolisia kulttuuripalveluita, joita käyttää suuri joukko ihmisiä. Kävijöiden määrä vaihtelee jonkin verran. Vuosittaista vaihtelua kävijöiden määrässä on yleensä enemmän kuin vaihtelua esitysten määrässä. Kävijät tekevät tilaisuuskohtaisesti valinnan, päättävätkö he lähteä vai eivät. Syitä ja taustoja erilaisille valinnoille on runsaasti. Mutta miksi meitä kiinnostavat ne, jotka eivät käy tilaisuuksissamme?

Kun kulttuurikeskusten toiminta rahoitetaan julkisista varoista, on tärkeää, että tilaisuuksissa käy väkeä ja mielellään monenlaista väkeä. Palveluiden ja toiminnan sisältöjen tulee kohdata yleisön tarpeet ja kiinnostaa siinä määrin, että ihmiset ylipäätään päättävät tulla. Muutenhan ei olisi mielekästä ylläpitää tällaista toimintaa.

Meillä kulttuuri-ihmisillä on vankka uskomus, että kulttuuriin ja taiteen saatavuus on sivistyneen yhteiskunnan keskeinen peruspilari ja että taiteen ja kulttuurin parissa saadut kokemukset ja elämykset ovat merkittävä elämänlaatua edistävä tekijä. Asian puolesta on myös tutkimustietoa. Tiedossani ei ole sellaista tutkimustietoa, jonka mukaan taiteen ja kulttuurin katsottaisiin heikentävän kokemusta elämänlaadusta. Olen sen vuoksi mitä vankimmin tämän kulttuuri-puolueen jäsen ja kannattaja!

Resurssit kulttuurialalla ovat niukat. Ilman yhteiskunnan merkittävää tukea kulttuurielämämme olisi vain varjo nykyisestä. Toki sama niukkuus tunnustetaan monilla muillakin julkisen rahoituksen piiriin kuuluvilla aloilla. Käymme jatkuvaa kilpailua ihmisten huomiosta, ajasta ja resurssista maailmassa, jossa kaikin tavoin kourkuttavia vapaa-ajan toimintoja on tarjolla enemmän kuin koskaan ennen ihmiskunnan historiassa.

Tehtävämme kulttuurialan edustajina ja palveluntuottajina on pitää huolta käytettävissä olevien resurssien kohdistamisesta siten, että arvokkaana pitämällemme toiminnalle on vastaanottajia, kävijöitä, nyt ja vastaisuudessa. Tämän motivaation herättämiseksi ja ylläpitämiseksi kulttuurilaitosten repertoaariin ovat kuuluneet monenlaiset yleisökasvatus- ja yleisötyöprojektit. Saman suuntauksen mukaisesti kulttuurikeskuksissa on haluttu madaltaa kävijöiden kynnystä saapua ja osallistua tilaisuuksiin, syventää heidän kokemustaan ja valmistella heitä taide-elämyksiin järjestämällä workshoppeja, taiteilijataapaamisia sekä tarjoamalla traditiosta poikkeavia tapoja kohdata ja kokea taidetta. Kursseja, taideopetusta ja työpajoja on tarjolla runsaasti ja erityisinä kohderyiminä näillä ovat lapset ja nuoret.

Osallistaminen on uusimpia yleisötyön suuntauksia. Ihan uusi keksintö se ei liene, mutta yhtenä kulttuurilaitosten toimintaan vaikuttavana suuntauksena osallistaminen on lyönyt itsensä läpi suorastaan hyökyäallon lailla. Voiko mikään vakavasti otettava kulttuurilaitos enää kertoa toiminnastaan mainitsematta uusimpia osallistamiseen tähtääviä toimintatapojaan? Voi myös olla, että osallistaminen etsii vielä suhdettaan kaikkeen muuhun toimintaan.

Ensimmäinen oma kokemukseni kulttuurilaitosten osallistamiskeskustelusta tapahtui vuonna 2005, kun osallistuin European Forum for the Arts and Heritage (EFAH) Budapestin kongressiin. Jo silloin käytiin kiivasta keskustelua osallistamisesta ja osallistumisesta argumentein ”osallistaminen tekee taiteesta amatöörien ja muiden puuhastelijoiden temmellyskentän” tai ”kaikilla tulee olla oikeus osallistua taiteen tekemiseen ja esittämiseen.” Keskustelu oli vilkasta ja muistutti silloin ainakin osittain nykyistä kotimaista puoltavaa ja vastustavaa argumentointia. Itse en halua nähdä osallistavaa toimintaa niinkään katsojan tai kävijän muuttumisena esiintyjäksi taitelijan rinnalle, vaan toimintana, joka tavalla tai toisella tukee taiteellisen prosessin suunnittelua tai tuotantoa sekä innostaa kävijäosallistujaa taiteen ja kulttuurin pariin.

On mielenkiintoista seurata tätä mielipiteiden vaihtoa. Osallistaminen ja osallistuminen on trendikästä. Usein sen puolesta puhuvat äänekkäimmin nuoremmat alan toimijat, sellaiset, joille sosiaalinen media ja maailmassa mukanaolo erilaisten IT-pohjaisten kommunikaatiokanavien kautta on luonteva osa arkea. Tämä on toki aivan liian yksioikoinen luokittelu, mutta väitän, että nuoremmille ikäpolville kaikenlainen vuorovaikutus ja osallistuminen on helpompaa ja tavalisempaa kuin esimerkiksi heidän vanhemmilleen. Kaikesta päätellen maailma on muuttunut.

Jos tarkastellaan osallistamista ei-kävijyyden suhteen, on vaikea uskoa sen autuaaksitekevyyteen ainakaan aikuisiällä. Siihen, käykö joku taide- ja kulttuurilaisuuksissa, vaikuttavat mitä suurimmassa määrin useat eri taustatekijät, kuten koulutus, ansiotaso, asuinpaikka ja harrastuneisuus, mutta myös vaikeammin määriteltävät kodin ja kasvatuksen muovaamat taustatekijät. Tämän vuoksi pidän erityisen tärkeänä, että osallistavaa toimintaa suunnataan erityisesti lapsille ja nuorille. Oman kokemukseni mukaan lapsena tai nuorena hankittu kokemus osallistumisesta taide- ja kulttuuritoimintaan rohkaisee jo nuorella iällä aktiiviseen kansalaisuuteen ja käynnistää eräänlaisen osallistumisen ketjun, jolla on positiivista vaikutusta vielä seuraavassakin sukupolvessa.

Taiteen ja kulttuurin laitoksilla on onneksi rajattomat mahdollisuudet uudistua! Jos osallistava toiminta edesauttaa tätä, se on hyvin tervetullutta. Osallistamisen suhteen ei liene yhtä totuutta, niin kuin ei yleensä elämässä muutenkaan.

*Antti Manninen, Kanneltalon ja Malmitalon johtaja*



# 1 Arto Lindholm

Johdanto

# 1 Arto Lindholm: Johdanto

Aktiiviseen elämäntapaan, omaehtoiseen toimintaan ja yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen kannustaminen ovat voimakkaita nyky-yhteiskunnan trendejä. Osallistamisen ajatukselta on tuskin välttynyt mikään yhteiskunnan osa-alue: osallistamisetos on työntynyt liiketalouteen, yhdyskuntasuunnitteluun ja yhteiskuntapolitiikan kaikille sektoreille, esimerkiksi ympäristö-, sosiaali- ja terveystalouteen. Osallistumis- ja vaikutusmahdollisuuksia on avattu niin paljon, että monet tutkijat ovat alkaneet puhua uudenlaisen kansalaisuuden syntymisestä. Ihmiset ovat kasvaneet alamaisuudesta, toiminnan kohteesta, uudella tavalla aktiivisiksi toimijoiksi. Vaikka osallisuus ja osallistaminen ovat vanhoja, meille kaikille perin tuttuja käsitteitä, niissä on jotain juuri tälle vuosikymmenelle ominaista (Bäcklund ym. 2002, 7).

Kulttuuripolitiikka ei ole muusta yhteiskunnasta erillinen saareke, vaan siihen kohdistuvat samat osallistamisvaikutukset ja passiivisten ihmisten aktivoimistarpeet kuin muuhunkin yhteiskuntapolitiikan sektoreihin. Kulttuuripolitiikassa on kuitenkin sille tyypillisiä jännitteitä: joudutaanko ihmisiä kosiskelemaan kulttuurin kuluttajiksi taiteen itseisarvon kustannuksella? Kohdistuvatko uudet osallistumismahdollisuudet niille yhteiskunnan eliitin jäsenille, jotka jo ovat kulttuurin suurkuluttajia? Onko ylipäänsä mielekästä yrittää osallistaa kulttuuriin ja taiteeseen niitä, joita taide ei kiinnosta?

Tämän teoksen ensisijainen tavoite on arvioida, miten kulttuuri ja taidelaitokset voivat osallistaa kaikkein epätodennäköisimpiä yleisöjään, niin kutsuttuja ei-kävijöitä, kulttuurin ja taiteen pariin. Kulttuurilaitokset ovat jo tehneet paljon avautuakseen seiniensä ulkopuolelle, mutta paine vielä suurempaan muutokseen vaikuttaisi voimistuvan. Toisaalta kaikki kulttuurilaitokset eivät ole ottaneet osallistamisen ideaa omakseen ja kysymme, pitäisikö edes? Eikö kulttuurilaitoksille riitä, että ne tuottavat laadukasta taidetta siitä kiinnostuneelle yleisölle ja salit ovat täydet? Jos näin on, miksi toimintaa pitäisi muuttaa osallistavampaan suuntaan?

Teoksen ensisijainen tavoite laajenee ja tarkentuu kysymyksiin, 1) mitä kulttuurilaitokset ovat jo tehneet uusien yleisöjen tavoittamiseksi Suomessa ja muissa maissa, 2) mitä tarkkaan ottaen tiedämme taiteen ja kulttuurin ei-kävijöistä, 3) mitä konkreettisia osallistamisen keinoja kannattaisi kokeilla kulttuurialalla ja 4) mitä asioita osallistamisessa tulisi ottaa huomioon, jotta myös epätodennäköisin taideyleisö pääsisi mukaan. Teos perustuu uusimpaan kulttuurin kulutuksen valikoituneisuutta koskevaan tutkimustietoon, Humanistisen ammattikorkeakoulun pitkään kokemukseen

kulttuurilaitosten yleisöjen tutkimisesta, kansainväliseen benchmarkkaukseen ja lukuisiin konkreettisiin osallistamiskokeiluihin.

Tämän teoksen keskeiset käsitteet ovat ei-kävijyys ja osallisuus. Osallistumisella ja osallistamisella on merkittävä näkökulmaero. Osallistaminen on tavallaan negatiivinen käsite: siihen sisältyy konnotaatio ylhäältä alaspäin katsomisesta. Jos taidelaitos sanoo osallistavansa, ihmiset näyttäytyvät haluttuun suuntaan ohjailtavana karjalaumana. Osallistuminen puolestaan kumpuaa ihmisistä itseltään ja luo positiivisen mielikuvan. Näistä mielikuvista huolimatta käytämme tässä teoksessa sanaa osallistaminen silloin, kun taidelaitos tarjoaa ihmisille osallistumismahdollisuuksia ja avautuu kansalaisyhteiskunnan suuntaan.

Ei-kävijyydestä on puhuttu kulttuurialalla viime vuosina melko paljon. Ei-kävijän käsite voidaan ymmärtää ainakin kahdella tavalla. Kulttuurin ja taiteen ei-kävijäksi voidaan lukea potentiaalinen yleisö, joka ei ole löytänyt tietään juuri tietyn taiteen tai tietyn taidelaitoksen pariin. Toinen vaihtoehto on rajata ei-kävijän käsite taiteeseen ylipäänsä negatiivisesti suhtautuvaan ja mahdollisimman epätodennäköiseen yleisöön. (Barbosa & Brito 2012, 17.) Tässä teoksessa ei-kävijästä puhutaan jälkimmäisessä merkityksessä.

Ei-kävijyyden käsite on toki myös kävijyyden kääntöpuoli: tutkimalla saituria tullaan saaneeksi tietoa myös tuhlarista. Tyypillinen ei-kävijä on epätyypillinen kävijä ja tyypillinen kävijä on epätyypillinen ei-kävijä. Ei-kävijästä tulee kävijä, kun hän alkaa käydä taide- ja kulttuuritapahtumissa. Käyminen tapahtumissa on kuitenkin vasta osallistumisen ensimmäinen porras: tarkastelemme myös sitä, miten ei-kävijästä voi nousta toimintaosallisuuden portaalle tai jopa valtautua päätöksentekijäksi. Kaikki osallistaminen ei tietenkään kohdistu ei-kävijöihin, vaan taide- ja kulttuurilaitokset voivat tarjota jo aktiivisille kävijöilleen uusia osallistumismahdollisuuksia ja valtaa päätöksenteossa. Tässä teoksessa käsittelemme myös näitä osallistamiskeinoja, mutta ei-kävijyyden näkökulmasta.

Kävijät ja ei-kävijät eivät ole koskaan tarkasti rajautuvia ryhmiä, vaikka ne määriteltäisiin millä tavalla tahansa. Kävijyys ja ei-kävijyys on pikemminkin jatkumo. Ainoastaan, jos kävijöitä ja ei-kävijöitä jaotellaan äärimmäisillä ominaisuuksilla, esimerkiksi korkeakoulutetut vs. kouluttamattomat, erotuvat ei-kävijät ja kävijät toisistaan selvästi. Tämän vuoksi tutkijat harvoin jaottelevat kulttuurilaitosten asiakkaita dikotomisesti kävijöihin ja ei-kävijöihin. Tavallisempaa on pyrkiä tunnistamaan ääripäiden väliltä eri tavalla sitoutuneita kävijäryhmiä, kuten vakituiset, satunnaiset, potentiaaliset ja epätodennäköiset kävijät (ks. Linko 1998, 22; Liukkonen 2004, 3; Rautio 2005, 11). Ei-kävijyyden tutkimuksesta kerromme luvussa 4.

## 1.1 Osallisuus yhteiskunnassa

Osallisuuden käsite viittaa yhtäältä kuulumiseen yhteiskuntaan tai yhteisöön ja toisaalta kysymykseen poliittisten yhteisöjen toimintatavoista (Bäcklund ym. 2002, 7). Kulttuuripoliitikassa on kyse siitä, keille kulttuuritarjonta suunnataan, keitä tuetaan, ketkä otetaan mukaan ja ketkä suljetaan pois, vaikka epätasa-arvoisuus ei olekaan kenenkään tietoinen tavoite. Ihmisten aktiivisempi osallistuminen yhteiskunnan toimintaan, kuten myös syrjään jäävien mukaan ottaminen (social inclusion), ovat yhteiskuntapoliittisia tavoitteita, joita on edistetty hallitusohjelmia myöten. Vuosina 1998–2001 oli käynnissä sisäministeriön koordinoima osallisuushanke, jonka lukuisissa projekteissa pyrittiin edistämään kuntalaisten ja kunnallisten päätöksentekijöiden vuorovaikutusta (Kettunen 2002, 19). Matti Vanhasen ensimmäinen hallitus (2003–2007) puolestaan käynnisti oikeusministeriön johdolla kansalaisvaikuttamisen politiikkaohjelman, jonka tarkoitus oli edistää aktiivista kansalaisuutta ja edustuksellisen demokratian toimivuutta. Osallisuuden edistäminen on tärkeä tavoite myös tämänhetkisessä Juha Sipilän hallituksen ohjelmassa (ks. Jutta Virolaisen artikkeli tässä teoksessa).

Jotkut tutkijat ovat alkaneet puhua aktiivisesta kansalaisuudesta, johon sisältyy ajatus sen vastinparista, passiivisesta kansalaisuudesta (mm. Harju 2003). Kaikki suomalaiset toki ovat juridisesti samanarvoisia, mutta kansalaisuus voidaan ajatella myös roolina, jota määrittää oma aktiivisuus, oikeuksien käyttäminen ja kansalaisvaikuttaminen. Runsaasti vaikutusmahdollisuuksiaan käyttävä on aktiivinen kansalainen, syrjään vetäytyvä taas sen vastakohta. Aktiivisuus voi olla mitä tahansa naapuriavusta suurten poliittisten kampanjoiden järjestämiseen. Myös kulttuurin kuluttajat voidaan tutkimuksen keinoin jakaa aktiivisiin ja passiivisiin, kulttuurisesti kaikkiruokaisiin ja kulttuurisesti rajoittuneisiin (ks. Riie Heikkilän artikkeli tässä teoksessa).

Jari Paldanius (1992) jakaa yhteiskunnalliseen päätöksentekoon osallistumisen 1) institutionaaliseen välilliseen osallistumiseen (vaikuttaminen puolueiden kautta), 2) institutionaaliseen suoraan osallistumiseen (esim. osallistava kaavoituspolitiikka) ja 3) omaehtoiseen suoraan osallistumiseen (vaikuttaminen kansalaisjärjestöjen ja -liikkeiden kautta, suora toiminta, elämäntapavaikuttaminen). Institutionaalisisessa osallistumisessa aloitteentekijä on julkinen valta tai elinkeinoelämä ja omaehtoisessa osallistumisessa kansalaiset itse tai kansalaisjärjestöt. Institutionaalinen osallistuminen on suoraa silloin, kun instituutio tarjoaa puitteet ja kanavat osallistumiselle, mutta itse osallistuminen vaatii kansalaisen omaa panosta toimintaan. Välillisellä institutionaalisisella osallistumisella Paldanius tarkoittaa parlamentaarista järjestelmää, jossa ihmiset ovat ”poliittisia toimijoita lähinnä vain äänestäessään tai osallistuessaan puolueiden ja etujärjestöjen toimintaan” (mt., 21).



Paldaniuksen jaottelu on edelleen käyttökelpoinen, kun tarkastellaan miten osallistumismahdollisuudet ovat muuttuneet. Äänestäminen on samanlaista kuin ennenkin, mutta viime vuosikymmeninä suoria institutionaalisia vaikutusmahdollisuuksia on huomattavasti lisätty. Kansalaiset voivat nykyään vaikuttaa muun muassa kaavoitukseen, kaupunkisuunnitteluun ja ympäristövaikutuksiltaan merkittäviin hankkeisiin. Nuori sukupolvi haluaa myös vaikuttaa asioiden kulkuun omaehtoisesti ilman välikäsiä esimerkiksi omilla elämäntapavalinnoillaan (Hellsten & Martikainen 2001).

Yksi esimerkki päätöksenteon avaamisesta tavallisille kansalaisille on osallistuva budjetointi, jossa ihmiset päättävät suoraan julkisen budjetin osan käytöstä. Suomeen osallistuva budjetointi on rantautunut vasta hiljattain, mutta esimerkiksi Iso-Britanniassa siitä on rohkaisevia kokemuksia (Communities... 2011). Osallistuva budjetointi on lisännyt sosiaalista koheesiota, antanut aitoja vaikutusmahdollisuuksia kansalaisille ja parantanut tiedonkulkua. Suomessa muun muassa Helsingin nuorisoasiainkeskus on kokeillut osallistuvaa budjetointia, jossa Kaakkois-Helsingin nuoret pääsivät päättämään alueen vapaa-ajan toiminnasta ja tarjonnasta (Ruuti 2013).

Kansalaisten poliittisten osallistumis- ja vaikutusmahdollisuuksien lisääminen on osa laajempaa hallintomentaliteetin muutosta. Asiantuntijavaltaista, ylhäältä alaspäin suuntautuvaa sääntelyä on purettu ja päätöksentekoa on avattu kansalaisyhteiskunnan suuntaan. Yksityiskohtaisia määräyksiä ja pakkoja on vähennetty, ja esimerkiksi ympäristöpolitiikassa luotetaan yhä enemmän yritysten itseohjautuvuuteen ja maanomistajien vapaaehtoiisiin suojelutoimiin. (Sairinen 2000.) Toisaalta viime vuosina kulttuurialalla ovat herättäneet suuttumusta muun muassa tiukentuneet alkoholilain tulkinnot, joiden mukaan edes piknik-henkisiin yleisötapahtumiin ei saa tuoda alkoholi juomia. Suomalaista hallintoa onkin pilkattu ”byrosraviaksi” ja ”sääntö-Suomeksi”, koska laintulkintojen tiukentuminen on ristiriidassa säännöstöä purkavan kehityksen kanssa.

Aktiivinen kansalaisuus ei kuitenkaan ole samanlaista kuin menneinä vuosikymmeninä. Kansalaisjärjestötoimintaan ei enää haluta sitoutua vuosikymmeniksi, vaan aktivisminkin on oltava hauskaa, lyhytaikaista ja ennen kaikkea helppoa (Lindholm 2005). Leo Stranius (2008) puhuu osuvasti kevytaktivismista, jonka keskustassa on yksittäinen ihminen järjestön sijasta. Kevyttä tällaisesta aktivismista tekee vähäinen sitoutuminen mihinkään muuhun kuin omiin periaatteisiin ja omiin sosiaalisiin tarpeisiin. Tyypillistä kevytaktivismia on klikktivismi (clicktivism), jolla viitataan vaikuttamiseen, tai sen tunteeseen, klikkailemalla netissä eri asioiden puolesta tai niitä vastaan.

Osallistumisessa yhteiskuntaan nähdään usein portaita, jotka nousevat kohti yhä merkityksellisempää tavallisen kansalaisen vallankäyttöä.

Pekka Kettunen (2002, 23) näkee osallistumisen ensimmäisenä portaana mielipiteen kysymisen ja astetta merkityksellisempänä osallistumisen keskusteluun esimerkiksi raadin jäsenenä. Erityisen merkityksellistä osallistuminen on silloin, kun kansalaiset voivat suoraan vaikuttaa julkisten yhteisöjen toimintaan ja äärimmäistä osallistumista se, että kaikki päätöksentekoa hyväksytetään kansalaisilla. Myös nuorisopolitiikassa viitataan usein ”osallistumisen portaisiin”, jossa alimmilla portailla on näennäisvaikuttaminen, sitten mielipiteen kysyminen nuorilta, seuraavaksi aikuisten johtama yhteissuunnittelu ja lopulta nuorten itsensä ehdoilla tehty toiminta (Stout 2010; Fletcher 2011). Ylimmälle portaalle voidaan sijoittaa myös nuorten *toimintaosallisuus*, jossa nuoret voivat esimerkiksi tehdä oman näytelmän: ohjata, käsikirjoittaa ja tuottaa sen sekä hakea hankkeelle rahoitusta nuorisotoimesta (Nuorten Laturi 2015). Jutta Virolainen hahmottaa artikkelissaan osallistumisen neliportaisina askelina. Ensimmäisellä portaalla on pelkkä oikeus osallistua, toisella kävijälle annetaan valmiita palveluita, kolmannella heidät otetaan mukaan suunnitteluun ja neljännellä päätöksentekoon.

## 1.2 Kulttuurilaitosten yleisötyö osallistamisen keinona

Kulttuurialalla osallistuminen on perinteisesti nähty ihmisten käymisenä kulttuuritapahtumissa katsojan roolissa, mihin myös sanat kävijä tai kunnioittavammin vierailija viittaavat. Monien kulttuuritapahtumien yhteydessä kuitenkin järjestetään yleisötyöprojekteja, joiden tarkoitus on antaa katsojalle rikkaampi, syvempi ja omiin tulkintoihin perustuva taidekokemus. Kulttuuritapahtuman kylkeen järjestetty työpaja on yleisötyön ehkä tavanomaisin muoto. Yleisötyötä ovat myös laitokseen tutustuminen, taiteilijavierailut ja esitysten jälkeen järjestettävät keskustelutilaisuudet. Lisäksi kulttuurilaitokset tekevät yleisötyötä tilojensa ulkopuolella, kuten päiväkodeissa, kouluissa, sairaaloissa, hoitokodeissa ja muissa julkisissa tiloissa. (Haatainen 2012; Sorjonen & Sivunen 2015, 11; Suomela 2015.)

Parhaimmillaan yleisötyö madaltaa osallistumisen kynnystä ja luo mielikuvan helposti lähestyttävästä organisaatiosta (Suomela 2015, 17). Nykyaikaisen yleisötyön tavoite on kaksisuuntainen vuorovaikutus siten, että myös kulttuurilaitos oppii yleisöltään ja uudistuu. Tämän vuoksi yleisötyön käsite (engl. audience development) on korvannut yleisön passiiviseksi sivistämisen kohteeksi jättävän *yleisökasvatuksen*. (Sorjonen & Sivunen 2015, 12.)

Yleisötyössä vaikuttaisi olevan vahvistumassa kaksi suuntausta: jalkautumistempaukset ja henkilökohtaisuuden painottuminen. Suomessakin on tehty paljon kulttuurilaitosten ulkopuolelle suuntautuvia jalkautumistempauksia.

Usein jalkautumistempaukset suunnataan jollekin erityisryhmälle, kuten päiväkodeihin tai palvelutaloihin. Viime aikoina erityisesti Helsingissä jalkautumisia on tehty keskustasta lähiöihin, mitä Helsingin kaupunki tukee tavoitellessaan tasapuolisempaa panostusta kulttuuriin eri alueiden välillä. Esimerkiksi *Reittejä Kontulaan* oli Kansallisteatterin kolmivuotinen hanke, jossa monin tavoin osallistettiin melko huonomaineisen lähiön asukkaita teatteritoimintaan. Uuden tanssin keskus Zodiak puolestaan järjesti *Minun nimeni on* -hankkeen, jossa jalkauduttiin useisiin Helsingin lähiöihin järjestämällä työpajoja, yhteisöllisiä tanssiesityksiä ja flash mob -tyyppisiä tempauksia. Nykyaikaisen taiteen museo Kiasma toteutti *Museo tulee kylään* -hankkeen, jonka ideana oli viedä taidemuseo yhteen Helsingin lähiöön, Kivikkoon, ja ”saavuttaa sellaisia ihmisiä, joiden elämään nykyaikainen taide ei juuri ole kuulunut” (Kiasma 2008). Turun filharmoninen orkesteri on sekin jalkautunut konserttitalolta kansan pariin kapakoihin, kauppakeskuksiin ja työpaikoille (Hirvonen 2009). Myös monet muut kulttuurilaitokset eri puolilla Suomea ovat tehneet vastaavia jalkautumistempauksia.

Henkilökohtaisuuden painottuminen ilmenee erilaisina yksilölliseen tarpeeseen perustuvina toimintoina. Näitä voidaan järjestää joko asiantuntijalähtöisesti tai vapaaehtoisten välityksellä. Viimeksi mainittuja ovat muun muassa kulttuuriluotsit, kulttuurikaverit, kulttuurikummit ja kulttuuriystävät. Näistä ehkä merkittävimmän huomion ovat saaneet kulttuurikaverit, joita on koulutettu Helsingissä ja Espoossa. Idea on, että kulttuurikaverin voi tilata itselleen tai sosiaalialan henkilökunta tilaa hänet asiakkaalleen. Kulttuurikaveritoiminta on suunnattu pääasiassa yksinäisille ikääntyneille, vammaisille tai mielenterveyskuntoutujille, joilla on iso kynnys lähteä tapahtumiin ilman apua (Aalto 2014; Helsingin Kaupunki 2015b). Kulttuuriluotsitoiminta on samantyyppistä kuin kulttuurikavereiden. Asiantuntijalähtöisiä henkilökohtaisia yleisötyöhankkeita ovat muun muassa Esityskunto-valmennus ja teatteritutorit. Esityskunto-valmennus on Joensuun kaupunginteatterin huumorisävytteinen hanke, jossa on mahdollisuus saada oma personal trainer ja tukiryhmä taidevastenmielisyyden voittamiseksi ja täten ”esityskunnon” kohentamiseksi.

Kulttuurilaitosten avautumista yleisöjensä suuntaan ei kuitenkaan pidä liioitella. Marjo Haatainen (2012, 26) arvioi, että Helsingin alueellisissa kulttuurikeskuksissa on perinteisesti riittänyt, että asiakas ostaa lipun ja tulee tapahtumaan. Haatainen järjesti kulttuurikeskus Stoaan asiakasraadin, jotta yleisö voisi suoraan vaikuttaa kulttuurikeskuksen ohjelmistoon. Hanke oli kulttuurikeskuksen uutta toimintatapaa pilotoiva hanke ja se onnistuikin varsin hyvin. Haatainen kuitenkin havaitsi, että asiakkaiden mielipiteillä ei vielä ole merkittävää vaikutusta kulttuurilaitosten ohjelmistosuunnitteluun eikä kansalaisosallistumista ole mahdollistettu kovinkaan systemaattisesti. Haataisen oma osallistamiskokeilu jäi sekin yksittäiseksi toimintatempaukseksi.

Ei myöskään ole selvää, haluaako koko taidekentän ydin osallistaa yhä uusia yleisöjä taiteen ytimeen. Taidekentällä on paljon pelkoja siitä, että asiantuntijuus ja siihen liittyvä valta joudutaan jakamaan kenen tahansa taidetta banalisoivan amatöörin kanssa. Tämä pelko kulkee käsi kädessä taiteen laadun vaarantumiseen liittyvän huolen kanssa: taiteen rikkauten pelätään laimentuvan, pelkistyvän ja köyhtyvän, jos sitä käsittelee kuka tahansa muu kuin alan ammattilainen. Toiset taas ovat sitä mieltä, että vaikka taidekenttä jakaisikin valtaansa, ei se merkitse professionalismista luopumista. (Kaitavuori 2009a.)

## 1.3 Joukkoistaminen osallistamisen keinona kulttuurialalla

Kulttuurialalla ovat parantuneet sekä institutionaaliset osallistumismahdollisuudet että mahdollisuudet tuottaa omaehtoista kulttuuria. Ainakin jotkut kulttuurilaitokset ovat alkaneet nähdä asiakkaansa pikemminkin aktiivisina sisällöntuottajina ja osallistujina kuin passiivisina tarjonnan vastaanottajina. Osallistuminen on yleensä vaikuttamista toiminnan sisältöihin, joten se on tärkeä osa kulttuurin tekijöiden ja kokijoiden vuorovaikutusta (Kettunen 2002, 20).

Kulttuurilaitosten mahdollisuudet ottaa asiakkaat mukaan sisällöntuotantoon kiinnittyvät usein joukkoistamisen (crowdsourcing) ajatukseen. Joukkoistamalla toimeksiantaja antaa rajatun tehtävän yhteisön ratkaistavaksi luottaen siihen, että joukkoäly tuottaa hyvän lopputuloksen. Joukkoistaminen voi olla itsetarkoitus, eräs osallistamisen ja sitouttamisen keino, tai joukkoistamalla voidaan tuottaa kustannustehokkaasti uudenlaisia innovaatioita ja tuotteita.

Moni voisi luulla, että oikeaa taidetta ei voi tehdä joukkoistamalla, mutta sen rajat eivät vaikuta heti tulevan vastaan. Esimerkiksi Savonlinnan Oopperajuhlat teki vuosina 2010–12 *Opera By You* -projektin, jossa kuka tahansa saattoi osallistua oopperan kirjoittamiseen, säveltämiseen, puvustamiseen ja lavastamiseen. Opera By You oli maailman ensimmäinen yhteisöllinen oopperaprojekti, ja siihen osallistui satoja amatöörejä. Hanke osoitti monille epäilijöille, että jos joukkoistamalla voidaan tehdä laadukasta oopperaa, voidaan sillä tehdä paljon muutakin.

Paljon on myös tehty. Olivian numero 2/2012 oli ensimmäinen joukkoistamista laajamittaisesti hyödyntänyt aikakauslehti Suomessa (Riitamaa 2012). Kenties tunnetuin joukkoistamalla tehty kulttuurituote on kuitenkin Iron Sky -elokuva, jossa hyödynnettiin tekijöiden itsensä luomaa joukkoistamisalustaa. Joukkoistamalla voidaan osallistaa myös markkinointiviestintään:

ihmisiä voidaan houkuttaa luomaan omaa mainosisältöä esimerkiksi mainosvideokilpailuilla (Salmenkivi & Nyman 2007, 239).

Yksi osa joukkoistamista on joukkorahoitus. Kuka tahansa voi ryhtyä taiteen taloudelliseksi tukijaksi, mesenaatiksi, pikkurahalla mesenaatti.me -sivuston kautta, ja päästä täten osalliseksi itselleen tärkeään hankkeeseen. Kuka tahansa voi niin ikään ryhtyä keräämään rahaa omalle hankkeelleen kotimaisen tai kansainvälisen joukkorahoituspalvelun avulla. Onnistumiseen joukkorahoituksen hankkimisessa on tehty myös toimiva opas (ks. Uusi-Kartano 2013).

Joukkoistamisen merkitystä ei kuitenkaan pidä liioitella. Se on pikemminkin mielenkiintoinen ja luultavasti vielä alikäytetty mahdollisuus kulttuurilaitoksille. Ainakaan *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeessamme emme havainneet, että yleisön osallistaminen kulttuurin sisältöjen tuottamiseen olisi ollut itsestään selvä tavoite alueellisille kulttuurikeskuksille. Monet joukkoistamistempaukset ovat olleet yksittäisiä toimintakokeiluita eikä monikaan niistä ole tuottanut pysyviä käytäntöjä kulttuurialalle.

## 1.4 Omaehtoisen kulttuurin tuottaminen

Joukkoistamisen lisäksi toinen osallistumisen voimakas trendi on omaehtoisen kaupunkikulttuurin tuottaminen – siis sellaisen kulttuurin, jota eivät tuota vakiintuneet kulttuurilaitokset eikä niillä ole välttämättä tuottajaa lainkaan. Minun ikäiseni viisikymppiset saattavat vielä muistaa 1970- ja 1980-luvun alkupuolen Helsingin varsin karuna kaupunkina, jossa iltaisin oli vain vähän tekemistä, vähän tapahtumia ja hyvin vähän mahdollisuuksia omaehtoiseen sisältötuotantoon. Helsingin yleisille muistutti pikemminkin itäblokin harmaata virastokaupunkia kuin elämää sykkivää läntistä pääkaupunkia. Yleisötapahtumia ja festivaaleja oli murto-osa nykyisestä ja ravintolaelämä oli paljon nykyistä säännellympää.

Helsingin urbaanin kulttuurin suuri murros sijoittuu vuoden 1985 paikkeille, jolloin alkoi juppiaikana tunnettu ajanjakso. Tuolloin avattiin legendaarinen ravintola Café Metropol ja ensimmäinen homoravintola Gay Gambriini, Radio City aloitti toimintansa ja City-lehteä alettiin jakaa tarkoin määrätylle kohderyhmälle. Café Metropoliin saattoi mennä ilman huonoa omaatuntoa arkenakin ja uusi keskiluokka muutoinkin vähät välitti 1970-luvun säännöistä ja ahdasmielisyydestä. (Isokangas ym. 2000; Ruoppila & Cantell 2000.) 1980-luvulla myös kaupungin ilme ja äänimaailma alkoivat muuttua: esimerkiksi katusoitto sallittiin ja ravintoloiden terassit alkoivat vallata kaupunkitilaa. Helsinki City Marathonin ja Taiteiden yön kaltaiset uudet tapahtumat värjäsivät kaupunkia ennennäkemättömällä tavalla. (Silvanto 2007, 12–13; Lindholm ym. 2011, 35.)

Murroksen taustalla oli hiljaa kytkenyt poliittinen liberalisoituminen, yhtenäiskulttuurin vaatimuksen höllentyminen ja väestön sinkkuuntuminen eli yksinasuvien määrän lisääntyminen. Lisäksi yleinen ilmapiiri alkoi muuttua yhä enemmän elämishakuiseksi. Saksalainen sosiologi Gerhard Schulze (1992) alkoi jopa puhua elämisyhteiskunnasta, koska ihmiset alkoivat arvottaa elämäänsä yksinkertaisella kaavalla: mitä enemmän elämyksiä, sitä rikkaampi elämä. Schulzen (mt.) mielestä ihmisistä oli tulossa impulsiivisia ärsykenarkomaaneja ja yhteiskuntaan syntyikin nopeasti ihmisille monenlaisia kokemuksia tarjoavat elämismarkkinat. Myös kulttuuriala oivalsi tämän ja alkoi tuottaa yhä enemmän moniaistisia, kuluttajakeskeisiä sekä hyvää fiilistä ja yhteisöllisyyttä tavoittelevia tapahtumia. Taiteellisen sisällön tuottaminen ei useinkaan enää riittänyt, vaan kulttuurituottajan oli ajateltava osallistujan tunneperäistä ja kokonaisvaltaista kokemusta. Nykyaikainen kulttuurituottaja antaa asiakkaalle yhteisöllisen, mutta samalla uniikin kokemuksen, jollaisia keräämällä ihminen voi erottautua massasta (mm. Halonen 2011, 8–10).

Uudelle vuosisadalle ja varsinkin 2010-luvulle tultaessa nouseva kaupunkikulttuuri alkoi yhä useammin kiertää vakiintuneet kulttuuri-instituutiot. Tällaisia uudenlaisia tapahtumia ovat muun muassa erilaiset teemapäivät (esim. ravintolapäivä, siivouspäivä), kaupunginosaliikkeiden tuottamat tapahtumat (esim. block partyt, katufestivaalit) ja kansalaisjärjestöjen semipoliittiset kaupunkitapahtumat (esim. lutkamarssit, street partyt, kriittiset pyörätapahtumat, pridet). Näiden tapahtumien tekijät ovat tyypillisesti itseorganisoituneita, oma-aloitteisia, sitoutumattomia, vapaaehtoisvoimin toimivia, litteää hierarkiaa toteuttavia, demokraattista toimintatapaa noudattavia, löyhän verkostomaisesti toimivia, yhdessä tekemiseen tähtääviä, idealistisia ja vähäisillä resursseilla pärjääviä (Opas kaupunkiaktivismiin 2014, 10). Kaupunginjohtaja Jussi Pajunenkin (2011) puhui ”kulttuurin uudesta kultakaudesta” ja ainutlaatuisesta muutoksesta viitatessaan kaupunkilaisten itse tuottamaan kulttuuriin. Kaupungin rooli onkin muuttunut yhä enemmän palveluiden tuottajasta omaehtoisen toiminnan mahdollistajaksi (Wahlberg 2012, 10).

Omaehtoisen kaupunkikulttuurin syntyminen ei olisi ollut mahdollista ilman sosiaalisen median läpimurtoa. Talkootyötä on perinteisesti tehty maaseutuympäristössä, mutta nyt vapaaehtoistyönä tuotetut tapahtumat ovat siirtyneet nuorelle sukupolvelle urbaaniin ympäristöön. Toisaalta sosiaalisen median ansiosta monet kohtalaisen isotkin tapahtumat saattavat olla yhden ainoan idearikkaan, innostuneen ja tarmokkaan ihmisen tuottamia. Esimerkiksi kulttuurituotannon opiskelija Tiina Takala ideoi Helsingin Kallioon hauskan pikadeittaustapahtuman, johon ilmoitautui muutamassa päivässä yli 800 osallistujaa (YLEX 2015). Takala järjesti ensimmäisen tapahtuman ravintola Café Mascotiin ja jatkoa on luvassa. Tapahtuman onnistumisen edellytys oli juuri amatöörimäisyys: jos järjestäjä olisi ollut jokin

vakiintunut organisaatio, se olisi luultavasti menettänyt hohtonsa ja epäönistunut. Tapahtumasta tuskin kuitenkaan tulee pitkäaikaista: yllättäville yleisötapahtumille on ominaista juuri tilapäisyys.

Toisinaan omaehtoinen tapahtumakulttuuri koettelee anarkistisuudessaan lainsäädännön rajoja. Esimerkiksi *Kaljakellunta* Vantaanjoella on tapahtuma, jota on kritisoitu roskaamisesta ja turvallisuusasioiden laiminlyönnistä. Käräjäoikeuden päätös vuonna 2009 kuitenkin linjasi, ettei Kaljakellunnalla ole vastuullista tuottajaa, vaan ihmiset löysivät paikalle kuulopuheisiin rinnastettavan nettikeskustelun kautta. Omaehtoista kaupunkikulttuuria voi toteuttaa myös yhdistystoiminnan kautta. *We Love Helsinki* asetti tavoitteekseen ottaa kaupunkitilaa haltuun yllättävien tapahtumien avulla ja muokata siitä kansalaisten ehdoilla toimiva olohuone. Yhteismaa on puolestaan yhdistys, jonka monenlaiset hankkeet tavoittelevat ”hauskempaa, vapaampaa, kestävämpää ja yhteisöllisempää kaupunkielämää” (Yhteismaa 2015). Yhteisöllisyyttä tavoittelevat hauskat tapahtumat eivät ole pelkästään urbaani ilmiö, vaan myös maaseutu voi elävöityä ennakkoluulottomien tapahtumien avulla (Mäkelä 2015).

Pohjimmiltaan omaehtoisen kaupunkikulttuurin nousussa lienee kyse ihmisten tarpeesta olla toistensa kanssa yhdessä, millä on jopa evolutionaarinen perustansa. Edellä kuvattu 1970-luvun Suomi oli massayhteiskunta, jossa ihmisten elämäntapa ja arvomaailma olivat suurin piirtein samanlaisia. Valtio asetti paljon nykyistä tiukemmat rajat ihmisten käyttäytymiselle ja toimelaisuudelle, mutta tarjosi turvalliset työpaikat ja ihmisuhteetkin olivat suhteellisen vakaita. Elämä voitiin kertoa johdonmukaisena tarinana, jonka jokainen vaihe oli välietappi täyttymykseen johtavalla tiellä (Bauman 1996).

Kun säännöstöä alettiin purkaa ja yhteiset arvot pirstaloituivat lukemattomiksi alakulttuureiksi ja ”heimoiksi”, alkoi yhteiskunta myös individualisoitua. Liberalismin murskavoitto kylmässä sodassa kiihdytti vapautumista valtion holhouksesta ja massayhteiskunnan arvoista. Suuret tarinat uskonnoista poliittisiin ideologioihin menettivät ison osan arvostaan. Samalla ihmisten epävarmuus kasvoi jopa siinä määrin, että sosiologit alkoivat puhua riskiyhteiskunnasta, jossa juuri mikään ei enää ollut varmaa: ei työpaikka, avioliitto eikä edes planeetan selviäminen ekologisesta kriisistä. Vapaus jostakin ei kuitenkaan vielä taannut vapautta johonkin. Ihmisillä on syvä, perimmäinen tarve olla toistensa kanssa ja tehdä asioita yhdessä, minkä vuoksi omaehtoisen kaupunkikulttuurin nousu voidaan nähdä vasta-reaktiona individualisoituneelle riskiyhteiskunnalle. Kaupunkitapahtumat toivat ihmiset uudella tavalla yhteen ja urbaaneissa kulttuuritapahtumissa yhteisöllisyys ja interaktio alkoivat olla tärkeämpiä kuin taiteellinen sisältö.

## 1.5 Yleisön valikoituneisuus kulttuurialalla

Kaikesta osallistamisetoksesta huolimatta kulttuurin yleisöt ja osallistujat ovat edelleen hyvinkin valikoitunut joukko. Humanistisen ammattikorkeakoulun tekemät lukuisat kävijätutkimukset kiistatta osoittavat, että keskikaupungilla asuvat naiset, keski-ikäiset, lapsettomat ja hyvin koulutetut käyttävät taide- ja kulttuuripalveluita paljon enemmän kuin laitakaupungilla asuvat, ammattimiehet tai vähän koulutetut nuoret miehet. Myös tulotaso, ammattiasema, ikä ja etninen tausta selittävät kulttuuripalveluiden käyttämistä, joskaan eivät yhtä yksiselitteisesti kuin koulutus, sukupuoli ja asuinalue. (Ks. luku 4.)

Sosiologit selittävät valikoituneisuuden johtuvan siitä, että ensin mainitut perivät ja hankkivat koulutuksen avulla enemmän nk. kulttuuripääomaa kuin viimeksi mainitut. Aihepiirin klassikotutkijan Pierre Bourdieun sanoma kiteytettynä on, että eliitti määrittelee mikä on hyvää makua, keskiluokka jäljittelee sitä ja alemmille luokille ei jää muuta mahdollisuutta kuin halveksua eliitin tapoja. (Ks. Riie Heikkilän artikkeli tässä teoksessa.) Halveksuminen voi ilmetä vaikkapa ”postmodernin tekotaiteen” kritiikkinä ja taideyleisöjen näkemisenä snobeina, kukkahattutäteinä ja punaviherhörhöinä (Lindholm ym. 2011, 60; luku 4 tässä teoksessa). Bourdieulaisittain tulkittuna tällaiset pejoratiiviset ilmaisut selittyvät sillä, että rahvaalta puuttuu kyky analysoida taidetta ja ymmärtää sen koodikieltä. Tällöin eliitin halveksuminen selittyy alimman makuluokan jäsenten ainoana puolustautumiskeinona. Mielenkiintoista on, että ei-kävijät saattavat suhtautua halveksuen taideyleisöihin, mutta itse taidelaitoksia kuitenkin pidetään tärkeinä ja ”hyvinä asioina” (luku 4; ks. myös Barbosa & Brito 2012, 23).

Väitteessä kulttuurin kulutuksen valikoituneisuudesta on yksi suuri pulma: miten määrittelemme kulttuurin kulutuksen? Tarkoitammeko sillä taide- ja kulttuurilaitosten tarjontaa ja kulttuuritapahtumia vai koko ihmisten elämäntapaa puutarhanhoidosta lätkän seuraamiseen ja mopon korjaamiseen – vai jotain tältä väliltä (ks. Virolainen 2015, 10)? Jos kulttuurin määritelmä rajataan vakiintuneiden taidelaitosten ja kulttuuri-instituutioiden (taidemuuseot, kulttuurikeskukset, konsertit, teatterit, tanssikeskukset, nykysirkus, ooppera, baletti, kirjastot jne.) tarjonnaksi, niin edellä kuvatut ”kovat” demografiset tekijät selittävät sen kulutusta voimakkaasti. Riie Heikkilä kuitenkin toteaa artikkelissaan, että itse kulttuurituotteiden määrä on lisääntynyt valtavasti. Ihmiset poimivat kaupungin elämystarjonnasta omiin yksilöllisiin elämäntapaprojekteihinsa sopivia osasia ja sukkuloivat jouhevasti kulutusviidakossa. Lisäksi Heikkilä huomauttaa, että on epäreilua työväenluokkaa kohtaan määrittellä kulttuuri vain ylä- ja keskiluokalle tyypillisiksi kulttuuriharrastuksiksi.

Jutta Virolainen puolestaan viittaa tutkimuksiin, joiden mukaan tyypilliset ei-kävijät saattavat olla aktiivisia sellaisessa kulttuurissa, joka ei ole



sidoksissa taide- ja kulttuurilaitoksiin. Onkin erittäin tärkeää ensin kertoa, mitä kulttuurilla ja taidella kulloinkin tarkoitetaan, ennen kuin ryhdytään puhumaan yleisön valikoituneisuudesta.

Riie Heikkilä kuvaa artikkelissaan kuinka yhteiskunnan eliitin kulttuurimaku on monipuolistunut: sosiaaliseen erottautumiseen ei enää riitä, että on kiinnostunut pelkästään korkeakulttuurista, vaan pitää kyetä keskustelemaan myös kevyestä musiikista, viihteestä ja jopa urheilusta. Heikkilä ei suinkaan näe kaikkiruokaistumista Bourdieun makuhierarkian kumouksena, vaan uutena distinktion välineenä: kulttuurituotteita arvioimaan kykenevä kaikkiruokainen kuluttaja erottautuu kulttuurisesti rajoittuneesta, yksipuolisesti ja vähän kulttuuria kuluttavasta tyypistä. Toisaalta on esitetty, että yleisesti hienona pidetty legitimi maku on Suomessa erityisen selvästi korkeakulttuuriin painottunut. Vaikka korkeasti koulutetun eliitin maku onkin monipuolisempi kuin vähemmän koulutettujen, erottautuu suomalainen eliitti muista yhteiskuntaluokista seuraamalla juuri korkeakulttuuria. Suomalainen maku-tutkimuksen tekijät pitivät tätä hyvin yllättävänä, koska tästä näkökulmasta suomalainen makuhierarkia muistuttaa Bourdieun tutkimaa 1960-luvun ranskalaista makua. (Purhonen ym. 2014, 411–412.) Joka tapauksessa on selvää, että Bourdieun teorioita kulttuuripääoman mukaan jäsentyvistä yhteiskunnallisista hierarkioista ei voi heittää historian romukoppaan ainakaan Suomessa.

Epätavallinen kävijä tuntee itsensä usein kiusaantuneeksi taidetapahtumassa. Bourdieun mielestä taidella on annettavaa lähinnä niille, joilla on kulttuurista kompetenssia lukea taidetta (Bourdieu 1992, 2). Epätavallinen kävijä tunnistaa itsekin kompetenssijattelun, minkä vuoksi kynnyksen kulttuuriin ja taiteen pariin tulemiselle on suuri. Alempien sosiaaliluokkien jäsenet eivät tunne taidelaitosten kirjoittamattomia sääntöjä eivätkä siksi koe olevansa niissä oikeassa paikassa (Kaitavuori 2009b). Näin tapahtuu siitäkin huolimatta, että kulttuurilaitokset ja erityisesti alueelliset kulttuurikeskukset ovat jo lähikohtaiselta ideologialtaan tarkoitettu jokaiselle.

Kulttuurilaitokset ovat aktiivisesti yrittäneet monipuolistaa yleisörakennettaan. Epätavillisia yleisöjä on yritetty osallistaa muun muassa edellä kuvatuilla jalkautumistempauksilla, asiakasraadeilla ja markkinoinnalla kulttuuritapahtumia epäortodoksisesti. Monet taidemuseot tarjoavat ilmaista sisäänpääsyä tiettyinä päivinä. Käytettävissämme on ristiriitaista tietoa siitä, muuttavatko ilmaisupäivät taidelaitosten yleisörakennetta. Belem Barrosan ja Pedro Briton (2012) tutkimuksen johtopäätös on, että avointen ovien epämuodolliset tapahtumapäivät tuovat runsaasti uusia kävijöitä taidemuseoihin. Humakin tutkimukset taas antavat aiheen päätellä, että ilmaisupäivät kyllä lisäävät kävijämääriä, mutta epätavillisten kävijöiden suhteellinen osuus ei lisääntynyt (Lindholm 2009; Lindholm ym. 2011). Ilmaispäivien todellinen riski onkin, että aktiiviset, maksukykyiset ihmiset tulevat

taidelaitoksiin ilmaiseksi. Jos juuri ei-kävijöitä halutaan saada mukaan, tulee kehitellä kokonaan uusia osallistamisen muotoja. Näitä esittelemme luvussa 8.

Bourdieuilainen makuteoria myös ärsyttää taidekentällä. Se koetaan hyökkäykseksi taidetta aidosti rakastavia ihmisiä vastaan, koska Bourdieulle taide näyttäytyy ainoastaan vallan ja erottautumisen välineenä. Taiteesta elämänsisältöä saavat ihmiset eivät voi hyväksyä, että taideharrastus olisi pelkkää oman identiteetin pönkittämistä ja erottautumista junttimaisina pidetyistä harrastuksista (ks. Karisto 1988). Taiteen harrastajat eivät sitä paitsi ole ainoita, jotka ovat suhtautuneet torjuvasti bourdieulaiseen luokkateoriaan kulttuurisista eliiteistä. Koko teoria näyttäytyy pohjoismaisen tasa-arvoideologian vastaisena. Pertti Alasuutari (2009, 81) muistuttaa, että eliiteistä puhuminen on suomalaisille arka asia, eikä se kuulu kansakunnan vaatimattomuuden hyveeseen. Tämän teoksen tavoitteena ei ole ratkaista, onko koko taidekenttä ja taiteen konventiot valheellinen maailma, jonka takana on todellisempi sosiaalinen maailma. Sen sijaan Bourdieun teorioita tukevat kiistattomat empiiriset havainnot on syytä ottaa vakavasti, kun mietitään kulttuurin yleisöjen valikoituneisuuden syitä.

## 1.6 Miksi kulttuurilaitosten pitäisi välittää yleisön valikoituneisuudesta?

Jos ei-kävijät olisivat satunnainen joukko ihmisiä, joita taide vain ei kiinnosta, koko kysymys ei-kävijyydestä olisi merkityksetön. Jokainen saa viettää vapaa-aikansa haluamallaan tavalla eikä ahkera kulttuurikävijä tietenkään ole kotona viihtyvää ihmistä arvokkaampi. Koska kulttuuri- ja taideyleisö kiistatta on valikoitunut, tulee ei-kävijyydestä saavutettavuuskysymys. Saavutettavuuden näkökulmasta on kysyttävä, miksi yleisö on valikoitunutta juuri tällä tavalla. Tekevätkö kulttuurilaitokset tietoisesti tai tahtomattaan jotain, mikä sulkee osan väestöstä kulttuuritarjonnan ulkopuolelle? Mikäli näin on, yleisön systemaattisen valikoituneisuuden lieventäminen on osa *sosiaalisen saavutettavuuden* parantamista. Sosiaalinen saavutettavuus on kunnossa silloin, kun kaikki väestöryhmät voivat nauttia taiteesta tasaveraisesti.

Kulttuuria ja taidetta tuetaan merkittävältä osaltaan julkisin varoin. Koska kulttuuri- ja taideyleisö on paremmin ansaitsevaa, paremmassa yhteiskunnallisessa olevaa, paremmin koulutettua ja urbaanimpaa väkeä kuin väestö keskimäärin, merkitsee kulttuurin tukeminen verovaroin tulonsiirtoa vähävaraisilta yhteiskunnan eliitille. Taiteen julkisen tuen kanavoituminen hyväosaisille on puhuttanut jo vuosikymmeniä (ks. Gronow 1976). Monet poliitikot ja blogikirjoittajat laskeskelevat, paljonko tarvitaan julkista tukea yhtä

opperassa käyntiä varten – ja laskelmat päätyvät usein 100–300 euroon. Oopperalipun tukemista onkin kutsuttu ilkkurisesti ”minkkiturkkiavustukseksi” (mm. Soininvaara 2008). Taide- ja kulttuuriväen olisi syytä huolehtia kansan tuesta, sillä mielipidekyselyjen mukaan kulttuuri on kansalaisten leikkauslistojen kärkipäässä (TS 2015). Jos taide olisi myös alempien sosiaaliluokkien ulottuvilla, olisi sen tukemista helpompi puolustaa.

Yleisötutkimusten mukaan monien taidelaitosten kävijäkunta on ikään-  
tynyttä – usein keskimäinen ikä on jopa yli 60 vuotta. Tällöin herää  
kysymys siitä, miten yleisöpohjan käy tulevaisuudessa kävijöiden enemmistön  
voimien hiipuessa. Humakin kokemuksen mukaan taidelaitokset eivät  
yleensä ole huolissaan nuorten ja nuorten aikuisten vähäisestä osuudesta.  
Ne luottavat siihen, että ihmiset vanhetessaan kasvavat, kypsyvät ja suorastaan  
sivilisoituvat kuluttamaan taidetta ja kulttuuria. Lisäksi yhteiskunnan koulu-  
tustaso nousee koko ajan, minkä vuoksi uusien yleisöjen kyky vastaanottaa  
taidetta paranee vuosi vuodelta ja ihmiset ovat yhä valmiimpia keskittymään  
romaaneihin, teatteriesityksiin ja klassiseen musiikkiin. (Parker 2008; Cantell  
& Lindholm 2011, 23–24.)

	Kohderyhmä	Toimintamuoto	Päämäärä
<b>Kulttuuriin osallistaminen</b>	Kaikkein epätodennäköisin yleisö (ei-kävijät)	Laitoksen ulkopuolelle suuntautunut yleisötyö (outreach)	Sosiaalinen
<b>Laajennettu markkinointi</b>	Potentiaalinen ja menetetty yleisö	Sama tuote, mutta houkuttelevampi tarjous	Taloudellinen, taiteellinen
<b>Maun kultivointi</b>	Olemassa oleva yleisö	Opastus uusiin taiteenlajeihin ja tyylisuuntiin	Taiteellinen, taloudellinen (ja koulutuksellinen)
<b>Yleisön kasvattaminen</b>	Olemassa oleva yleisö	Sama tuote, johon sisältyy laaja kasvatuksellinen elementti	Koulutuksellinen (ja taloudellinen)

**Taulukko 1.** Yleisötyön muodot

Vakavan vastaväitteen ihmisten sivilisoitumiselle kuitenkin esittää Bonita Kolb (2001). Hän osoittaa vakuuttavasti, että nykypäivän keski-ikäisistä yhä harvempi päätyy klassisen musiikin kuuntelijaksi. Jos havainto pätee myös muihin taiteenlajeihin, on kulttuurilaitosten osattava ennakoida yleisörakenteen muutos ennen romahdusta.

Kulttuurin yleisöjen valikoituneisuus on myös terveystieteellinen kysymys. Liikunnan tukemisen vahva argumentti on jo pitkään ollut, että liikunta kiistatta parantaa ihmisten terveyttä. Tämän vuoksi liikuntaan panostaminen on kansantaloudellisestikin järkevä sijoitus. Vasta viime aikoina on havaittu, että kulttuurin kuluttaminen parantaa terveyttä siinä missä liikuntakin. Tätä voi kutsua kulttuurin kuluttamisen ulkoisvaikutukseksi. Suomessa neurologian dosentti Markku T. Hyypä (2013) on ollut äänekkäimpiä kulttuurin positiivisten terveysvaikutusten esiinnostajia. Hyypän (2013, 10) mukaan kulttuuririennossa ahkerasti käyvä elää kaksi–kolme vuotta pidempään kuin ei-kävijä, kun kaikki muut elinikäen vaikuttavat tekijät suljetaan pois. Lisäksi kulttuuritoiminta parantaa elämänlaatua, lisää sosiaalista pääomaa, ihminen tuntee kuuluvansa itseään tukevaan yhteisöön, hän kokee saavuttavansa jotain merkittävää ja hänen itsetuntonsa vahvistuu. (Mt.; Liikanen 2010.)

Väite kulttuurin moninaisista terveysvaikutuksista tosin tarvitsee lisätutkimusta, sillä on vielä epävarmaa, pidentävätkö kaikki kulttuuririennot elämää ja mikä elämää pidentävä selittävä tekijä lopulta on. Joka tapauksessa ”kulttuurikuntoilun” levittämistä ei-kävijöihin voi nykyisen tiedon mukaan perustella kansantaloudellisesti ja -terveydellisesti kannattavana toimintana. Nykyinen terveystieteellinen saattaisi tukea kulttuurin terveysvaikutusten tunnistamista.

Valtionhallinnon tärkein taiteen ja kulttuurin rahoittaja on opetus- ja kulttuuriministeriö, jonka vuoteen 2020 ulottuvassa strategiassa painotetaan osallistumisen sekä osallisuuden edistämistä ja eri väestöryhmien tasavertaisia mahdollisuuksia (Opetusministeriö 2009, 11–17; 23–24). Petteri Räisänen (2014) on puolestaan selvittänyt, miten avustukset jakautuvat alueellisesti kaupungissa. Selvityksen mukaan kaupungin keskustan ulkopuolelle suuntautuva yleisötyö tulisi huomioida avustuksia myönnettäessä (mt., 23). Vaikuttaakin siltä, että julkinen tuki edellyttää taidelaitoksilta yhä sensitiivisempää suhtautumista epätyypillisiin yleisöihin ja vielä nykyistä laajamittaisempaa avautumista ympäröivään yhteiskuntaan.

## 1.7 Voiko yleisötyöllä osallistaa ei-kävijöitä?

Tämän teoksen tavoitteiden kannalta tärkeä kysymys on, tavoittavatko yleisötyötempaukset myös mahdollisimman epätodennäköisen yleisön eli niin kutsutut ei-kävijät? Ei-kävijöiden tavoittelemisen ei välttämättä ole

kulttuurilaitoksille mieluinen tehtävä, koska heidän suhtautumisensa korkeakulttuuriin saattaa olla suorastaan vihamielinen. Kulttuurilaitosten yleisötyön tekijöiden näkökulmasta on paljon mieluisampaa järjestää hankkeita innokkaan ja taidetta ainakin potentiaalisesti rakastavan yleisön kanssa.

Yksi yleisötyön tunnetuimmista tutkijoista on japanilainen Nabuko Kawashima. Hän jaottelee yleisötyön neljään osaan: 1) kulttuuriin osallistamiseen (cultural inclusion), 2) laajennettuun markkinointiin (extended marketing), 3) maun kultivointiin (taste cultivation) ja 4) yleisön kasvattamiseen (audience education). Näillä on erilaiset kohderyhmät, toimintamuodot ja päämäärät. (Kawashima 2000.)

Kawashiman jaottelu on mielenkiintoinen ja siihen viitataan usein kulttuurialalla. Kawashima näkee mahdollisimman epätodennäköisen yleisön osallistamisen ensisijaisesti sosiaalisena toimintana, ei taloudellisena, taiteellisena eikä edes kasvatuksellisenä työnä. Epätodennäköiseksi yleisöksi hän määrittelee etniset vähemmistöt ja pienituloiset ryhmät. Näitä ryhmiä tavoitellaan kulttuurilaitoksen ulkopuolelle suuntautuvilla (outreach) tempauksilla. Hankkeiden ei yleensä uskota lisäävän lippituloja eikä tuovan uusia yleisöjä kulttuurilaitoksiin lyhyellä tähtäimellä. Tavoitteena pikemminkin on, että ihmiset spontaanisti ja sattumalta saavat kosketuksen taidetapahtumiin, ja tämä herättää heidän mielenkiintonsa sekä saa heitä seuraamaan myös vakituksia esityksiä. (Kawashima 2000, 7–12.)

Hilppa Sorjonen ja Outi Sivunen (2015) pohtivat suomalaista yleisötyötä käsittelevässä tutkimuksessaan myös mahdollisuuksia tavoittaa ei-kävijöitä. Heidän tutkimuksensa perusteella ei-kävijöiden osallistaminen ei ole yleisötyön ensisijainen tavoite. Monet yleisötyön muodot itse asiassa sulkevat jo lähtökohdiltaan ei-kävijät ulkopuolelleen. Näin tapahtuu niissä hankkeissa, joihin yleisön tulee aktiivisesti hakeutua mukaan. Joihinkin hankkeisiin pääsevät mukaan vain innokkaimmat ja *parhaimmat* hakijat, millä varmistetaan projektin onnistuminen.

Sorjosen ja Sivusen johtopäätös on, että yleisötyö palvelee lähinnä taiteen ja kulttuurin aktiivisia harrastajia. Ei-kävijöiden mukaan saaminen on yleisötyön keinoin hankalaa: heitä on vaikea tavoittaa eivätkä tavoitetutkaan lopulta ole kiinnostuneita. (Sorjonen & Sivunen 2015, 64.) Yritys saada ei-kävijöistä kävijöitä on todettu kansainvälisessäkin kirjallisuudessa haasteelliseksi tehtäväksi, joka ei yleensä ole palkitsevaa (Barbosa & Brito 2012, 18). Parhaimmat mahdollisuudet ei-kävijöiden tavoittamiseksi saadaan taidelaitosten ulkopuolelle suuntautuville projekteilla, mutta tällöinkin on epäselvää, osallistuuko niihin ainoastaan tuon alueen jo aktiivinen taideyleisö. Taidelaitokset kuitenkin toivovat löytävänsä myös ei-kävijöitä osallistavia menetelmiä. (Sorjonen & Sivunen 2015, 95.)

## 1.8 Teoksen artikkelit

Riie Heikkilän artikkeli on tämän teoksen teoreettinen kivijalka. Se avaa uusinta tutkimusta suomalaisesta mausta ja siitä, miten kulttuurin kulutus Suomessa on valikoitunutta. Heikkilän lähtökohtana on, että maun kaikkiruokaistumista koskeva teoria itse asiassa tukee Bourdieun ajatusta hyvästä mausta sosiaalisen erottautumisen välineenä eikä suinkaan kumoa sitä. Kaikkiruokainen kulttuurin kuluttaja ei siis pidä kaikesta mahdollisesta, vaan kykenee valikoimaan ja arvottamaan mitä erilaisimpia kulttuurituotteita. Tähän yksipuolisesti tai niukasti kulttuuria kuluttava ei kykene.

Heikkilä kuvailee erilaisia kulttuurin ei-kävijöitä. Käymättömyyttä perustellaan usein järkisyillä: ei ole rahaa, ei ole aikaa, lapsiperheen arki on hankalaa, elämäntilanne on vaikea ja etäisyydet ovat pitkiä. Kaikki ei-kävijät eivät kuitenkaan selitä käymättömyyttä jollakin pulmalla, vaan suhtautuvat kulttuuriin joko välinpitämättömästi tai suorastaan vihamielisesti. Näin hahmottuu kolme erilaista ei-kävijää: 1) osallistumattomuuttaan valittavat, 2) välinpitämättömät passiiviset ja 3) vihamieliset passiiviset.

Jutta Virolaisen artikkeli käsittelee osallistumisen, osallisuuden ja osattomuuden käsitteitä eri näkökulmista. Artikkelin osoittaa, kuinka monitahoisesta käsitteestä osallistumisen muodoissa on kyse. On täysin eri asia, annetaanko kansalaiselle oikeus passiiviseen vastaanottamiseen, kysytäänkö hänen mielipidettään, tehdäänkö kansalaisten yhteisprojekteja vai osallistuuko hän päätöksentekoon valtautuneena toimijana. Virolaisen johtopäätös on, että kulttuuripolitiikassa tulisi tunnistaa erilaiset osallisuuden tasot eikä jakaa toimintaa dikotomisesti passiiviseen ja aktiiviseen.


Arto Lindholm kuvaa artikkelissaan, mitä Humakin tekemät lukuisat kävijätutkimukset kertovat taiteen ja kulttuurin yleisöistä pääkaupunkiseudulla. Tulokset ovat osin yllättäviäkin: erityisen merkittävä on tieto, että koulutus ja tulotaso eivät selitä lainkaan alueellisissa kulttuurikeskuksissa käymistä. Tulot, koulutus ja ammattiasema selittävät vahvasti keskustan kulttuuripalveluiden käyttämistä, mutta eivät niin suoraviivaisesti kuin usein uskotaan. Ei-kävijöiden mielikuvat taiteen kuluttajista saattavat olla suorastaan vihamielisiä, mutta taidelaitokset nähdään yleensä positiivisessa valossa.

Minna Hautio kuvaa opetus- ja kulttuuriministeriön rahoittamia hankkeita, joihin liittyy kansalaisia osallistavia näkökulmia. Haution johtopäätös on, että hankkeiden osallistavat menetelmät ovat vielä varsin totunnaisia, mutta oraita rohkeammillekin toimintakokeiluille jo on. Päivi Ruutiainen ja Kaisa Suomela esittelevät *Cascoland*-hankkeen amsterdamilaisessa lähiössä, johon on kasautunut paljon sosiaalisia ongelmia. Hankkeessa elävoitettiin lähiötä monin keinoin, jotka eivät suoraan liittyneet taiteeseen.

Kirjoittajat esittävät, että samalla tavalla voitaisiin luoda viihtyisyyttä ja yhteisöllisyyttä myös monissa suomalaisissa eriytyneissä lähiöissä.

Panu Mäenpää esittää artikkelissaan viisi ehdotusta aitoon osallistamiseen kulttuurialalla. Nämä ovat nuorisotyön tekeminen nuorten ehdoilla, tapahtumien suunnitteleminen ensikertalaisille, visionäärisyyteen kannustaminen, aito yhteistyö ja tutkimustietoon nojaaminen. Jussi Linkola ja Päivi Timonen kuvaavat uuden tekniikan tuomia osallistumismahdollisuuksia, pelillisyyttä ja verkkoläsnäoloa. Esimerkkitapaukseksi he nostavat nykytaiteen museo Kiasman, joka on erityisen ansiokkaasti hyödyntänyt uutta tekniikkaa osallistamisessa.

Konkreettisia osallistamiskokeiluita esitellään luvussa kahdeksan: Arto Lindholm kuvaa jalkautumisen itähelsinkiläisiin baareihin, Marjo Eskola ja Lindholm ”Käräyttäjäkaverikokeilun”, jossa kokenut kulttuurikaveri tuo ei-kävijän mukanaan kulttuuritapahtumaan. Zita Kóbor-Laitinen kirjoittaa HELsign-tapahtumasta, joka oli suunnattu sekä kuulevalle että kuurolle yleisölle. Sanna Saarelan ja Lindholmin artikkelissa kuvataan miesporukalle suunnatun taidepäivän onnistumista. Kaikista tutkimuksista, benchmarkauksista ja osallistamiskokeiluista tiivistetty tieto esitetään loppuluvussa osallistamisen ohjenuorina.



# 2 Riie Heikkilä

Suomalainen maku ja  
kulttuurin kuluttamisen  
valikoituneisuus



## 2 Riie Heikkilä: Suomalainen maku ja kulttuurin kuluttamisen valikoituneisuus

Yhteiskuntatieteilijät ovat tienneet jo pitkään, että kulttuurinen aktiivisuus yhdistyy lukuisiin positiivisiin ilmiöihin: hyvään terveyteen, pitkään elinikään, korkeaan koulutustasoon, parempiin tuloihin sekä sosiaaliseen hyvinvointiin ja yhteisöllisyyteen. Sama pätee tietenkin myös toisinpäin: heikoimmassa asemassa olevat ryhmät ovat passiivisimpia kulttuurin kuluttajia. Siinä missä aktiivisten profiili tunnetaan suhteellisen hyvin, kulttuurielämään osallistumattomat ovat usein hahmottomampi ryhmä (vrt. Virolainen 2015). Tässä artikkelissa tarkoitukseni onkin selvittää, syntyykö 2000-luvun Suomessa selkeitä jakolinjoja kulttuurin kuluttamisen suhteen. Jos syntyy, millaiset sosiaaliset ryhmät ovat aktiivisia tai passiivisia milläkin mittareilla? Mitkä tekijät mahdollisesti vahvistavat tai heikentävät yksilön kulttuurista osallistumista?

Artikkelini liittyy Helsingin yliopistossa toimineeseen *Kulttuurinen pääoma ja sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa* -hankkeeseen. Keräsimme pilottitutkimuksena toimineen ryhmähaastatteluaineiston, kansallisesti edustavan kyselyaineiston ja lopuksi kyselyaineiston vastaajista poimitun jatkohaastatteluaineiston. Tavoitteenamme oli hahmottaa, kuinka suomalaiset elämäntyyliä ja kulttuurin kulutus jakautuvat yhteiskuntaluokittain, onko korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välillä selkeää rajaa ja mitä kulttuuripääoma ja ”legitiimi maku” 2000-luvun Suomessa merkitsevät. Halusimme selvittää myös, voidaanko Suomessa puhua kulttuurisesta eriytymisestä tai eriarvoisuudesta vai ovatko kaikki suomalaiset tasaisesti kulttuuria kuluttavaa keskiluokkaa.

Tarkastelimme suomalaisten kulttuurin kulutusta ja makua erityisesti ranskalais sosiologi Pierre Bourdieun (1930–2002) hengessä. Bourdieun keskeisiin käsitteisiin tämän artikkelin kannalta kuuluu *distinktio*, jatkuvasti käynnissä oleva sosiaalinen erottautumiskamppailu. Bourdieun mukaan kaikissa yhteisöissä syntyy aina hierarkioita, joita todennetaan erilaisin kulttuurista ja historiallisesta ajankohdasta riippuvien elämäntyyliävalinnoin. Kulttuurin kulutus monien arkipäivien kulutusvalintojen ohella on olennainen osa näitä erottautumisstrategioita.

Kulttuurinen maku on tärkeä osa elämäntyyliä ja sosiaalista erottautumista. Maku edustaa Bourdieun teoriassa keskeistä symbolista vallankäyttöä: sillä vedetään tehokkaita rajoja ihmisryhmien välille. Yläluokan makua pidetään legitimiinä tai itseoikeutettuna. Keskiluokka matkii yläluokan ”hienostunutta” makua onnistumatta siinä koskaan täydellisesti ja tulee samalla tunnustaneeksi asemansa hierarkiassa. Työväenluokka puolestaan valitsee välttämättömän eli sen, mihin taloudellisten puitteiden ja tietämyksensä varassa kykenee. Maku on tehokas ase juuri näennäisen luonnollisuutensa vuoksi. Vanhan sanonnan mukaan ”makuasioista ei voi kiistellä”: makuarvostelmat ovat niin sisäistettyjä ja ruumiillistettuja sekä moraalien ja arvojen kanssa limittyviä, että niitä on vaikeaa kyseenalaistaa. Bourdieu tiivistää, että ”erilaisia elämäntyyliä kohtaan koettu aversio on epäilyksettä yksi suurimmista raja-aidoista yhteiskuntaluokkien välillä” (Bourdieu 1979, 60).

Maku liittyy keskeisesti kulttuurisen pääoman käsitteeseen. Bourdieun mukaan ihmisillä on vaihtelevat määrät taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista pääomaa. Taloudellisella pääomalla hän viittaa rahan tai rahaksi vaihdettavaan omaisuuteen, sosiaalisella pääomalla suhteisiin ja erilaisia sosiaalisia verkostoja ja hierarkioita ylläpitäviin rakenteisiin. Kulttuurinen pääoma yhdistetään yleisimmin koulutukseen ja yksilön korkeakulttuuriseen osallistumiseen, vaikka Bourdieun oma tulkinta kulttuurisesta pääomasta vaihteli vuosien mittaan (ks. esim. Lamont & Lareau 1988). Yhdysvaltalaiset sosiologit Michèle Lamont ja Annette Lareau huomauttavat, että kulttuurinen maku ja elämäntyyli näyttävät vielä Bourdieun 1970-luvun kirjoituksissa (ks. esim. Bourdieu & Passeron 1964 sekä Bourdieu & Passeron 1990) pikemminkin luokkasamaistumisena kuin varsinaisena kulttuurisen pääoman merkinä (Lamont & Lareau 1988, 155), ja vasta *Distinction*-teoksen myötä maku on keskeinen osa kulttuurista pääomaa. Lamont ja Lareau itse määrittelevät kulttuurisen pääoman institutionalisoiduiksi statussymboleiksi, käytännöiksi tai tiedoiksi, joiden avulla tehdään symbolisia rajanvetoja (1988, 156).

Tämä voi viitata niin koulutusjärjestelmän legitimoimisiin (korkea)kulttuurin tuotteisiin, esimerkiksi oopperaan tai balettiin, kuin arvokkaina pidettyihin kulutushyödykkeisiin tai elämäntyyliävalintoihin, vaikkapa viiniharrastukseen. Kulttuurinen pääoma on avainasemassa myös kulttuurin konkreettisen kuluttamisen kannalta.

## 2.1 Kulttuurin kulutus ja yhteiskunnalliset hierarkiat

Kirjallisuudessa vallitsee laaja yksimielisyys siitä että kulttuurin kulutus – samoin kuin kulttuurin tuntemus ja mielipiteet hyvästä tai huonosta mausta – on suoraan yhteydessä yhteiskuntien sosiaaliseen kerrostuneisuuteen ja hierarkioihin. Siitä, kuinka tämä hierarkia toimii, on kuitenkin olemassa lukuisia erilaisia näkemyksiä. Esittelen näistä kolme keskeisintä: bourdieulaisen homologiatesin, yksilöllistymisteesin sekä viime vuosikymmeninä keskusteluun nousseen ajatuksen kulttuurisista omnivoreista.

Bourdieun tunnetun homologiatesin mukaan henkilön makumieltymykset ovat johdonmukaisia eri kulttuurinalueilla. Oopperasta ja jazzkonserteista pitävä ihminen pitää todennäköisesti näytelmistä ja runoudesta, kun taas rock- tai iskelmäkonsertissa kävijä valitsisi todennäköisimmin luettavakseen trillereitä tai kevyttä romantiikkaa (vrt. Bourdieu 1979). Bourdieuun mukaan maku on niin kiinteästi sidoksissa yksilöihin että se ”muuntaa objektiivisesti luokitellut käytännöt [...] luokitteleviksi käytännöiksi eli luokka-aseman symbolisiksi ilmaisuiksi” (Bourdieu 1979, 195). Bourdieuun ajatusmallia kritisoidaan usein siitä, että yksilöiden maku näyttäytyy hänen teoriassaan varsin yksioikoisena, luokka-aseman mukana automaattisesti tulevana viitekehystenä. Varsinkin työväenluokan hahmo näyttäytyy hänen teoriassaan liioittelun passiivisena ja valmiina ottamaan vastaan, mitä muilta jää yli. Useiden kriitikoiden mukaan Bourdieun teoria sopi parhaiten aikansa 1960-luvun Ranskaan ja on auttamattoman vanhentunut kuvaamaan 2000-luvun yksilöllistyneitä, läpeensä kaupallistuneita yhteiskuntia.

Vuosituhanneen vaihteen häämöttäessä monet sosiologit alkoivatkin esittää uudenlaista, yksilökeskeisempää näkemystä kulttuurin kulutuksen hierarkioihin. Sen mukaan kulttuurintuotteiden määrä on lisääntynyt niin valtavasti ja yhteiskunta muuttunut kaikkiaan niin kulutuskeskeiseksi, että kulttuurin kulutus liittyykin yksilön yhteiskunnallisen aseman sijaan ennen kaikkea hänen henkilökohtaiseen elämänprojektiinsa. Projektiin valitaan sopivia palasia sieltä täältä sekä luodaan omaa yksilöllistä makua ja identiteettiä homologiatesin ohii. (Ks. esim. Giddens 1990; Beck 1992.) Erityiseksi Bourdieun vastääneksi ja yksilöllistymisteesin saarnamieheksi on Ranskassa noussut Bernard Lahire, joka esittää että makuprofiilit ovat läpeensä yksilöllisiä. Kulttuurin kulutusta luonnehtivat yhteiskuntaluokan sijaan pikemminkin ammatin, perhe-jaystäväpiirinsekäsukupuolenkaltaiset tekijät. Lahiretodistaa Bourdieun *Distinction*-teosta simuloivan massiivisen tutkimuksensa avulla, että lähes kaikilla ihmisillä on enemmän tai vähemmän epäjohdonmukainen eli ”dissonantti” makuprofiili – sama ihminen voi siis surutta pitää sekä oopperasta että popista tai katsoa Bergmanin klassikkoelokuvia siinä missä spaghettiwesternejäkin. Puhtaan johdonmukaisia eli Lahiren termein

”konsonantteja” profiileja, joko legitiimejä tai populaareja, oli koko hänen aineistossaan vähän. Korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin yhdistely on eräänlainen kulttuurista tietämystä vaativa taitolaji. Lahire puhuukin ”toisen asteen nautinnosta” (*le plaisir du second degré*) kuvaillessaan ironista asennetta, jonka turvin keskiluokka esimerkiksi viihtyy karaokesaleissa tai nauruskelee surkeille komedioille. (Lahire 2004.)

Kolmas näkemys kulttuurin kulutuksen ja sosiaalisen kerrostuneisuuden välisistä yhteyksistä on viime vuosina virinnyt keskustelu ”omnivoreista”. Termi ”omnivorismi” viittaa sananmukaisesti henkilön kulttuuriseen kaikkiruokaisuuteen tai makumieltymysten laaja-alaisuuteen. Omnivore-keskustelun päälinjoja on, että korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välinen raja ei varsinaisesti katoa, vaan pikemminkin aikaisemmin ylempiin sosiaalisiin ryhmiin kuuluva, lähes pelkkää korkeakulttuuria kuluttanut ryhmä laventaa makuaan myös populaarin kulttuurin suuntaan. Ensimmäiset kaikkiruokaisuustutkimukset koskivat musiikkia (Peterson 1992), mutta sittemmin ylempien sosiaalisten ryhmien maun laajenemisketitys on todettu lukuisilla muilla kulttuurin kentillä ympäri maailmaa, mm. Espanjassa (López-Sintas & García-Álvarez 2002), Ranskassa (Coulangeon & Lemel 2007), Yhdysvalloissa (García-Álvarez ym. 2007), Englannissa (Chan & Goldthorpe 2007) ja Suomessa (Purhonen ym. 2009). Tutkimusten pääasiallinen johtopäätös on ollut, että ylemissä yhteiskuntaluokissa makuprofiilit ja kulttuurin kulutuksen mallit yhdistelevät kulttuurintuotteita sekä ”korkealta” että ”matalalta” eli ovat pikemminkin kaikkiruokaisia kuin perinteisen korkeakulttuurin puoleen painottuvia. Myös lukuisat yhteiskunnalliset ja rakenteelliset muutokset selittävät korkeakulttuuria kuluttavan snobin vähittäistä muutosta kaikkiruokaiseksi: elintaso ja koulutusaste ovat nousseet kaikissa länsimaissa, taiteen kenttä on pirstoutunut ja popularisoitunut sekä yleinen arvomaailma avartunut ja liberaalistunut. Avarakatseinen ja suvaitsevainen kulttuurin kuluttaja istuu hyvin uudenlaiseen liikkuvaan, palveluihin ja tietotyöhön kallistuvaan työelämään, jossa kuuluu olla avoin ja poliittisesti korrekki (Coulangeon & Lemel 2007).

Missään nimessä kaikkiruokaisuuden ei kuitenkaan voida tulkita tarkoittavan sitä, että omnivori pitäisi kaikesta mahdollisesta. Pikemminkin kaikkiruokainen kulttuurin kuluttaja osaa arvostaa lukuisia erilaisia kulttuurintuotteita ja valikoida niistä mieleisensä (Lizardo & Skiles 2012) tekemällä eron niihin, joiden maku on yksipuolinen tai joiden kulttuurin kulutus on olematonta. Kaikkiruokaisuus on siis erottautumista, Bourdieun sanoin distinktiota, parhaimmillaan.

Kaikkiruokaisen ja aktiivisen ”omnivoren” vastakohta onkin ”univore” (Chan & Goldthorpe 2007), kulttuuria yksipuolisesti ja vain vähän kuluttava hahmo. Erilaisten painotusten mukaan kulttuurisesti epäaktiivisia on luonnehdittu myös ”epäaktiivisiksi” (López-Sintas & García-Álvarez 2002), kulttuurisesti

”rajoittuneiksi” (García-Álvarez ym. 2007) tai suoraan passiiviseksi (López-Sintas & Katz-Gerro 2005; Katz-Gerro & Jaeger 2013). Lähdän aineiston ja menetelmien esittelyn jälkeen etsimään näitä kulttuurisesti aktiivisia ja passiivisia – sekä heidän välimuotojaan – aineistosta.

## 2.2 Aineistot ja menetelmät

*Kulttuurinen pääoma ja sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa* -hankkeessa kerättiin yhteensä kolmenlaista aineistoa: fokusryhmähaastatteluai-  
neisto, kyselyaineisto sekä jatkohaastatteluai-  
neisto. Aloitimme aineistonkeruun  
fokusryhmähaastattelulla, joiden tarkoituksena oli selvittää, millä äänenpainoilla  
ja termeillä kulttuurista ja vapaa-ajasta puhuttiin ja minkälaisia kulttuurintuot-  
teita ihmiset mainitsivat suosikeikseen tai inhokeikseen. Fokusryhmähaastattelut  
kestivät noin puolitoista tuntia. Niiden aikana käsiteltiin harrastuksia sekä kahta  
sattumanvaraisesti valittua kulttuurialuetta yhteensä seitsemästä (elokuvat,  
musiikki, kuvataide, TV, lukeminen, syöminen, pukeutuminen). Lisäksi käsitel-  
tiin erilaisissa tapahtumissa käymistä sekä laajemmin hyvää ja huonoa makua.  
Pelkästään fokusryhmähaastatteluja on käsitelty laajastikin (ks. esim. Heikkilä  
2008; Heikkilä & Kahma 2008; Heikkilä 2011).

Kyselylomaketta suunniteltiin paitsi fokusryhmähaastatteluiden valossa, myös  
vuonna 2003 Manchester Universityssä ja Open Universityssä aloittaneen  
*Cultural Capital and Social Exclusion* -hankkeen kyselylomaketta silmällä  
pitäen, sillä tarkoituksemme oli pystyä tekemään kansainvälisiä vertailuja (ks.  
esim. Bennett ym. 2009, Purhonen & Wright 2013 sekä Wright ym. 2013).  
Kansallisesti edustavan ”Kulttuuri ja vapaa-aika Suomessa 2007” -kyselyaineis-  
ton (n=1388) toteutti Tilastokeskus. Kyselyaineistoon vastanneista poimittiin  
vielä yhteensä 28 jatkohaastattelumahdollisuuteen myönteisesti vastannutta,  
joita haastateltiin heidän omassa kodeissaan. Puolistrukturoidut jatkohaastat-  
telut kestivät tunnin tai pari, ja niiden aikana käytiin summittaisesti läpi kysely-  
lomake sekä käsiteltiin muuten laajasti ja vapaahkosti haastateltavien elämää,  
perhesuhteita, kotia ja kulttuurin kulutusta. Jatkohaastatteluai-  
neistoon kuuluivat lisäksi vielä henkilön kodin sisältä ja ulkopuolelta otetut valokuvat,  
muistinvarainen pohjapiirustus kodista sekä haastattelumuistiinpanot, joista  
jalostettiin kunkin haastateltavan osalta laajat yksilökuvaukset.

Käytän tässä artikkelissa ainoastaan hankkeen piirissä kerättyä kyselyai-  
neistoa ja jatkohaastatteluai-  
neistoa. Esittelemäni taulukot esiintyvät sellai-  
senaan teoksessamme *Suomalainen maku* (Purhonen ym. 2014, 254–256).  
Tätä artikkelia varten olen lisäksi lähilukenuit ja tyypiteltyt tarkemmin jat-  
kohaastatteluai-  
neistoa. Edellä esitettyä tarkempi aineistojenkeruuraportti  
molempien aineistotyyppien osalta löytyy erillisenä liitteenä kirjasta (mt.,  
423–430). Aineisto on anonymisoitu asianmukaisesti.

## Kulttuurinen aktiivisuus kyselyaineiston valossa

Tutkimushankkeen kyselyssä vastaajilta kysyttiin, kuinka usein tai harvoin he käyvät yhteensä neljässätoista eri (kulttuuri)tapahtumassa tai ajanviettopaikassa. Vastausvaihtoehdot olivat ”vähintään muutamia kertoja vuodessa”, ”harvemmin” tai ”ei koskaan”. Perusjakaumat käyvät ilmi taulukosta 2. Yli puolet vastaajista käy illallisravintolassa tai pubissa useita kertoja vuodessa. Elokuviissa käydään melkein yhtä usein, kun taas esimerkiksi klassisen musiikin konserteissa, musikaaleissa, jazz-konserteissa, oopperoissa ja bingossa aktiiviset kävijät ovat arvattavasti harvemmassa. Bingossa aktiivisesti käyviä on kaikkein vähiten ja tulevaisuudessa bingon pelaaminen tulee varmasti vähenemään entisestään bingohallien harventuessa.

Taulukon 2 kenties yllättävin tieto on, että ”ei käy koskaan” -ryhmä on kysytystä tapahtumasta riippumatta melko suuri. Vaikka 54 prosenttia vastaajista käy illallisravintoloissa ja 51 prosenttia pubeissa vähintään muutamia kertoja vuodessa, noin joka kuudes vastaaja ei käy illallisravintoloissa ja joka neljäs pubeissa milloinkaan. Perinteisen korkeakulttuurin aktiivinen harrastaminen näyttää vähäiseltä: klassisen musiikin konserttien, jazz-konserttien ja oopperan suhteen täysin passiivisia (”ei käy koskaan”) on myös varsin paljon: noin seitsemän kymmenestä. Toisaalta esimerkiksi legitiimisyydeltään

	Käy vähintään muutamia kertoja vuodessa	Käy harvemmin	Ei käy koskaan	Yhteensä (N)
Illallisravintolat	54	29	17	100 (1357)
Pubit	51	25	24	100 (1352)
Elokuvat	44	46	10	100 (1357)
Yökerhot	33	27	40	100 (1346)
Teatteri	32	48	21	100 (1355)
Museot	24	57	19	100 (1352)
Rock-konsertit	17	36	47	100 (1345)
Taidegalleriat	17	38	45	100 (1343)
Karaoke	16	25	59	100 (1348)
Klassisen musiikin konsertit	9	23	69	100 (1345)
Musikaalit	8	40	52	100 (1338)
Jazz-konsertit	5	20	76	100 (1340)
Ooppera	5	22	74	100 (1344)
Bingo	2	8	91	100 (1343)

**Taulukko 2.** Erilaisissa paikoissa ja tapahtumissa käymisen useus (prosenttia)

alhaisemmat karaoke tai rock-konsertit ovat nekin lähes samoissa lukemissa. Koulutuksen, iän ja sukupuolen ottaminen mukaan tarkasteluun valottaa tilannetta huomattavasti. Taulukossa 3 esitellään kaikkein aktiivisinta joukkoa, vähintään muutamia kertoja vuodessa aktiviteetteihin osallistuvia vastaajia.

Koulutusaste näyttää lisäävän aktiivisuutta kaikkien kysytyjen tapahtumien ja ajanviettotapojen suhteen – lukuun ottamatta yökerhoissa, karaokessa ja bingossa käymistä, joissa suhde on päinvastainen. Kuten odottaa saattaa, koulutuksen rooli on erityisen keskeinen oopperan ja taidegallerioiden kaltaisten legitiimien ajankäyttötapojen suhteen. Kenties yllättävästi myös esimerkiksi illallisravintoloissa, elokuvissa ja rock-konserteissa aktiivisesti käyminen on yleisempää korkeasti koulutettujen kuin matalasti koulutettujen parissa.

Kun ikä otetaan mukaan tarkasteluun, paljastuu vielä voimakkaampia eroja. Esimerkiksi taidegallerioissa, klassisen musiikin konserteissa, oopperassa ja teatterissa aktiivisesti käyminen on sitä yleisempää mitä vanhemmasta ryhmästä on kyse. Pubeissa, yökerhoissa, illallisravintoloissa, karaokessa ja rock-konserteissa aktiivisesti käyvien osuus vastaavasti kasvaa nuorempia ikäryhmiä kohden. Ajanviettotapojen yleistyminen iän myötä ei näyttäisi olevan yhtä rajua kuin niiden väheneminen iän myötä: aktiivisen teatterissa tai taidegallerioissa käymisen kasvu ikäryhmittäin on verrattain maltillista siihen verrattuna, miten paljon yökerhoissa, karaokessa, rock-konserteissa tai jopa illallisravintoloissa käyminen vähentyy iän myötä. Yllättävinä poikkeuksina mainittakoon bingo ja jazz-konsertit, joissa ei esiintynyt muille ajanviettotavoille tyypillistä ikävaihtelua.

Sukupuolen tarkastelu tuo mukanaan sekä arvattavia että yllättäviä tuloksia. Selvästi naisvaltaisia ovat teatteri, taidegalleriat, ooppera, klassisen musiikin konsertit sekä musikaalit. Selvästi miesvaltaisia puolestaan ovat ainoastaan bingossa ja pubeissa sekä vähemmässä määrin yökerhoissa ja karaokessa käyminen. Yllättävää kyllä jazz-konsertissa käyminen on täysin sukupuolineutraalia – aktiivisten kävijöiden joukossa on yhtä paljon naisia kuin miehiä.

Kun mukaan tarkasteluun otetaan vielä taulukon 4 kuvaamat asuinalue ja kotitalouden nettotulot, kuva selkenee entisestään. Alueen kaupunkimaisuus vaikuttaa positiivisesti ja lähes lineaarisesti kaikkiin neljääntoista ajanviettotapaan, jopa bingossa käymiseen. Tämä on loogista, sillä varsinkin Suomen kokoisessa maassa kulttuuritarjonta tai ravintoloiden määrä on suoraan sidoksissa kaupungin kokoon. Huomattavan suuria erot ovatkin juuri niiden tapahtumien kohdalla, joita voi pitää erityisen urbaaneina tai jotka ovat heikomminkin liikuteltavissa paikasta toiseen (esimerkiksi jazz-konsertit, museot, yökerhot). Esimerkiksi aktiivisten teatterikävijöiden asuinpaikan mukainen jakauma on huomattavasti tasaisempi, koska voinee olettaa että monella

Käy vähintään muutamia kertoja vuodessa*	Koulutus**				Ikäryhmä			Sukupuoli***
	1	2	3	4	18-34	34-54	55-74	
Illallisravintolat	32	49	64	71	73	60	28	0,91
Pubit	36	56	51	56	76	53	24	0,72
Elokuvat	25	41	49	65	68	42	24	1,19
Yökerhot	20	37	34	34	68	27	5	0,86
Teatteri	21	28	36	47	20	34	42	1,91
Museot	10	18	28	49	20	26	25	1,25
Rock-konsertit	9	18	18	19	34	15	3	1,14
Taidegalleriat	7	9	22	38	12	19	20	1,37
Karaoke	19	19	12	12	27	15	7	0,89
Klassisen musiikin konsertit	4	5	10	21	5	9	11	2,07
Musikaalit	7	6	9	12	4	7	14	2,53
Jazz-konsertit	14	19	26	47	22	27	23	1
Ooppera	13	19	32	50	18	28	32	1,62
Bingo	12	12	7	4	9	8	12	0,66

\* Jos paikoissa/tapahtumissa vähintään muutamia kertoja vuodessa käyviä on alle 5 % (ooppera, bingo, jazz-konsertit), luku on laskettu sille, että käy niissä ylipäätään joskus.

\*\* 1=perusaste, 2=keskiaste, 3=alempi korkea-aste, 4=ylempi korkea-aste

\*\*\* Sarakkeessa ilmoitettava suhdeluku kertoo kulloisenkin ryhmän osuuden naisten keskuudessa jaettuna ryhmän osuudella miesten keskuudessa. Jos kerroin on 1, sukupuolten välillä ei ole eroa. Jos kerroin on alle 1, miehiä kuuluu ryhmään naisia useammin ja jos kerroin on yli 2, naisia kuuluu ryhmään miehiä useammin.

**Taulukko 3.** Erilaisissa paikoissa ja tapahtumissa käyminen koulutuksen, iän sekä sukupuolen mukaan



pikkupaikkakunnallakin toimii harrastelijateatteri tai vähintään kesäteatteri. Siinä missä asuinalueen kaupunkimaisuus vaikuttaa suoraan kävijöiden kulttuuriseen aktiivisuuteen, kotitalouden nettotulot lisäävät sitä entisestään. Paremmiin toimeentulevat toki asuvat joka tapauksessa kaupungeissa, joten vaikutukset ovat ikään kuin päällekkäisiä. Erityisen voimakkaasti korkeammat tulot vaikuttavat illallisravintoloissa, teattereissa, taidegallerioissa, museoissa, rock-konserteissa, musikaaleissa, klassisen musiikin konserteissa, jazz-konserteissa sekä oopperassa käymiseen. Pubeissa, elokuvissa ja yökerhossa käyminen on sekin yleisempää suuremmissa tuloluokissa, vaikka taloudellisen tilanteen vaikutus ei ole yhtä suuri kuin ensin mainitussa ryhmässä. Suhde on päinvastainen ainoastaan karaoken kohdalla. Karaokessa aktiivisesti käyminen on yleisintä alimmassa tuloluokassa ja suosio laskee tulojen kasvaessa. Bingo on kiinnostava altavastaaja tässäkin

Käy vähintään muutamia kertoja vuodessa*	Asuinalue**				Kotitalouden nettotulot/kk			
	1	2	3	4	-1999	2000-2999	3000-4999	5000-
<b>Illallisravintolat</b>	62	60	44	37	41	53	65	82
<b>Pubit</b>	60	57	39	35	48	51	55	56
<b>Elokuvat</b>	59	50	33	23	37	43	48	65
<b>Yökerhot</b>	44	37	24	18	30	33	33	35
<b>Teatteri</b>	41	31	32	26	26	28	37	54
<b>Museot</b>	44	24	17	10	19	20	29	43
<b>Rock-konsertit</b>	30	18	11	6	15	16	17	27
<b>Taidegalleriat</b>	27	18	13	10	13	12	22	31
<b>Karaoke</b>	22	18	11	10	16	17	12	9
<b>Klassisen musiikin konsertit</b>	17	9	5	3	7	6	12	15
<b>Musikaalit</b>	12	7	7	8	6	7	7	16
<b>Jazz-konsertit</b>	39	27	14	12	19	20	31	39
<b>Ooppera</b>	38	29	18	17	18	24	31	53
<b>Bingo</b>	13	7	8	11	9	12	7	8

\* Jos paikoissa/tapahtumissa vähintään muutamia kertoja vuodessa käyviä on alle 5 prosenttia (ooppera, bingo, jazz-konsertit), luku on laskettu sille, että käy niissä ylipäätään joskus.

\*\*1=kaupungin keskusta, 2=esikaupunki/lähiö, 3=maaseudun taajama, 4=muu maaseutu

**Taulukko 4.** Erilaisissa paikoissa ja tapahtumissa käyminen asuinalueen ja kotitalouden tulojen mukaan (prosenttia)

suhteessa: tulojen määrä ei vaikuta juuri mitenkään sen suosioon. Olemme nähneet edellä, että sosioekonomiset tekijät vaikuttavat hyvinkin paljon erilaisissa tapahtumissa ja ajanviettopaikoissa käymiseen. Kenties yllättävin havainto on kuitenkin se, että ”ei käy koskaan” -ryhmä on huomattavan iso.

## 2.3 Kulttuurinen aktiivisuus jatko haastatteluaineiston valossa

Jatko haastatteluaineiston lähiluku antaa entistä tarkemman kuvan suomalaisesta kulttuuri-osallistumisesta. Aktiivisten kohdalla se toistaa samaa viestiä kuin kyselyaineisto: aktiivisimmat kulttuurin kuluttajat ovat keskimäärin parempituloisia, koulutetumpia ja urbaaneja. Ehkä parhaimmillaan aineisto onkin kuvatessaan passiivisempia kulttuurin kuluttajia. Kyselyaineisto paljasti vain sen, että passiivisia on ylipäänsä yllättävän paljon ja heidän osuutensa painottuu vähempituloisissa, huonommin koulutetuissa ja maalaisemmissa ryhmissä. Tarkempi luenta kuitenkin paljastaa lukuisia hienoisempia ja monimutkaisempia syitä kulttuuriselle osallistumattomuudelle.

Suomalaisten puhe omasta kulttuurin kuluttamisestaan tuntuu haastatteluaineiston valossa hyvin kaunistelemattomalta ja karkealta. Mikäli fokusryhmähaastatteluita joskus luonnehtikin eräänlainen muun ryhmän ja keskustelua moderoivan tutkijan miellyttämisen halu (Heikkilä & Kahma 2008), jatko haastatteluissa tällaista ei tuntunut olevan. Jatko haastatteluaineistoa analysoidessani tyypittelin haastateltavat viiteen ryhmään: *omasta aloitteestaan aktiiviset, jostakin muusta syystä aktiiviset, osallistumattomuuttaan valittelevat, välinpitämättömät passiiviset sekä vihamieliset passiiviset*. Jotkut haastateltavista voisi kenties lukea jonkin kulttuurin alueen osalta yhteen ja toisen kulttuurin alueen osalta toiseen ryhmään, mutta karkea luokittelu tekee kulttuurisen osallistumisen syiden ymmärtämisestä huomattavasti helpompaa. Alalukujen otsikot ovat suorina lainauksina haastattelu puheesta.

### ”Niin paljon kuin vain ehdin”

Kuten sekä kyselyaineiston että aikaisemman tutkimuksen perusteella on käynyt ilmi, aktiivinen ja moniulotteinen kulttuurin kulutus liittyy monenlaisen hyväosaisuuden. Tyypillisiä aktiivisia kulttuurin kuluttajia ovat hyvin toimeentulevat, hyvin koulutetut ja kaupunkimaisesti asuvat sekä lisäksi naiset miehiä useammin. Täydellinen esimerkki tällaisesta yhtälöstä on Aino, eläkkeellä oleva filosofian maisteri, joka asuu Uudellamaalla sijaitsevassa

omakotitalossa entisen yritysjohtajamiehensä kanssa kahden. Aikuiset lapset ovat muuttaneet pois. Aion koti on täynnä suomalaista arvodesignia Alvar Aallosta Yki Nummeen.

Aino puhuu äärimmäisen mielellään kulttuurista, ja hänellä on kaikilla mit-tapuilla todella legitiimi ja samalla avoin maku. Hän lukee paljon sekä aika-kauslehtiä (Gloria, Time, Ekonomisti, New York Times...) että kirjallisuutta (Salman Rushdie, Proust, Alice Monroe, Anne Tyler, Annie Proulx, Kirsti Simonsuuri, Goethe...) ja ui kuin kala vedessä käytännössä kaikilla kulttuurin alueilla. Hän käy paljon museoissa, teatterissa ja ravintoloissa ja todistaa myös seuraavansa tarjontaa aktiivisesti:

H: *Käytkö sä paljon museoissa ja teatterissa?*

Aino: *Kyllä, niin paljon kuin vaan ehdin.*

H: *Missä sä olisit viimeks käynyt?*

Aino: *No, mä kävin lauantaina siellä Designmuseossa, kun siellä oli Arabian astioita ja sitten siellä oli se Tee-näyttely, joka mua kiinnostaa hirveesti, kun mä olen teehminen. Ja nythän Emmassa on kans teeaiheinen näyttely. Se pitää vielä käydä katsomassa. Mä yleensä olen katsonut noita KOM-teatterin ja erityisesti Ryhmäteatterin esityksiä, mä olen kovasti nauttinut niistä. Jonkun verran tietysti muitakin, riippuen mitä siellä menee.*

Aion korkeakulttuurinen orientaatio on tilastollisesti todennäköistä (suuret tulot, korkea koulutus, asuu kaupunkimaisesti). Omasta aloitteestaan aktiivisiin voi kuitenkin lukea myös vaatimattomammista oloista tulevia kulttuurin kuluttajia, esimerkiksi kuusikymppisen pääkaupunkiseudulla asuvan Sirkkan, joka on vastikään jäänyt eläkkeelle toimistosuhteiden työstä. Sirkkan kulttuurista makua voi luonnehtia tavanomaiseksi, mutta volyymiltaan suureksi. Hän katsoo televisiosta A-studiota, Arto Nybergiä, Salattuja elämiä ja Kauniita ja rohkeita, lukee Helsingin Sanomia, Eevaa, Mökki-lehteä ja Raija Orasta sekä kuuntelee muiden muassa Eino Gröniä, Reijo Taipaleta, Dannya ja Kirkaa. Sirkka on kaikin puolin aktiivinen ja käy jumpassa, puolukassa, mökillä, matkoilla ja monenlaisissa konserteissa aina Jaakko Ryhäsestä Paula Koivuniemeen ja jopa Savonlinnan oopperajuhlien yhteydessä järjestettävään kevyemmän musiikin lavakonserttiin, vaikka pahoittelee heti perään, että *mä en oo musikaalinen*. Konserteista puhuttaessa Sirkka ei edes mainitse klassisen (tms.) musiikin mahdollisuutta, vaan siirtyy kertomaan lukuisista kevyemmän musiikin konserttikokemuksistaan:

*No, kyllä me tossa käydään. Täytyis aina vaan, kun siinä on ne ohjelmat, katsoo ja nopeesti toimii. Onkohan tuossa nelisensataa paikkaa tossa [lähi-seudun musiikkitalo]. Niin sit jos on joku tällanen, niin ne menee ihan kuin*

*kuumille kiville, ettei täältä aina pääse. Meillä on nyt ens pyhänä siinä ihan reunassa. Mutta toisaalta siinä ihan hyvin näkee ja kuulee. Joskus Paula Koivuniemen konsertissa mä olin ekalla rivillä ja se ei ollu kiva, kun sai olla näin (imitoi huonoa asentoa), että ois vähän kauempana ollut. Kyllä tollanen varmaan neljä tai viis kertaa vuodessa.*

Sosioekonomisten taustojensa ja niistä heijastuvien mieltymystensä erilaisuuksista huolimatta Aino ja Sirkka ovat samanlaisia yhdessä suhteessa: he ovat molemmat äärimmäisen aktiivisia kulttuurin kuluttajia ja puhuvat kulttuurin kuluttamisestaan yksilöllisten kokemusten ja nautintojen viitekehksessä.

## **”Työporukalla tai asiakkaiden kanssa”**

Aktiivinen kulttuurin kuluttaminen liittyy kaikenlaisiin pääomiin. Toisinaan henkilökohtaista antaumusta – todellista korkeakulttuurin ja taiteen rakastamista kuten Ainon tapauksessa tai kevyempään kulttuuriin liittyvää henkilökohtaista antaumusta kuten Sirkan tapauksessa – ei kuitenkaan ole mukana ollenkaan, vaan kyse on pelkästään sosiaalisten verkostojen ylläpitämisestä. Ainon ja Sirkan kanssa lähes saman ikäinen Ben asuu pääkaupunkiseudulla yli 150-neliöisessä hulpeassa omakotitalossa kaksin vaimonsa kanssa. Kuten Ainonkin tapauksessa, lapset ovat muuttaneet pois, mutta omakotitalosta ei ole luovuttu. Aineellinen rikkaus paistaa Benin kodista: seinillä on aitoja arvotauluja ja vasikantaljoja. Vaikka Ben on jo eläkkeellä, hän tekee edelleen jonkin verran mentorointia vanhalle työnantajalleen, mutta pääasiallinen harrastus on järjestö- ja hyväntekeväisyystoiminta. Kaikki tämä näkyy myös kulttuurisessa aktiivisuudessa. Siinä missä Aino puhuu kyyneleet silmissä lapsena kuulemastaan Mendelssohnin viulukonsertosta ja sen herättämistä muistoista, Benille kulttuuri ylipäänsä on ollut huomattavasti vähemmän henkilökohtainen alue. Kun Ben oli vielä aktiivisesti työelämässä, kulttuurinen aktiivisuus merkitsi lähinnä töiden takia tehtyjä ooppera- tai konserttievailuja:

*H: Miten ne sun käymiset, onko ne minkälaisissa porukoissa, onko ne ollu työjuttuja, vai?*

*Ben: Osa oli sillon, kun oli työelämässä, että oli joko työporukalla tai sitten oli asiakkaiden kanssa. Mut ehkä enemmän kuitenkin sillä tavalla, että perheen puitteissa ja tuttavien puitteissa, että on vaimon kanssa käyty. Nyt viime aikoina me on sillä tavalla käyty, että me ollaan käyty kahdestaan.*

Eläkeläiseksi siirryttyään Ben on siirtynyt kuluttamaan kulttuuria lähinnä vaimonsa kanssa, mutta kiinnostavaa kyllä painopiste on edel-

leen hyvin samanlaisessa kalliinpuoleisessa näyttämötaiteessa kuin työaikana (lähinnä oopperaa ja teatteria). Benin kaltaiset jostakin muusta syystä aktiiviset ovat tyypillisesti talouselämäänsä kallellaan olevia kulttuurin kuluttajia, ja hyvällä syyllä voi olettaa, että moni heistä on mies.

Esimerkiksi Tally Katz-Gerro on todennut, että arvostettuihin työpaikkoihin liittyy usein ajatus tietynlaisesta positiivisesta asenteesta legitiimiin kulttuuriin (Katz-Gerro 2002). Työhön kuuluu usein vapaa-ajallakin tehtävää asiakastyötä ja verkostoitumista. On loogista, että osa siitä hoidetaan esimerkiksi oopperan kaltaisissa ylellisissä mutta kuitenkin vapaa-aikaan viittaavissa puitteissa. Samankaltainen ilmiö on se, että kulttuurikävijöinä aktiivisempien naisten on arveltu vetävän puolisoitaan mukaan harrastamaan korkeakulttuuria (Upright 2004). Benin kohdalla tämäkin toteutuu – hän puhuu kaikista kulttuurikäymistään monikossa ja viittaa aina joko entisiin työkuvioidhinsa tai nyt eläkkeellä vaimon seuraan.

## **”Se on taas tätä mun saamattomuutta”**

Oikeastaan kiinnostavin aineistosta esiin nouseva ryhmä on se, jota tyypitteilyssäni kutsun nimellä *osallistumattomuuttaan valittelevat*. Valitteleminen ja johonkin syyhyn vetoaminen nimittäin viittaa pääasiallisesta asiointilasta eli kulttuurisesta osallistumattomuudesta huolimatta siihen, että osallistumisen tärkeys tai legitiimisyys tunnustetaan ja että sitä jollakin tavoin, edes puheen tasolla, tavoitellaan.

Jere on kolmekymppinen toimittaja, joka asuu vaimonsa ja pienen lapsensa kanssa Helsingissä kulttuuriväen suosimalla alueella. Jere on kulttuurisen tietämyksensä puolesta kuin nuori versio Ainosta: hän lukee valtavasti (ja mainitsee pitävänsä mm. Waltarista, Linnasta, Huovisesta, Gogolista ja Viktor Pelevinistä), on äärimmäisen aktiivinen musiikin kuuntelija (*klassisesta ja [...] etnojuutuista, tykkään rockista, jazzista ja bluesista*) ja mainitsee nimeltä liudan suosikkejaan aina kuubalaissäveltäjä Leo Brouwerista Charles Mingusiin ja Jimi Hendrixiin. Jere on aikaisemmin ollut todella aktiivinen kulttuurin kuluttaja, mutta lapsen syntymä muutti hänen kulutustottumuksiaan huomattavasti:

H: *Okei. No, seuraava kysymys liittyy enemmän vapaa-aikaan ja tällaseen, niin tuleeko sun käytyä paljon jossain museoissa, teattereissa tai tommossa?*

Jere: *No, aikaisemmin tuli paljon enemmän käytyä. Nyt tää elämä keskittyy vähän enemmän tänne kotiin. Mutta kyllä mä oon käynyt paljon ja tykkäisin käydä vieläkin ja tykkään käydä sillon, kun pääsen käymään. Mutta*

*se on vaan jäänyt vähän vähemmälle. Teatteri on kyllä semmonen, missä tykkäisin erityisesti käydä enemmän. Elokuvia näkee tässä kotisohvallakin. Teatteri on kyllä, että ihan hienoja kokemuksia on teatterista.*

H: *Entäs sitten konsertit ja tämmöset, onks se sama?*

Jere: *Se on sama. Niissä tuli käytyä tosi paljonkin aikanaan. Mutta ehkä nyt vähän vähemmän jaksaa innostuttaa, ettei ihan kaikesta. Tykkäisin kyllä käydä paljon enemmän konserteissa.*

Voikin sanoa, että perheellistyminen muutti Jeren kulttuurista profilia täysin. Hän osallistuu nykyisin huomattavasti entistä vähemmän oikeastaan kaikkeen aktiivisuutta vaativaan, ja jopa ravintolamieltymykset ovat lapsen syntymän myötä kallistuneet helppoa ruokaa tarjoavien perheravintoloiden suuntaan. Voi kuitenkin olettaa, että lapset rajoittavat kulttuuritapahtumista käymistä vain rajallisen ajan, ja että esimerkiksi Jeren kaltaisella, paljon kulttuuripääomaa omaavalla henkilöllä, kulttuurin kulutus ”palaa” ennalleen lasten kasvaessa (vrt. Purhonen ym. 2014, 264).

Taloudelliset syyt kulttuuriselle osallistumattomuudelle ovat huomattavasti vaikeammin voitettavissa. Siitä hyvä esimerkki on Johanna, kuusikymppinen toimistosihtööri, joka on erottuaan jäänyt asumaan yksin suurta omakotitaloa keskikokoisien kaupungin lähiössä. Johannalla on varsin legitiimi kulttuurinen profiili: hän pitää modernista taiteesta ja laadukkaista elokuvista ja tuntee sekä kuuntelee aktiivisesti klassista musiikkia. Kirjallisuuden puolella suosikkeja ovat esimerkiksi Eino Leino, Saarikoski, Helvi Hämäläinen ja Mirkka Rekola. Johanna epäilemättä kuluttaisi kulttuuria vaikka kuinka paljon jos hänen taloudellinen tilanteensa olisi parempi. Seuraava pitkäkö lainaus paljastaa potentiaalisen aktiivikävijän haasteet (polkupyörällä kulkemisen pakko, työpaikan tarjoaman konserttikausilipun poistuminen, valinnanvaihtoehtojen rajoittuminen työpaikan nykyisten edullisimpien lipuvaihtoehtojen mukaan):

*No, kyl mie tykkään kuunnella siis radiostakin noita konsertteja ja silloin tällön käyn tuolla kaupunginorkesterin konserteissa kuuntelemassa näitä. Mut nyt se on ollut vähän vähempää, kun joskus aikaisemmin oon käynyt enempikin. Se on jäänyt vähän vähemmälle. Kun tää työmatkakin on sellanen suhtkoht pitkä ja mie kulen tän polkupyörällä, niin mie oon aika myöhään aina kotona. Ja sitten ei aina silleen jaksu heti sen jälkeen lähtee. Tietysti tää on ihan tekosyy. Ja sitten toinen juttu on se, että meillä oli aikaisemmin, työpaikalta saatiin semmonen kausikortti tai lippu, ettei tarvinnut ite siis maksaa, kun meni tonne. Mutta nyt ne on lopettanu sen systeemin. Loppujen lopuks on sellasia suhtkoht kalliita nuo konserttiliputkin, että tässä pitää aina välillä yhdessä sun toisessa asiassa kattoo tätä raha-asiaa. Enemmin on nyt tullut sitten käytyä teatterissa kuiteskin kuin mitä noissa*

*konsernteissa. Teatteri meillä on työpaikalla, että sinne saa näitä tämmösiä seittemän euron lippuja. Ja sekin on halvempi kuin noin normaalisti, että sitä on tullut enempi sitten.*

Aineiston nuorimmat haastateltavat, parikymppiset opiskelijat, perustelevat hekin usein rahapulalla osallistumattomuuttaan. Helsinkiläinen opiskelija Anu, joka on sisustanut soluhuoneensa konserttilipuilla mutta joka muuten elää niukasti opintotuella, kiteyttää tilanteen osuvasti: *Ois tosi kiva käydä teatterissa. It's all about money silleen opiskelijana. Mutta jos kuvitellaan, että mulla ois rahaa, niin mä kävisin kyllä teatterissa vähintään kerran kuussa.* Anun kaltaiset kulttuurin kuluttajat, joilla on jo jonkin verran kulttuurista pääomaa mutta joiden taloudellinen pääoma ei vielä riitä aktiiviseen kulttuurin kuluttamiseen, kuitenkin epäilemättä pystyvät parantamaan asemaansa siirryttyään työelämään.

Kolmas keskeinen aktiivisuutta rajoittava tekijä on etäisyys kulttuuritarjontaan. Harva haastateltava vetoaa siihen suoraan, mutta etäisyys epäilemättä vaikuttaa monen suomalaisen elämään ilman että he kenties koskaan tulevat ajatelleeksi sitä. Timo, pienen keskisuomalaisen kaupungin taajama-alueella asuva alle kolmekymppinen opettaja ja perheenisä, on hyvin vähän kiinnostunut mistään kulttuurista. Hän ei kuluta oikeastaan mitään muuta kulttuuria kuin jonkin verran valtavirtamusiiikkia ja gospelia (jazzia, klassista ja oopperaa hän inhoaa), ja toteaa monista kulttuurialueista, että ei vain kiinnosta. Museosta hän toteaa: *Jos on matkoilla, niin saattaa tulla pistäytyttyä jossain, jos ei oo parempaakaan tekemistä tai muuta kohdetta.* Perustellessaan miksei käy juurikaan elokuvissa hän tulee todenneeksi sen, miksei todennäköisesti kuluta juuri muutakaan kulttuuria (maantieteelliset etäisyydet yhdistettynä lapsiperheen muutenkin hankalaan arkeen):

*Kyllä joskus. Mut sanotaan ehkä kerran tai kaksi vuodessa. Se on semmosta ekstraktivaa, kun haluaa tehdä jotain. Täälläkin lähin semmonen mielekäs elokuvastudio on Jyväskylässä ja sinne on 50 kilometriä matkaa, niin ei siellä tuu kovin usein käytyä sitten. Jos vaimon kanssa mennään, niin lapsille pitää järjestää hoitajat. Mun sisko kyllä asuu Jyväskylässä, kyllä se järjestyy, mut se on aina vähän semmosta, isompi projekti sitten helposti.*

Kenties kaikkein rankin tai hankalimmin muutettavissa oleva kulttuurin kuluttamattomuus liittyy elämäntilanteeseen. Seitsemänkymppinen mutta ikäistään rautaisemman oloinen Alli asuu pääkaupunkiseudun lähiössä sijaitsevassa kaksiossa. Hän on jäänyt eläkkeelle hoitoalan ammatista mutta hoitaa nyt invalidisoitunutta miestään kotona. Mies on koko haastattelun ajan paikalla mutta katsoo televisiota kuulokkeet päässä eikä kuule, kuinka Alli kertoo suvun traagista tarinaa: sairauksia, menetyksiä ja köyhyyttä. Haastattelun kuluessa käy ilmi, että miehen sairastuminen oli Allille ratkaiseva askel orastavasta (jopa legitimistä) kulttuurisesta aktiivisuudesta passiivisuuteen:

*Minä luin yhteen aikaan mä luin niin että kirjastot ihan loppu, mutta nyt kun on toi mies jäi hoitoon niin nyt en pysty sillä tavalla niinku lukemaan... Että me ollaan tytön kanssa niin paljon luettu että tuntui että kirjastoista kirjat loppuu, kautta aikojen oon hirveesti lukenut.*

Alli ei pääse käymään enää edes ”iskelmähumputuksissa” eikä ”Sinitaivas-konserteissa” joissa aikaisemmin kävi, eikä aika riitä edes musiikin kuuntelemaan (*nyt en jouda edes sitä kuuntelemaan kun on niin kiireiset päivät...*) Siitä huolimatta Alli on onnistunut pysyttelemään aktiivisena siinä määrin kuin päivät pitkät kotona oleva ihminen vain pystyy: hän katsoo televisiosta vaan asiaohjelmat, tuommoset kaikki Ajankohtaset kakkoset ja A-studiot ja tekee hienoista pesäeroa mieheensä, joka katsoo TV:tä jopa kaksitoista tuntia päivässä. Lisäksi Alli on hyvä esimerkki aktiivisuudesta, joka rajautuu yhteiskuntatieteissä yleisimmin tutkittujen kulttuurinalueiden ulkopuolelle:

*No käsitöitä mie teen jatkuvasti että mie teen käsitöitä... Miehän neulon koko suvun lapaset ja sukat... Eilenkin annoin tälle pojan pojan tyttöystävälle annoin sukkia ja lapasia... Miehän neulon koko suvun sukat ja lapaset... Että neulon, en enää nykyisin muuta tee... Ennen ompelinkin, mutta nyt en ompele enää.*

## **”Ei oo mun juttu”**

*Välinpitämättömät passiiviset* ovat se ryhmä, jonka yleinen mielipide ymmärtää helpoimmin epäaktiivisiksi: he eivät välittäisi puhua kulttuurista ollenkaan, ja vastaukset ovat usein yksioikoisia ja perustelemattomia. Jo aikaisemmin esitelty pikkupaikkakunnalla asuva kolmekymppinen opettaja Timo sopii myös tähän kategoriaan:

H: *Käytkö sä missään tapahtumissa, niinku vaikkapa jossain konserteissa tai teatterissa tai?*

Timo: *En, en oikeestaan, elokuvissa tulee käytyä. Mut siihenpä se sitten aika vähään jääkin sitten.*

H: *Onks se, että sua ei kiinnosta vai eikö oo semmosta tarjontaa vai?*

Timo: *Ei kiinnosta niinku sanotaan, ne ei oo mun juttu.*

H: *Kävitkö sä joskus nuorempana jossain festivaaleilla ikinä tai jossain?*

Timo: *Enpä oikeestaan.*

Entinen rakennusmies, nyt työkyvyttömyyseläkkeellä oleva Risto, on kuin vanhempi versio Timosta: hän kertoo käyneensä museossa ”pakon



sanelemana” ollessaan *matkanjohtajana Eestissä ja sitten kierrettiin museoita ja näitä niin mäkin jouduin itekkin menemään niihin sitten... No mikäs siinä, onhan siellä kaiken näköistä romua...* ja ilmoittaa lyhyesti, ettei kulttuuri kiinnosta. Riston välttelevä puheenparsi kertookin paitsi vähäisestä kulttuuripääomasta, myös siitä, ettei hänellä ole välineitä puhua kulttuurista haastattelijan kanssa (ks. myös Silva & Wright 2005).

Välinpitämättömien ryhmän motiiveita on vaikea arvailla, koska he eivät itse tarjoa vastauksia arvoitukseen. Joukosta löytyy nimittäin yllättäviäkin ääniä, esimerkiksi kolmekymppinen pohjoissuomalainen hammaslääkäri Veera, jonka ammatti, sukupuoli ja tulot viittaisivat legitiimimpiin kiinnostuksen kohteisiin mutta jonka makumieltymykset kohdistuvat kevyeen musiikkiin ja ”hömppään” sekä kirjallisuuden että elokuvien puolella. Veera kertoilee mielellään ja häpeilemättä televisiosuosikeistaan (mm. *Big Brother*, *Huip-pumalli haussa*) mutta vastaa lyhyesti ”en” lähes kaikkiin taide- tai musiikki-tapahtumia ja niissä käymistä koskeviin kysymyksiin. Toisin kuin moni muu kulttuurisesti passiivisempi, hän ei käy museoissa edes ulkomailla: *Kyllä se on enempi shoppailua mitä mä ulkomailla harrastan kuin sitä kulttuuria*. Veeran osallistumattomuutta voisi kenties perustella nuorella iällä, sinkkustatuksella (hän käy paljon ravintoloissa) ja muilla intresseillä (hän on suuri sisustuksen ja suomalaisen designin ystävä).

### **”Jos joku sanoo korkeakulttuuri, mä poistan varmistimen”**

Riston ”*onhan siellä kaiken näköistä romua*” -tokaisusta on lyhyt matka viimeiseen tyyppiin, *vihamielisiin passiivisiin* kulttuurin kuluttajiin. Nimitys saattaa kuulostaa hurjalta, mutta aineistosta löytyy kulttuurin kuluttajia, joilla on todella aggressiivinen asenne korkeakulttuuria kohtaan. He eivät epäile mainita sitä ääneen, kuten edellinen ryhmä mahdollisesti teki.

Jarmo, pian seitsemänkymppinen eläkkeelle jäänyt rakennusmies, on jatko-haastatteluaineiston kirkkaasti vahvin korkeakulttuurin vihaaja. Kyselyaineiston perusteella hän inhoaa esimerkiksi taide-elokuvia, sushia, modernia taidetta ja Picassoa. Hän ei epäile tuoda ilmi anti-highbrow-asennettaan haastattelussakaan: *No se on sitten runokirjat ja tommoset... Siihen mä [...] en kyllä kepilläkään koske*. Hän kertoo vihaavansa avoimesti lähes kaikkea korkeakulttuuria niin pitämisen kuin tekemisen osalta: *Että tokko mua nyt, saisko muuten kuin kettinkeihin sidottuna menemään esimerkiks tuonne Savonlinnan oopperajuhlille... Tai tonne jotain balettia kattomaan, kyllä siinä tarttis kaks miestä kuitenkin olla viemässä*.

Haastattelussa käy kuitenkin yllättävästi ilmi, että Jarmo on omalla mitta-puullaan huomattavan aktiivinen. Hän on kuulunut poliittiseen järjestöön

ja laulaa nykyään kuorossa. Myös hänen poikansa on aktiivisesti keikkaileva harrastelijamuusikko (*puoliammattilaisena pyörin tuolla*) ja Jarmo itse esi-merkiksi valittelee katsovansa liikaa televisiota, mitä voi ehdottomasti pitää ilmauksena jonkinlaisesta kulttuurisesta hyvästä tahdosta. Jarmo tuleeekin rivien välistä paljastaneeksi, mihin viha legitimiä kulttuuria kohtaan kytkeytyy: hän ei itse mitenkään samaistu siihen tai hädin tuskin edes ymmärtää sitä. *Se täytyy sanoa että niistä ei ymmärrä mitään että... Ainakin jos ne on Picassoa [nauraa] niin ei varmasti ymmärrä... Mut tietysti jos on, kyllähän mä jonkun Taistelevat metsot hyvin mielelläni kattelen.* Jarmon puheesta käy myös kiinnostavalla tavalla ilmi, ettei hän ole legitimiin kulttuurin suhteen tietämätön tai edes luokittelukyvytön (hän mainitsee erikseen Tais-televat metsot ja Gallén-Kallelan Lemminkäisen äidin mieleisinä taideteok-sinaan), vaan inho kohdistuu nimenomaan oman kokemuksen ulkopuolisiin teoksiin ja taiteilijoihin:

*Tietysti kyllähän nää vanhat, Gallen-Kallela ja semmoset. Mikä se on tämä... tämä Lemminkäisen äiti... ja, mä en tiä, kyllähän ne on semmo-sia mitä meikäläinenkin ymmärtää... Ei tosiaan näitä sitten... viivojen vetämistä taululle ja... se ei mua, erikoisemmin ei uppoa.*

Jarmon kommentti radiosta (*sossuministerit kaatoivat sen ainoan kunnan radion niin, nyt se on sitten pakko kuunnella iskelmää*) vihjaa, että vihamielisen passiivisen ryhmän motiivit inhota korkeakulttuuria ovat ensi sijassa poliittiset. Julkisin varoin kalliisti tuettua legitimiä kulttuuria on luonteavaa vihata, jos samalla tuntee jääneensä järjestelmän jalkoihin tai jos on oivaltanut, että legitimiin kulttuurin hierarkiat vastaavat sosiaalisia hierarkioita ja että oma asema on sen alimmilla askelmilla.

## 2.4 Lopuksi: onko kulttuurin kuluttaminen ylimääräistä luksusta?

Kyselyaineiston perusteella epäaktiivinen ”ei käy koskaan” -ryhmä näytti hämmästyttävän suurelta: täysin passiivisia löytyi kaikista kysytyistä ajanviettotavoista. Yksityiskohtaisempi tarkastelu paljasti kuitenkin, että passiivisuus oli äärimmäisen epätasaisesti jakautunutta. Toisilla kulttuurinalueilla ”ei käy koskaan” -ryhmä kattoi yli yhdeksänkymmentä prosenttia koko väestöstä (bingo), kun taas elokuvien kohdalla täysin passiivisia oli vain yksi kymmenestä.

Kansainvälisessä tarkastelussa epäaktiivisten määrät eivät enää tunnu erityisen suurilta. Esimerkiksi Tanskaa koskevassa pitkittäisaineistossa passiivisia oli kaikkiaan 57 prosenttia, selvästi enemmän kuin mitään muita tarkastelussa esiin nousseita ryhmiä – omnivoreja, middlebrow-kuluttajia tai populaarin kulttuurin kuluttajia (Katz-Gerro & Jaeger 2013). Yhdysvaltalais-

ten musiikkimakuja kartoittavassa tutkimuksessa (García-Álvarez ym. 2007) passiivisiksi luokiteltiin 55,8 prosenttia, englantilaisten kuvataidemakua kartoittavassa tutkimuksessa taas 58,6 prosenttia (Chan & Goldthorpe 2007). Yleisesti voi sanoa, että tutkitusta kulttuurinalasta riippumatta passiivisia ja aktiivisia (monessa tutkimuksessa ”omnivoreja”) on suunnilleen samassa suhteessa (Katz-Gerro & Jaeger 2013), ja Suomen kuvio on täysin linjassa muiden maiden tutkimusten kanssa.

Kvalitatiivinen aineisto tarkensi kuvaa entisestään ja osoitti viitteitä siitä, että kulttuurin kulutus ja sosiaalinen asema kytkeytyvät toisiinsa erottamattomasti. Aineistosta löytyi viitteitä niin Bourdieun tarkoittamasta homologiasta eli luokka-aseman ja maun rakenteellisesta vastaavuudesta (esim. Aino, Sirkka, Alli, Jarmo), omnivorisuudesta eli kaikkiruokaisuudesta (Aino, Jere) että yksilöllisistä mauista, jotka työntyvät luokka-aseman rajoitusten ohi ja liittyvät enemmän elämäntilanteeseen ja henkilökohtaiseen socialisaatioon (Veera). Aineisto myös valotti tilannetta erityisesti passiivisten osalta ja osoitti, että ihmisillä on passiivisuuteen lukuisia syitä. Toiset kuluttaisivat kaikenlaista, myös legitiimiä, kulttuuria mielihyvin, mutta taloudelliset puitteet (Johanna), maantieteelliset etäisyydet (Timo), perhevelvollisuudet (Jere) tai erityisen vaikea elämäntilanne (Alli) eivät kerta kaikkiaan salli sitä. Näimme myös, että omaehtoista passiivisuuttakin on vähintään kahdenlaista. Siinä missä toiset tyytyvät toteamaan oman vähäisen kiinnostuksensa selittelemättä sitä sen enempää (Risto), toiset tekevät rajun pesäeron kaikkeen korkeakulttuuriin (Jarmo). Tyypittelyni pyrkikin kuvaamaan, pikemminkin kuin pelkkää mitattavissa olevaa todellista kulttuurista aktiivisuutta, henkilön suhdetta omaan kulttuurin kulutukseensa.

Kulttuurisen aktiivisuuden tai passiivisuuden mukainen tyypittely ei kuitenkaan välttämättä mene yksiin henkilöiden muun kulttuurisen profiilin tai edes aktiivisuuden kanssa. Esimerkiksi paljon lainattu Jarmo on suhteellisen aktiivinen matkustaja ja tuntee ainakin kohtuullisen määrän legitiimiä kulttuuria, Alli puolestaan tietää huomattavan paljon urheilusta ja hoitaa lukuisia kodin askareita (leipomista, pyykinpesua), jotka jossakin muussa tutkimuksessa voitaisiin lukea aktiivisuuden piiriin. Kulttuurinen passiivisuus ei välttämättä viittaa passiivisuuteen muilla elämänalueilla. Onkin luultavasti liioiteltua tai virheellistäkin puhua ”sohvaperunoista” tai ”epäaktiivisista. Kun mittapuuna on nimenomaan akateemisen tutkijan määrittelemä korkeakulttuurin kuluttaminen, työväenluokka näyttää väistämättä passiiviselta (vrt. Bennett ym. 2009). Brittitutkimuksessa ”aktiiviset” ja ”passiiviset” erosivat toisistaan jyrkästi, siinä missä Suomessa voimakkain ero syntyi nimenomaan korkeakulttuurisen aktiivisuuden ja passiivisuuden välille (vrt. Purhonen ym. 2014) – oopperassa, jazz-konserteissa tai museoissa käymättömyys ei Suomessa viittaa siihen, että henkilö olisi kaikilla muilla elämän tai kulttuurin sarjoilla passiivinen.

Tässä artikkelissa käsitelty haastatteluaineisto osoittaa, että kulttuurin kuluttaminen on aina jollakin tavalla ekstrapä, jota tehdään silloin kun muut, elämää vielä keskeisemmin jäsentävät olosuhteet sen sallivat. Aktiivisilla, saattoi heidän kiinnostuksiaan sitten luonnehtia korkeakulttuuriseksi, ”omnivoreiksi” tai populaareiksi, on elämä raiteillaan ja talous ja perhetilanne siinä kunnossa, että kulttuurin kuluttaminen on mahdollista. Kokonaan passiiviset kuuluvat usein vanhempiin ikäryhmiin ja he joko jättäytyvät kulttuurin ulkopuolelle tai asettuvat sitä vastaan. Onkin mahdollista, että väestön ikä- ja sen myötä koulutusrakenteen muutoksen myötä Suomessakin populaarikulttuurin suurkuluttajat jyräävät passiiviset, kuten Katz-Gerron ja Jaegerin mukaan Tanskassa on tapahtunut viime vuosikymmeninä (Katz-Gerro & Jaeger 2013).

Passiivisten suurta määrää ja jatkohaastatteluaineistossa esiin noussutta vihamielistä asennetta selittää se, että tietty ryhmä ei ylipäänsä identifioitu legitimiin tai edes eniten esillä olevaan kulttuuriin vaan kokee sen luontaantyöntäväksi. Moni tuntee täydellistä yhteenkuulumatonta ”systemin” kanssa, ja se purkautuu vihamielisyytenä julkisesti tuettua legitimiä kulttuuria kohtaan. Kevään 2015 vaalit herättivät paljon keskustelua kulttuuripolitiikan tulevaisuudesta ja virittivät kysymyksiä siitä, mihin taidetta ylipäänsä tarvitaan. Suomessa taidetta ja kulttuuria rahoitetaan pääasiassa julkisin varoin, ja leijonanosa kulttuurin rahoituksesta kohdistuu lopulta varsin pieneen määrään taide- ja kulttuurilaitoksia. Tukijärjestelmä on myös pysynyt suhteellisen muuttumattomana pitkään, vaikka ympäröivä yhteiskunta on muuttunut. (Saukkonen 2014.)

Kulttuuripolitiikka ei ole ”intresseiltään puhdasta”, vaan yleensä kulttuuri-rahoinen jakopolitiikka toistaa pitkälti muuallakin yhteiskunnassa vallitsevia hierarkioita (Feder & Katz-Gerro 2015). Vaikka esimerkiksi Britannian kaltaisissa perinteisissä, sosiaalisesti sekoittuneemmissa yhteiskunnissa luokka-asema jäsentää makua vielä paljon voimakkaammin kuin meillä, tutkimuksemme valossa 2000-luvun Suomi ei missään nimessä ole kulttuurisesti yhtenäinen tai tasa-arvoinen maa. Monet Bourdieun luonnehdinnat luokka-aseman ja makumieltymysten linkittymisestä pätevät vielä nykypäivän Suomessa. Aineistomme mukaan kulttuuria kuluttamattomat ilmoittavat hyvin harvoin suoraan, etteivät halua osallistua kulttuuriin. Paljon useammin syyt näyttivät liittyvän konkreettisiin tekijöihin: pitkiin etäisyyksiin, rahapulaan ja kulttuuriharrastusten kalleuteen sekä siihen, ettei perinteinen kanonisoitu korkeakulttuuri – jonka kävijät lukeutuvat etuoikeutetuimpiin ryhmiin ja jota silti tuetaan kaikkein avokätisimmin – kerta kaikkiaan tarjoa minkäänlaista kosketuspintaa. Jos haetaan laajempaa osallistumista, suurempia yleisöpohjia ja kulttuurisen osallistumisen mukanaan tuomia hyvinvointivaikutuksia, näistä tekijöistä on hyvä aloittaa.



**3 Jutta Virolainen**  
Kulttuuripoliittinen  
näkökulma osallistumiseen

# 3 Jutta Virolainen: Kulttuuripoliittinen näkökulma osallistumiseen

Kiinnostus kansalaisten kulttuuriin osallistumista kohtaan on kasvanut kulttuuripoliitikassa. Osallistumisen ja osallisuuden edistäminen on asetettu keskeisissä kulttuuripoliittisissa dokumenteissa yhdeksi toiminnan kärkitaivoitteeksi. Sekä politiikassa että tutkimuksissa on kuitenkin usein epäselvää, mitä osallistumisella ja osallisuudella kulloinkin tarkoitetaan. Keskityn artikkelissani siihen, millaisia merkityksiä osallistumiselle, osallisuudelle ja osallistumattomuudelle on tutkimuksissa annettu ja millaisia merkityksiä ne puolestaan saavat osana kulttuuripoliittikkaa. Pohdin lisäksi sitä, miksi kulttuuriin osallistuminen on nostettu kulttuuripoliittikan kärkeen ja miten sitä on pyritty edistämään. Lopuksi esittelen mallin, jonka avulla kulttuuriin osallistumista ja osallistamista voi hahmottaa kulttuurihallinnon ja -politiikan näkökulmasta.

Artikkelini pohjautuu Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiössä (Cupore) toteutettuun selvitykseen, jossa kartoitettiin tutkimustietoa ja muuta tietoa osallistumisesta, osallisuudesta ja osallistumattomuudesta (Virolainen 2015). Selvityksen tavoitteena oli hahmottaa, millainen yleiskuva osallistumisesta sekä osallistamisen keinoista ja päämääristä muodostuu olemassa olevan tiedon perusteella.

## 3.1 Osallistuminen ja osallistumattomuus

Kulttuuriin osallistumista kuvaava käsitteistö on kirjavaa ja monitulkintaista. Osallistumisen ja osallisuuden käsitteitä käytetään usein toistensa synonyymeinä, ja niihin liittyy lisäksi joukko muita käsitteitä, kuten taiteen ja kulttuurin saatavuus ja saavutettavuus, osallistuminen kulttuuriaktiiviteetteihin, kulttuurin harrastaminen, taide- ja kulttuurilaitoksissa käyminen tai kulttuuripalvelujen käyttäminen. Osallistuminen sinällään voi tarkoittaa esimerkiksi yleistä kansalaisosallistumista yhdistystoimintaan tai yksittäisten palvelunkäyttäjien eli asiakkaiden osallistumista palveluprosesseihin. Kansalaiset voivat vaikuttaa paitsi välillisesti edustuksellisenä toimintana, myös suoran demokratian keinoin. Ihmiset osallistuvat nykyään myös yhä enemmän sosiaalisen median välityksellä. (Matthies 2013, 12.)

Aiheen laajuuden ja yhteiskuntapoliittisen merkittävyyden takia on mielestäni tarpeen tehdä selkoa siitä, millaisia näkökulmia ja merkityksiä

kulttuuriin osallistuminen sisältää. Kulttuurin käsitteestä puhuttaessa voidaan viitata joko sen suppeaan tai laajaan merkitykseen. Kulttuurin suppea merkitys tarkastelee kulttuuria taiteen näkökulmasta. Kulttuurin laaja näkökulma viittaa antropologisempaan, ns. elämäntavalliseen lähestymistapaan. Oliver Bennett (1997) määrittää kulttuurin edustavan kaikkia niitä tekijöitä, jotka konstituivat elämisen kokemuksen.

Tarkastelen artikkelissani kulttuuriin osallistumista pääosin kulttuurin suppeasta määritelmästä käsin. Lisäksi on syytä huomata, että kun ihmiset osallistuvat kulttuuriin, osa tästä kulttuurista on julkisesti tuettua (ja siten kansallisen tai paikallisen kulttuuripolitiikan piirissä) ja osa ei ole. Käsitteiden tarkastelun kautta on mahdollista hahmottaa kokonaiskuvaa siitä, mistä on kyse, kun puhutaan kulttuuriin osallistumisesta tai kun sitä edistetään erilaisin toimenpitein, kuten ohjelmin tai hankkein.

Yleisön käsitteen rinnalle on tullut ajan myötä muita käsitteitä, kuten käyttäjä, osallistuja, kansalainen, kuluttaja ja asiakas (esim. Puustinen 2011, Kaitavuori 2012, Balling & Kann-Christensen 2013). Taide- ja kulttuurilaitoksiin liittyen puhutaan myös kävijyydestä ja ei-kävijyydestä (ks. johdanto tässä teoksessa). Erilaisissa tilaisuuksissa käymistä on perinteisesti pidetty osoituksena aktiivisesta kansalaisuudesta ja osallisuudesta yhteiskuntaan.

Tanskalaiset tutkijat Gitte Balling and Nanna Kann-Christensen (2013) esittävät kuitenkin, että uusien tieto- ja informaatioteknologinen kehitys on murtautanut tätä käsitystä. Digitaalisen kulttuurin läpimurron jälkeen on vaikea jaotella ihmisiä aktiivisiin käyttäjiin ja passiivisiin ei-käyttäjiin sillä perusteella, käyvätkö he esimerkiksi taide- ja kulttuurilaitoksissa tai lukevatko he kirjoja tai kuuntelevatko musiikkia. Digitaalisessa kulttuurissa aktiivisuus liittyy sisällön tuottamiseen ja jakamiseen, ei niinkään vastaanottamiseen tai kiinnostuksen osoittamiseen. Siten aiemmin aktiivisiksi luokiteltuja taidepalvelujen tai -tuotteiden käyttäjiä voidaankin mediatutkimuksen mukaan pitää ”vain” passiivisina tarkkailijoina. (Balling & Kann-Christensen 2013, 69.)

Toisaalta myös osallistumattomuus saa tässä uuden näkökulman. Aiemmin tutkimuksissa passiivisiksi leimautuneet ei-käyttäjät voivatkin olla aktiivisia kulttuuriin osallistujia, jotka eivät kuitenkaan käytä vakiintuneiden taide- ja kulttuurilaitosten palveluja. Heidän kulttuuriaktiiviteettinsa sijoittuvat usein ei-institutionaalisiin tiloihin kuten internetiin, kaduille ja muihin epämuodollisiin paikkoihin. Korkeakulttuurin sijaan nämä aktiviteetit suuntautuvat usein populaarikulttuuriin tai viihteeseen. (Balling & Kann-Christensen 2013, 67–68.)

Mikko Villi (2014, 331) on tosin huomauttanut, että vain pieni osa esimerkiksi sosiaalisen median käyttäjistä toimii Ballingin ja Kann-Christensenin määrittelyn mukaisesti jakajina. Hänen mukaansa käyttäjien enemmistö

koostuu ”tarkkailijoista” eli katselijoista, lukijoista ja kuuntelijoista. Osaltaan teknologisen kehityksen seurauksena puhutaan myös ammattilaisten ja amatöörien sekä kuluttajien ja tuottajien roolien sekoittumisesta. Sisällön tuotanto ja kulutus kietoutuvat yhteen entistä enemmän, mikä ilmenee etenkin erilaisen luovuuden muotojen ja kulttuuristen ilmausten digitalisoitumisessa. Katri Halosen (2011, 28) mukaan viimeisten 20 vuoden aikana kuluttaja on saanut yhä tärkeämmän roolin kulttuurituotannon kentän toimijana, joka vaikuttaa koko kenttään sekä joissakin tapauksissa myös osallistuu siihen tiiviisti.

Kulttuuriin osallistumista voidaan tarkastella myös näkökulmasta, jossa kiinnitetään huomio osallistumisen mahdollistaviin yhteiskunnallisiin rakenteisiin tai mekanismeihin. Empowerment-käsitteellä kuvataan yksilön tai ryhmän valtaistumista ja voimaantumista. Käsitteen juuret ovat 1960- ja 1970-lukujen angloamerikkalaisessa vähemmistöjen sortoa vastustavassa toiminnassa, jossa on pyritty löytämään aktivointimenetelmiä ihmisten tasa-arvon, elämänlaadun ja sosiaalisen nousun lisäämiseksi. (Kangas ym. 2014, 60.) Tällainen ”sosiokulttuuriseksi innostamiseksi” kutsuttu toiminta suuntautui etenkin anglosaksisissa maissa yhteisötaiteen käyttöön (von Brandenburg 2008, 36). Yhteisötaide sisältää useita toisistaan eriyviä suuntauksia, mutta keskeistä niissä on yleisön tai osan yleisöstä osallistuminen taideteoksen tekemiseen (Kantonen 2005, 49–51).

## 3.2 Osallisuus ja osallistaminen

Osallisuuden käsitteellä kuvataan usein yhteisöllisyyttä, kuulumista sekä osallistumista yhteisön tai yhteiskunnan toimintaan. Osallistumiseen verrattuna osallisuuden kokemus on jotain syvempää ja siihen liittyy myös oman toimijuuden kokemus. Osallisuuden käsitteestä voidaan erottaa poliittinen ja sosiaalinen ulottuvuus. Poliittinen ulottuvuus viittaa demokratiaan, aktiiviseen kansalaisuuteen ja päätöksentekojärjestelmään. Se edellyttää paitsi vastuuta ja virallista mandaattia, myös halua ja kykyä toimia sekä kokemusta siitä, että on tullut otetuksi vakavasti. Poliittista ja demokraattista toimintaa voidaan jäsentää monin tavoin, ja tässä mielessä osallisuuden voidaan nähdä ulottuvan laajasti valtion ja kunnan virallisista tahoista kansalaistoimintaan. (Kiilakoski ym. 2012, 252.) Kulttuuripoliitikassa poliittinen osallisuus voisi liittyä esimerkiksi erityis- ja vähemmistöryhmien osallistumisen edistämiseen sekä heidän oman kulttuurisen identiteettinsä ja oikeuksiensa tunnustamiseen ja toteutumiseen (Kangas 2012).

Osallisuuden sosiaalinen ulottuvuus kytkeytyy yhteisötasolla yhteisön turvallisuuteen ja toimintakykyyn ja yksilötasolla voimaantumiseen (empowerment), identiteettiin sekä elämänhallintavalmiuksiin (Jämsén & Pyykkönen



2014, 9). Sosiaalinen ulottuvuus tuli 1990-luvun puolivälissä Euroopan unionin yleiseksi tavoitteeksi ja levisi sitä kautta jäsenmaiden politiikkoihin. Sosiaaliseen ulottuvuuteen liittyy myös vahvasti syrjäytymisen ehkäisy. Syrjäytymisen käsite nousikin tällöin köyhyyden käsitteen rinnalle. (Belfiore 2002, 92.)

Osallisuuden lähikäsite on osallistaminen, jolla tarkoitetaan yleisesti hallinnon pyrkimystä lisätä kansalaisten osallistumista ja osallisuutta. Osallistaminen viittaa siis osalliseksi tekemiseen, aktivoimiseen. Osallistamista voidaan pitää institutionaalisesti latautuneena käsitteenä, joka korostaa viranomaisten tai muiden institutionaalisten toimijoiden näkökulmaa kansalaisosallistumiseen eli ylhäältä alaspäin suuntautuvaa toimintaa. (Anttiroiko 2003, 18–19.)

Osallisuus ei ole staattinen tai pysyvä asema. Osallisuuden aste vaihtelee muun muassa elämäntilanteiden sekä elämänvaiheiden mukaan. (Raivio & Karjalainen 2013, 15.) Samaa ajatusta voi soveltaa osallistumattomuuteen.

Tutkimuskirjallisuudessa osallistumattomuutta tarkastellaan usein taide- ja kulttuurilaitoksien ei-kävijyytenä ja sitä selitetään erilaisten sosio-demografisten tekijöiden avulla. Osallistumattomia luonnehti esimerkiksi matala koulutus- ja tulotaso, nuori ikä sekä kulttuuriharrastusten vähyyks lapsuudessa. Osallistumattomat ovat usein myös miehiä. (Lindholm 2011, 59–60.) Vähemmälle huomiolle on jäänyt se, että ei-kävijyys ei välttämättä ole pysyvää. Se voi olla sidoksissa tiettyyn elämänvaiheeseen, kuten pienten lasten vanhemmuuteen, työttömyyteen, sitovaan ansiotyöhön tai koettuun terveydentilaan. (Virolainen 2015.)

### **3.3 Osallistuminen, osallisuus ja osallistumattomuus kulttuuripolitiikassa**

Osallistumisesta ja osallisuudesta puhutaan paljon paitsi kulttuuripolitiikassa, myös laajemmassa yhteiskunnallisessa mielessä. Osallisuuden käsitteellä kuvataan kansalaisten oikeutta olla mukana itseään koskevien asioiden päätöksenteossa, suunnittelussa ja valmistelutyössä (Harisalo ym. 2007, 102). Osallisuus sisältyy keskeisiin valtionhallinnon ohjelmiin ja lainsäädäntöön, ja esimerkiksi oikeusministeriöllä on ollut vahva panos suoran demokratian keinojen etsimisessä (Pajula 2014, 19–20). Pääministeri Juha Sipilän hallituksen ohjelmassa (2015) osallisuuden edistäminen sisältyy hallituskauden kärkihankkeisiin: *”Painotetaan varhaista tukea, ennaltaehkäisevää työtötta ja vaikuttavia asiakaslähtöisiä palveluketjuja yli hallinnonrajojen. Vahvistetaan kokemusasiantuntemuksen käyttöä ja ihmisen osallisuutta.”*

Myös kuntatasolla pohditaan nykyisin paljon sitä, miten kuntalaiset voidaan ottaa paremmin osallisiksi päätöksentekoon. Tällaista pyrkimystä on kutsuttu osallistuvaksi demokratiaksi (Harisalo ym. 2007, 102–103) tai ”osallistuvaksi käännteeksi” (participatory turn), joka kuvaa diskursiivista muutosta lisätä kansalaisten osallistumista hallintoon ja päätöksentekoon uusien osallistumisen menetelmien kehittämisen kautta (ks. Saurugger 2010; Tomka 2012).

Oikeus osallistua kulttuurielämään mainittiin ensimmäistä kertaa vuoden 1948 ihmisoikeuksien yleismaailmallisessa julistuksessa. Se muodosti perustan myöhemmälle keskustelulle, jossa oikeus osallistua kulttuuriin nähdään osana sivistyksellisiä oikeuksia. Esimerkiksi Kulttuuripolitiikan strategiassa 2020 (Opetusministeriö 2009) oikeus osallistua kulttuurielämään sekä yhtäläiset ja saavutettavat kulttuuripalvelut on tulkittu sivistyksellisiksi oikeuksiksi, jotka on turvattu Suomen perustuslaissa (Finlex 2015c). Perustuslain 16. pykälä säätää sivistyksellisistä oikeuksista ja itsensä kehittämisestä ja 17. pykälä oikeudesta omaan kieleen ja kulttuuriin.

1960–70-lukujen aikana luotiin ns. ”uusi kulttuuripolitiikka”, jota suomalaisen kulttuuripolitiikan rakenne edelleen noudattelee. Keskeisimpinä tavoitteina olivat kulttuurin demokratisointi ja kulttuuridemokratia. (Kangas 1988.) Kulttuurin demokratisointi pyrki kulttuuritoimintojen hajauttamiseen ja taidepalvelujen viemiseen niiden ulottuville, joita tarjonta ei muuten tavoittanut. Kulttuuridemokratiassa kaikki kulttuuri-ilmaisut nähtiin yhdenvertaisina (mt., 241). Kulttuuridemokratian ydintä olivat ihmisten aktiivisuus, oma-aloitteisuus ja heidän omat käsityksensä tarpeistaan ja kulttuuristaan. (Mt., 51–52.)

Kulttuurin demokratisoinnin ideaaliin liittyy saatavuuden (availability) käsite, jolla tarkoitetaan nimenomaan palvelujen saatavuutta. Voidaan puhua esimerkiksi kulttuurin alueellisesta saatavuudesta, jolla tarkoitetaan tasa-arvoista kulttuuripalvelujen tarjontaa eri alueiden ja niiden asukkaiden kesken. Saatavuuden ohella 2000-luvulla paljon käytetty käsite on saavutettavuus (access), jossa palveluille asetetaan saatavuutta vaativampia tavoitteita. (Karttunen 2012, 49–50.) Saavutettavuus sisältää viestinnän, hinnoittelun ja rakennetun ympäristön saavutettavuuden. Lisäksi saavutettavuuden toteutumista voi tarkastella eri aistien tai tiedollisen ja sosiaalisen saavutettavuuden näkökulmasta. (Kulttuuria kaikille -palvelu 2014.)

Sittemmin on voimistunut myös puhe kulttuurin taloudellisista ja hyvinvointivaikutuksista. Viime vuosina taiteen ja kulttuurin vaikutuksia on tutkittu etenkin sosiaalisena pääomana, joka suojelee syrjäytymiseltä ja lisää terveyttä ja elinvuosia. Osallistumisella nähdään olevan myös vahva taloudellinen merkitys. Esimerkiksi valtioneuvoston selonteossa kulttuurin tulevaisuudesta (OKM 2011, 24) puhutaan osallistumistaloudesta, jossa osallistuminen kytkeytyy hyödykkeiden ja palvelujen tuotantoon ja kulutukseen. Toisaalta viimeaikaiset muutokset digitaalisissa teknologioissa, mediakulu-

tuksen muodoissa ja vapaa-ajan aktiviteeteissa ovat lisänneet kiinnostusta kulttuuriin osallistumiseen.

Cuporen selvityksessä kartoitettiin erilaisia hankkeita ja jatkuvaa toimintaa, joiden avulla osallistumista ja osallisuutta on pyritty edistämään. Kartoituksen perusteella niistä muodostettiin kuusi teemaa: yleisötyö/yleisöyhteistyö, yhteisöllisyys, taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia, kulttuuri-toimintaa ikääntyville ja ikääntyneille, kulttuuritoimintaa lapsille ja nuorille sekä saatavuus ja saavutettavuus. Yleisötyön tai yleisöyhteistyön teeman alle kuuluville hankkeille oli tyypillistä toiminta, jossa huomiota kiinnitettiin etenkin taide- ja kulttuurilaitosten vakiintuneiden toimintamuotojen ulottumattomissa oleviin ryhmiin. Yhteisölähtöisissä hankkeissa toiminnan päämääränä oli puolestaan pyrkiä tuomaan taide ja kulttuuri osaksi laajempaa alueellista ja sosiaalista kehitystyötä.

Hyvinvointiin liittyvissä hankkeissa edistettiin esimerkiksi vaikeassa tilanteessa olevien ihmisten osallistumista kulttuurielämään, tuettiin arjessa jaksamista ja parempaa elämänlaatua, lisättiin yhteisöllisyyttä sekä ehkäistiin syrjäytymistä. Kulttuuritoimintaa ikääntyville ja ikääntyneille tuottaneissa hankkeissa tavoitteena oli esimerkiksi tuoda taidetta ja kulttuuria vanhuspalveluyksiköihin sekä luoda toimintamalleja, joiden avulla ikäihmisten osallisuutta ja toimijuutta taiteessa ja kulttuurissa olisi mahdollista vahvistaa. Lapsiin ja nuoriin kohdistuvissa hankkeissa tehtiin usein yhteistyötä päiväkotien ja koulujen kanssa sekä pyrittiin vaikuttamaan lasten ja nuorten vapaa-aikaan. Taiteen ja kulttuurin saatavuuteen ja saavutettavuuteen keskittyvissä hankkeissa pyrittiin parantamaan palvelujen fyysistä ja sisällöllistä saavutettavuutta esimerkiksi digitaalisen teknologian avulla tai viemällä taidetta eri väestöryhmien luo.

Useat hankkeet kohdistuivat erityis- ja vähemmistöryhmiin sekä eri ikäryhmiin, erityisesti lapsiin, nuoriin ja vanhuksiin. Vaikka hankkeita ja muuta toimintaa on paljon, kokonaisvaltainen koordinaatio ja tavoitteenasettelu puuttuvat. Kulttuuriin osallistumisen ja osallisuuden tukeminen sisältyy kulttuurin julkisessa rahoituksessa useaan eri määrärahaan ja sitä rahoitetaan useasta rahoituslähteestä. Esimerkkeinä voidaan mainita opetus- ja kulttuuriministeriön määräraha taiteen ja kulttuurin kehittämishankkeisiin kunnissa ja alueilla sekä avustus vammaisyhteisöjen kulttuuritoimintaan ja kulttuurisen saavutettavuuden edistämiseen. Myös kunnat tukevat kansalaisten kulttuuriosallistumista erilaisin keinoin. Laki kuntien kulttuuritoiminnasta (Finlex 2015a) velvoittaa kunnat edistämään, tukemaan ja järjestämään kulttuuritoimintaa sekä järjestämään taiteen perusopetusta ja harrastusta tukevaa opetusta taiteen eri aloilla. Euroopan unionin rakennerahastoista on tuettu myös kulttuurin hyvinvointihankkeita, joiden tavoitteisiin osallistumisen ja osallisuuden edistäminen ainakin välillisesti sisältyvät. Valtaosa kulttuurin julkisesta kokonaisrahoituksesta menee kuitenkin melko suppealle määrälle taide- ja kulttuu-

rilaitoksia (Saukkonen 2014), joiden voi Ballingin ja Kann-Christensenin näkemykseen perustuen tulkita tuottavan kulttuurituotteita yhä ensisijaisesti melko passiiviseen, vastaanottavaan kulutukseen.

### 3.4 Kulttuuriin osallistamisen tasomalli

Seuraavan kaavion avulla voidaan hahmottaa kulttuurihallinnon ja kulttuuripolitiikan näkökulmaa kulttuuriin osallistumiseen sekä osallistamiseen. Kaavio tuo esiin sen, että osallistumisesta ja osallisuudesta käytävä keskustelu koskee monitahoista ja eri suuntiin laajenevaa ilmiötä. Se havainnollistaa myös kulttuuriin osallistumiseen liittyviä eri tasoja tai vaiheita. Kaaviossa tarkastellaan asiaa julkisesti tuettujen kulttuuripalvelujen näkökulmasta. Kansalaisten kulttuuriin osallistuminen on toki laajempi ilmiö kuin tässä on esitetty: kaavio ei ota huomioon esimerkiksi omaehtoista harrastamista.

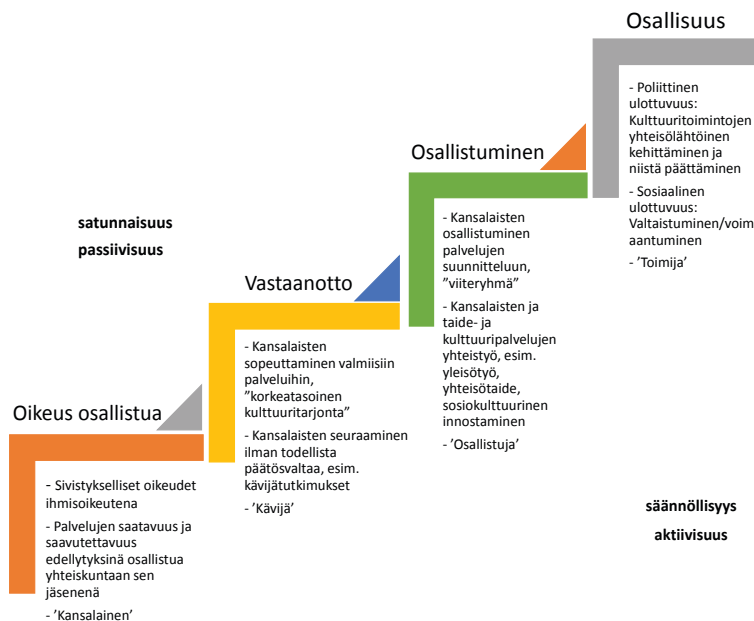
Kaaviossa kansalaisten osallistamista taiteeseen ja kulttuuriin on kuvattu tasoina, jossa yhdeltä askelmalta siirrytään toiselle. Ensimmäinen askelma kuvaa kansalaisten oikeutta osallistua kulttuuriin, mikä viittaa sivistyksellisten oikeuksien näkemiseen ihmisoikeuksina sekä palvelujen saatavuuteen ja saavutettavuuteen. Näitä asioita voidaan pitää eräänlaisina perusedellytyksinä osallistumiselle.

Toinen taso on puolestaan nimetty vastaanotoksi. Kansalaiset ovat kävijöitä, jotka ”sopeutetaan” tai ”koulutetaan” valmiisiin palveluihin. Toiselle tasolle liittyvät myös kävijätutkimukset, joissa kansalaisten toimintaa seurataan, ilman että heillä on todellista päätösvaltaa. Kolmannella kulttuuriin osallistamisen tasolla kansalaiset on otettu ”osallistujina” mukaan palvelujen suunnitteluun. Osallistumista kuvaa myös kansalaisten ja taide- ja kulttuuripalvelujen yhteistyö esimerkiksi yleisötyön, yhteisötaiteen tai sosiokulttuurisen innostamisen muodossa.

Neljännän, osallisuudeksi nimetyn tason nähdään edustavan prosessin korkeinta tasoa, jossa yksilön oma toimijuus kehittyä ja vahvistuu. Osallisuus viittaa yhtäältä poliittiseen ulottuvuuteen, jossa kansalaiset osallistuvat kulttuuritoimintojen kehittämiseen sekä niistä päättämiseen yhteisinä. Toisaalta osallisuuden sosiaalisessa ulottuvuudessa osallisuus näyttäytyy syrjäytymisen vastavoimana yksilön valtaistumisena tai voimaantumisenä.

Kaavion vasempaan laitaan sijoitetut termit ”satunnaisuus” ja ”passiivisuus” ovat yhteydessä kuvion alempiin tasoihin. Vastaavasti mitä korkeammalle askelmalle nousee, sen ”säännöllisempänä” ja ”aktiivisempänä” osallistumisen voi nähdä. Esimerkiksi voidaan ottaa taidekasvatuksen eri muodot. Viivi Seiralan (2012) mukaan taidekasvatuksessa on erotettavissa eri muotoja

pitkäkestoisesta tavoitteellisesta toiminnasta satunnaiseen taide- ja kulttuuripalvelujen käyttöön. Pitkäkestoista, tavoitteellista toimintaa edustaa taideopetus, jossa osallistuminen on säännöllistä ja se antaa osallistujille valmiuksia myöhempisiin opintoihin. Osallistuja toimii siinä itse ja opinnot arvioidaan. Satunnaisena taidekasvatuksen muotona voidaan pitää puolestaan taide- ja kulttuuripalvelujen käyttöä. Palveluihin osallistutaan silloin kuulijana, katsojana tai kävijänä.



**Kaavio 1.** *Kulttuuriin osallistamisen tasot julkisen kulttuuripolitiikan näkökulmasta*

## 3.5 Johtopäätökset

Osallistumisen ja osallisuuden käsitteillä voidaan tarkoittaa monia eri asioita. Tästä huolimatta käsitteitä määritellään harvoin selkeästi. Riskinä on, että puhe osallistumisesta jää kulttuuripolitiikassa yleisluonteiseksi ja eri toimijat ymmärtävät käsitteet ja niiden sisältämät merkitykset eri tavoin. Kun käsitteiden merkitykset jäävät epäselviksi, vaikeuttaa se myös kulttuuri-osallistumisen edistämiseksi asetettujen tavoitteiden toteutumisen arviointia eli yhteiskunnallisen ja kulttuuripoliittisen vaikuttavuuden todentamista.

Teknologisen kehityksen mukanaan tuomat taiteen ja kulttuurin uudenlaiset kokemisen ja itse tekemisen muodot ovat synnyttäneet uusia näkemyksiä perinteiseen osallistumiseen ja osallistumattomuuteen. Keskustelua on herättänyt myös kulttuurin tuottajien ja vastaanottajien sekoittuminen tai erottelun hälveneminen. Niin ikään käyttäjien perinteinen jaottelu aktiivisiin ja passiivisiin on saanut uusia tulkintoja. Taide- ja kulttuurilaitoksissa käyminen ilmenee keskustelussa usein kulttuurisena aktiivisuutena, mutta tarkemmin katsottuna se on itse asiassa melko passiivista toimintaa.

Osallistumiseen ja osallisuuteen kiinnitetään runsaasti huomiota kulttuuripoliittisissa dokumenteissa, mutta ne eivät ole omana sisältöalueenaan rakentuneet osaksi kulttuuripolitiikkaa. Osallistumista ja osallisuutta edistäviä hankkeita on lukuisia, mutta osallistumisen ja osallisuuden edistämisen kokonaisvaltainen ohjaus ja tavoitteenasettelu puuttuvat. Kulttuuripolitiikassa tulisikin tunnistaa erilaiset osallistamisen ja osallistumisen tasot ja muodot – ei siis vain osallistumista ja osallistumattomuutta tai passiivista ja aktiivista toimintaa. Tunnistamisen lisäksi tulisi keskustella siitä, millaista osallistumista halutaan edistää ja mitä osallistumattomuus tarkoittaa. Esimerkiksi edellä esitetyn jaottelun avulla voitaisiin arvioida toimenpiteitä siitä näkökulmasta, millaista osallistumista ne edistävät. Tämä voisi johtaa siihen, että osallistuminen tehtäisiin mahdolliseksi ja siihen kannustettaisiin eri tavoin porrasmallin eri tasoilla. Kulttuurin julkinen tuki kohdentuu Suomessa yhä lähes yksinomaan taide- ja kulttuuripalvelujen passiiviseen vastaanottoon, vaikka kulttuuripolitiikan tavoitteeksi on ilmaistu aidon osallisuuden tukeminen. Tässä on ristiriita, joka pitäisi ratkaista.



**4 Arto Lindholm**  
Ei-kävijät yleisötutkimusten  
läpivalaisussa

## 4 Arto Lindholm: Ei-kävijät yleisötutkimusten läpivalaisussa

Humakilla on pitkät perinteet viedä opinnäytetyöhön valmentavat opinnot luokkahuoneesta käytännön työelämään. Idea on ollut myydä osin opiskelija-voimin tehtävä tutkimus kulttuurialan toimijalle. Tutkimukset suunnitellaan yhdessä tilaajan kanssa. Opiskelijat keräävät tutkimusaineiston ja analysoivat sen opettajan johdolla menetelmäopintojen yhteydessä. Lopuksi tilaajalle esitellään toimenpidesuosituksen sekä luovutetaan tutkimusraportti. Opetuksellisenä tavoitteena on perehdyttää kulttuurituotannon opiskelijat siihen, miten toimintaa kehittävä tutkimus suunnitellaan, tilataan ja suoritetaan sekä miten tuloksia sovelletaan toiminnan kehittämiseen.

Tutkimuksia ovat tilanneet taidemuseo Meilahti (2008), taidemuseo Tennispalatsi (2009), Amos Andersonin taidemuseo (2010), Taidehalli (2011), taidemuseo EMMA (2012), Etnosoi!-festivaali (2013) ja Checkpoint Helsinki (2014). Lisäksi tutkimusyhteistyötä käynnistetään Helsingin kaupungin (2015–16) ja Uuden tanssin keskus Zodiakin kanssa (2015). Edellä mainittujen tutkimusten lisäksi Humak teki kolme laajahkoa puhelinhaastattelututkimusta *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeen puitteissa. Näissä tutkittiin Itä-Helsingin, Kannelmäen ja Karakallion asukkaiden kulttuurin kulutusta ja mielikuvia alueellisista kulttuurikeskuksista Stoasta, Vuotalosta, Kanneltalosta ja Karatalosta.

Kaikkissa näissä tutkimuksissa tärkein aineisto kerättiin kvantitatiivisin menetelmin. Kvantitatiivisia yleisötutkimuksia on periaatteessa kahdenlaisia. Tutkimusaineisto voidaan kerätä kulttuurilaitoksissa käyville, jolloin usein puhutaan kävijätutkimuksista. Tutkimusaineisto voidaan kerätä myös satunnaisotannalla tietyltä postinumeroalueelta. Tennispalatsin, EMMAn, Stoa & Vuotalon, Kanneltalon ja Karatalon satunnaisotostutkimuksissa kerättiin tietoa tärkeimpien asiakasalueiden kaikista täysikäisistä ihmisistä. Tällöin saatiin tietoa myös niiltä henkilöiltä, jotka eivät olleet käyneet kyseisissä taidelaitoksissa. Puhelinhaastattelun havaitsimme kirjekyselyä paremmaksi vaihtoehdoksi, koska kirjekyselyssä kulttuurin harrastajat ovat yliedustettumpia kuin puhelinhaastattelututkimuksissa. Puhelinhaastatteluaineistot ovat siis huomattavasti vähemmän vinoja ja vastaavat paremmin todellista perusjoukkoa. Kaikkia kvantitatiivisia aineistoja täydennettiin avoimilla kysymyksillä tai henkilökohtaisilla haastatteluilla. Lisäksi Itä-Helsingin alueella haastateltiin kurdin-, somalin- ja venäjänkielistä väestöä henkilökohtaisesti. Näin Humakille on kertynyt huomattava määrä ainutlaatuisia tutkimustietoa kulttuuri- ja taideyleisöistä pääkaupunkiseudulla.



Oman asiakaskunnan tunteminen on yksi toiminnan kehittämisen perusedellytyksistä. Yleisötutkimusten uskottiin myös olevan tie osallistumismahdollisuuksien lisäämiseen ja yleisöpohjan laajentamiseen. Monet kulttuurilaitokset halusivat tietää, mitä niistä ajattelivat ihmiset, jotka eivät koskaan olleet kyseisissä kulttuuritaloissa käyneet. Osaisivatko he kertoa, mitkä ovat käymättömyyden syyt? Yleisötutkimusten tilaamisen perimmäinen tavoite on lisätä kävijämääriä (Liukkonen 2004, 147). Lisäksi tutkimuksen keinoin halutaan parantaa asiakaspalvelua ja kohdentaa markkinointia kustannustehokkaammin oikeille kohderyhmille. Yleensä tilaajilla ei kuitenkaan ole täysin selvää näkemystä tutkimuksen tavoiteista etukäteen, vaan ne muotoutuvat tilaajan ja tekijän välisissä neuvotteluissa.

Tässä artikkelissa tarkastelen kaikkien Humakin tekemien yleisötutkimusten tuloksia kokonaisuutena. Mitä ne kertovat taiteen ja kulttuurin yleisöistä Helsingissä ja muualla pääkaupunkiseudulla: keitä ovat kävijät ja keitä ei-kävijät? Mitä ei-kävijät ajattelevat taideyleisöistä ja mikä saisi heidät tulemaan taidelaitoksiin? Mitä erityispiirteitä erilaisilla taide- ja kulttuuritapahtumilla on? Näihin kysymyksiin vastataan tässä artikkelissa.

Tutkimuksen tilaaja	Vuosi	Perusjoukko	Tutkimustyyppi	Tutkimukseen osallistuneiden määrä	Vastausprosentti
Taidemuseo Meilahti	2008	Museon ilmaispäivän kävijät	Lomake jaettiin henkilökohtaisesti kävijöille	242	Noin 60
Taidemuseo Tennispalatsi	2009	18–80-vuotiaat pk-seudulla asuvat	Ei-kävijätutkimus, paperikysely	460	31
Amos Andersonin taidemuseo	2010	Museon kävijät	Lomake jaettiin henkilökohtaisesti kävijöille	705	Noin 70
Taidehalli	2011	Museon kävijät	Lomake jaettiin henkilökohtaisesti kävijöille	427	Noin 60
Taidemuseo EMMA	2012	Espoon ja Länsi-Helsingin täysi-ikäiset asukkaat	Ei-kävijätutkimus, puhelinhaastattelu	283	53
Etnosoi-festivaali	2013	Festivaalin kävijät	Lomake jaettiin henkilökohtaisesti kävijöille	364	Noin 50
Checkpoint Helsinki	2014	Chp:in sidosryhmät	Sähköinen kysely, harkinnanvarainen otos	213	Ei voi määrittää
Stoa & Vuotalo	2014	Itä-Helsingin täysi-ikäiset asukkaat	Puhelinhaastattelu	280	40
Kanneltalo	2014	Kannelmäen lähialueen täysi-ikäiset asukkaat	Puhelinhaastattelu	293	37
Karatalo	2015	Karakallion täysi-ikäiset asukkaat	Puhelinhaastattelu	140	31

**Taulukko 5.** Humakin tekemät yleisötutkimukset kulttuurialalla

## 4.1 Taide- ja kulttuurilaitosten kävijät ja ei-kävijät

Riie Heikkilän artikkelissa piirtyy taidelaitosten kävijäkunnasta hyvin selkeä ja odotettu kuva. Taideyleisöt ovat yhteiskunnan kermaa: hyvin koulutettuja ja hyvässä asemassa olevia urbaaneja naisia. Emme yllättyneet siitä, että tuloksemme tukivat tätä kuvaa. Vaikka jotkut tutkimukset osoittavat, että kulttuurimaku on monipuolistunut ja jossain määrin irtautunut sosioekonomisista selityksistä, ”kovat” demografiset tekijät selittävät kulttuuripalveluiden käyttämistä edelleen paremmin kuin harrastusten ja elämäntyylin kaltaiset pehmeät tekijät. Tämä ei päde ainoastaan Suomeen, vaan myös useimpiin muihin maihin. Saksassa ja Yhdysvalloissa koulutus selittää kulttuurin kulutusta yhtä voimakkaasti kuin Suomessa, mutta jostain syystä sukupuolten ero on isompi Suomessa kuin Saksassa (ks. Kirchberg 1996).

Havaintojemme mukaan useimmissa kulttuuritapahtumissa käy suurin piirtein kaksi naista yhtä miestä kohden. Kulttuuritapahtumissa onkin paljon naimissa olevia miehiä ja naimattomia naisia: miehet ilmeisesti tulevat kulttuuritapahtumiin naisten aloitteesta. Jos taas mies ei kehotuksesta huolimatta tapahtumaan lähde, niin vaimo tai tyttöystävä lähtee yksin tai ystävättärensä kanssa (ks. myös Cantell 1993, 16). Porin Jazz on yksi harvoista kulttuuritapahtumista, joissa saattaa olla lievä miesenemmistö (Cantell 1996, 13).

Koulutus on kuitenkin sukupuoltakin voimakkaampi kulttuurin kulutusta selittävä tekijä. Esimerkiksi korkeakoulututkinnon suorittaneista 70 prosenttia oli käynyt taidemuseoissa viimeisen vuoden aikana, kun taas perus- tai ammattikoulun käyneistä vain 30 prosenttia. Koulutus selittää muitakin nk. korkeakulttuuriharrastuksia samansuuntaisesti. Lisäksi mitä abstraktimmasta ja käsitteellisemmästä taiteesta on kysymys, sitä koulutetumpia kävijät ovat.

Ikä selittää osin ristiriitaisesti kulttuurin kulutusta. Monissa taidemuseoissa kävijöiden keskimäinen ikä on noin 60 vuotta. Tästä ei kuitenkaan voi vetää suoraa johtopäätöstä, että seniorit kävisivät taide- ja kulttuuririennöissä useammin kuin nuoret. Päinvastoin, yli 60-vuotiaat kuuluvat selvästi useammin taiteen ja kulttuurin ei-kävijöihin kuin nuoret ja keski-ikäiset. Toisaalta yli 60-vuotiaat ovat taidelaitosten vakikävijöitä useammin kuin nuoret. Iso osa vanhemmasta väestä on siis uskollista kulttuuriyleisöä, mutta osa jää kokonaan syrjään tapahtumista. Nuoret taas sukkuloivat erilaisissa kulttuuririennöissä sitoutumatta minkään taidelaitoksen vakikävijöiksi. Monista taidemuseoista näyttäisivät puuttuvan nuoret vakikävijät lähes kokonaan. Taidemuseoissa ikäjakaumaan vaikuttaa suuresti myös näyttelyn sisältö: vanhempi väki käy esittävän taiteen näyttelyissä ja nuorempi väki suosii nykytaidetta.

Tulotaso selittää kulttuurin kulutusta, mutta ei täysin suoraviivaisesti. Aineistomme antaa selviä viitteitä siitä, että yli 3500 euroa kuukaudessa tienaavat käyvät kulttuuritapahtumissa enemmän kuin alempien tuloluokkien edustajat. Lähiöiden osalta tämä pätee myös toisin päin: alimpaan tuloluokkaan kuuluvat ovat muita useammin niitä, jotka eivät kulttuuria kuluta. Toisaalta Helsingin kantakaupungissa vaikuttaa asuvan varsin paljon pienituloisia, jotka kuitenkin ovat melko ahkeria kulttuurin kuluttajia.

Monissa tutkimuksissa esitetään, että maahanmuuttajat ja työttömät ovat aliedustettuina taide- ja kulttuurilaitoksissa. Tuloksemme antavat viitteitä siitä, että maahanmuuttajien osalta näin on, mutta työttömien osalta ei välttämättä. Työttömien osuus ei-kävijöistä on tulostemme mukaan suurin piirtein sama kuin muustakin väestöstä. Tämä saattaisi selittyä sillä, että kulttuuria sivuavilla aloilla on heikko työllisyystilanne ja nämä työttömät voivat olla hyvinkin ahkeria kävijöitä taidelaitoksissa. Tätä emme aineistollamme pysty kuitenkaan todentamaan varmasti.

Ovatko kulttuurin ja taiteen ei-kävijät aktiivisia joillakin muilla elämänalueilla? Yleensä ajatellaan, että taiteen ja kulttuurin ei-kävijäisyys on vain yksi passiivisuuden muoto – eli kävijöiden elämäntapa on kaikin puolin aktiivisempi kuin ei-kävijöiden (mm. Heinonen & Lahti 2001, 196; Karhio 2003). Myös meidän tulostemme mukaan taidemuseoiden kävijät ovat aktiivisempia ja sosiaalisempia kuin ei-kävijät: he muun muassa kuntoilevat enemmän kuin ei-kävijät, antavat enemmän naapuriapua, osallistuvat enemmän yhdistystoimintaan ja käyvät jopa urheilukilpailuissa katsojana useammin kuin ei-kävijät. Viimeksi mainittuun on kuitenkin tehtävä yksi varaus. Meille tuntemattomasta syystä Espoo tuntuisi jakautuneen taideyleisöön ja lätkäyleisöön: taidemuseo Emmassa kävijät eivät juuri käy Espoon Bluesin otteluissa eikä Bluesin yleisö Emmassa.

Vertailimme myös suurkävijöiden, satunnaisten kävijöiden ja ei-kävijöiden elämäntapaa. Havaitimme, että satunnaiskävijät eroavat merkittävästi sekä suurkävijöistä että ei-kävijöistä (ks. vastakkainen näkemys Kawashima 2000). Suurkävijät ovat ahkeria kulttuurin ja lukemisen harrastajia, mutta heidän elämäntapansa ei muuten ole erityisen aktiivinen. Satunnaiset kävijät sen sijaan urheilevat, matkustavat, vaikuttavat järjestöissä ja käyvät ravintoloissa enemmän kuin muut kävijäryhmät. Ei-kävijät viettävät aikaansa kotona ja lasten kanssa enemmän kuin muut ryhmät. Havainto tukee ajatusta, että kaupungissa on suuri aktiivisten ihmisten joukko, joka kiertelee eri tapahtumissa olematta leimallisesti kulttuuriväkeä. Satunnaiskävijät ovat kaikkein vaativimpia asiakkaita: he odottavat hyvää palvelua ja saattavat ärsyntyä, jos sellaista ei tule (Liukkonen 2004).

Pääkaupunkiseudulla taiteen tarjonta on hyvin keskittynyttä. Lähes kaikki taidelaitokset sijaitsevat kantakaupungin alueella, samoin kuin merkittävät kulttuuritapahtumat. Omaehtoinen kaupunkikulttuuri sekin kukoistaa

erityisesti Kallion lähetyksillä. Myös Helsingin kaupungin jakamista kohdeavustuksista valtaosa suuntautuu tälle alueelle ja monet Pohjois-Helsingin alueet jäävät kokonaan ilman avustuksia (Räisänen 2014). Vaikka Helsingin kantakaupungissa asuu vain kolme prosenttia suomalaisista, on tämä joukko tärkeä kohdeyleisö kaikille suomalaisille kulttuuritapahtumille (Cantell 2015). Tästä näkökulmasta ei ole yllättävää, että myös meidän tutkimus-temme mukaan Helsingin kantakaupunkilaiset käyttävät muita pääkaupunkiseutulaisia enemmän kulttuuria. Sen sijaan merkittävä havainto oli se, että kulttuuria ei käytetty eniten vauraissa Eiran ja Töölön kaupunginosissa, vaan entisillä työläisalueilla Kalliossa, Vallilassa, Sörnäisissä ja Arabian alueella. Näihin kaupunginosiin on muuttanut paljon hyvin koulutettua väkeä ja heistä iso osa on sinkkuja tai dinkkuja eli lapsettomia, työssäkäyviä pariskuntia.

## 4.2 Mielikuvat taidelaitoksista

Johdannossa kerroimme, että ei-kävijät tuntevat usein taidelaitoksissa olevansa väärässä paikassa ja kokevat olonsa epämiellyttäväksi. Iso osa tästä joukosta rinnastaa taidemuseon kirkkoon tai muuhun pyhäntöön, mikä ei ole korkeasti koulutetulle väelle tyyppillistä (Hyrkäs 2007, 21–28). Tulostemme mukaan noin joka kolmas ei-kävijä kokee, että hänellä on suuri kynnys mennä ylipäänsä taidemuseoon. Näille ei-kävijöille taiteesta puhuminen on erityisen vaikeaa eivätkä he koe taidelaitosten olevan itsensä kaltaisille ihmisille.

Mitä ei-kävijät ajattelevat tyyppillisistä taideyleisöistä? Kysyimme tätä postikyselyllä vuonna 2009. Havaitimme, että ei-kävijät jakautuivat kahteen suurin piirtein yhtä suureen ryhmään. Yksi ryhmä kuvaili taiteen kuluttajat asiantunteviksi, sivistyneiksi ja syvällisiksi ihmisiksi. Toinen ryhmä taas kuvaili taiteen kuluttajia hyvinkin ivalliseen ja halveksuvaan tyyliin esimerkiksi seuraavin ilmaisin: koppava, omasta mielestään älykkö, snobi, vanhapiika, kukkahattutäti, naimaton naisopettaja, pikkusielu, professorityyppi, hienosteleva homo, tylsä, vanha, vanha kurppa, nuori hörhö, nipottaja, ylimielinen, kirpputoriasiakas, fossiili ja wannabe-elitisti. Aineistostamme näyttää nousevan sama ”vihamielisen passiivinen” tyyppi kuin Riie Heikkilän aineistosta (ks. Riie Heikkilän artikkeli tässä teoksessa).

Vaikka taideyleisöihin saatetaan suhtautua halveksuen, ihmiset näkevät taide- ja kulttuurilaitokset positiivisessa valossa. Niiden toimintaa eivät läheskään kaikki tunne, mutta niissä ajatellaan tehtävän ”jotain kulttuurijuttuja” ja tämä on suuren enemmistön mielestä pohjimmiltaan hyvä, tärkeä ja hyödyllinen asia. Jos kulttuurilaitoksia arvioidaan negatiivisesti, se yleensä liittyy rakennuksen ulkonäköön. Joitakin taidelaitoksia saatetaan pitää kolkkoina, karuina ja rumina, toisia taas vanhanaikaisina ja kulahtaneina. Lisäksi monet kuvailevat kulttuurilaitoksia itselleen tuntemattomiksi ja vieraiksi.

Millä edellytyksillä ei-kävijät tulisivat kulttuuri- ja taidelaitoksiin? Tutkimustemme mukaan ilmaispäivän tarjoaminen ei riitä. Aineistomme osoittaa, että vain harva, noin joka kymmenes ei-kävijä kävisi alueellisissa kulttuurikeskuksissa useammin, jos liput olisivat edullisempia. Tutkimustemme perusteella ilmaisuudella saadaan kasvatettua yleisömääriä, mutta ei-kävijöiden suhteellinen osuus ei kasva. Yksi mahdollisuus toki olisi antaa ilmainen sisäänpääsy vain vähävaraisille esimerkiksi sosiaalitoimen kautta, mutta eri asia on, halutaanko luoda tällainen ”sossun pääsylippu”. Tätäkin on kokeiltu muutamissa kaupungeissa, mutta iso osa sosiaalitoimen kautta jaetuista kulttuuriseteleistä jää käyttämättä.

Yllättäen itselle sopivampi sisältö ei ollut ei-kävijöille tärkein syy käydä kulttuurilaitoksessa. Muut tekijät, kuten hyvät liikenneyhteydet tai parempi tiedotus, olivat vielä vähämerkityksellisempiä syitä. Tutkimuksemme osoittavat kiistatta, että ei-kävijöille ylivoimaisesti tärkeintä on saada ystävän kutsu tapahtumaan. Lähes puolet ei-kävijöistä ilmoitti, että kävisi varmasti alueellisessa kulttuurikeskuksessa, jos ystävä pyytäisi mukaan. Tämä tieto innoitti meitä kokeilemaan, millä keinoilla saisimme kokeneen kulttuurikävijän pyytämään uutta kävijää mukaansa. Tuloksista kerromme luvussa 8.2.

Miten sitten maahanmuuttajia saadaan kulttuurilaitoksiin? Kun haastatelimme kurdin-, somalin- ja venäjänkielisiä itähelsinkiläisiä, olimme yllättyneitä siitä, kuinka paljon alueelliset kulttuurikeskukset heitä kiinnostivat. Kaikki maahanmuuttajaryhmät toivoivat sellaisia tapahtumia, jotka ovat yhteisiä valtaväestölle ja vähemmistökulttuureille. Toisaalta varsinkin somalit ovat suhteellisen tiivis yhteisö, jonka jäsenet tulevat somalialaisten järjestämiin tapahtumiin pidemmältäkin matkalta. Somalit toivoivat myös helppoa tapaa vuokrata tiloja, joissa yhteisön jäsenet voisivat järjestää tapahtumia. Lisäksi toivottiin erityistä yhteyshenkilöä maahanmuuttajien ja kulttuurilaitoksen välille – siitäkin huolimatta, että Stoalla on erityinen monikulttuurisuustuottaja. Monikulttuurisuusasiantuntemusta tarvitaan muun muassa poliittisten jännitteiden tunnistamiseen eri kansallisuusryhmien välillä.

Taiteen suurkuluttajillakaan ei ole yhtenäistä suhtautumista taidelaitoksiin. Likipitäen poikkeuksetta sellainen taidelaitos, jolla on ikääntynyt vakikävijöistä koostuva yleisö, saa erittäin kiittävää palautetta kävijöiltään. Seniori-ikäiset vakikävijät tuntuvat suorastaan pelkäävän, että heille tärkeä taidelaitos muuttuu jollakin tavalla. Sen sijaan taiteilijat ja muut taiteenalan ammattilaiset voivat olla erittäin kriittisiä taidelaitoksia kohtaan. Pääsääntö on, että mitä enemmän yleisön joukossa on kulttuurialan ammattilaisia, sitä kriittisempää yleisö on. Hieman yllättäen taidekentän jäsenet usein vaativat, että kulttuurilaitokset puhuttelevat myös tavallisia ”bussikuskeja ja siivojia”. Taideskenen sisäisen kielen viljely ärsyttää taidealan ammattilaisia, koska se sulkee tavalliset kulttuurin kuluttajat ja suuren yleisön

taidekentän ulkopuolelle. Ammattilaiset vaativat taidelaitoksilta erityistä rohkeutta, rajojen rikkomista ja erottautumista muista vastaavista laitoksista. Ehkä taiteeseen sisäänrakennettu asioiden kyseenalaistaminen tekee taideväestä erityisen kriittistä.

## 4.3 Alueellisten kulttuurikeskusten erityispiirteet

Pääkaupunkiseudun alueelliset kulttuurikeskukset ovat korkeaan tasoon pyrkiviä kulttuurin monitoimitaloja. Niiden kävijäkunta rakentuu kirjaston vetovoiman varaan: esimerkiksi Stoaan yhteydessä oleva Itäkeskuksen kirjasto on yksi Suomen suurimmista. Kirjastokäynti puolestaan liittyy usein kaupassakäyntiin, jos kulttuurikeskus sijaitsee ison kauppakeskuksen yhteydessä. Lisäksi monissa kulttuurikeskuksissa on työväenopisto ja nuorisotalo. Tässä artikkelissa kuitenkin tarkoitamme alueellisilla kulttuurikeskuksilla niiden järjestämiä taide- ja kulttuuritapahtumia – emme siis ole tutkineet kirjaston, työväenopistojen tai nuorisotalon kävijäkuntaa. Helsingin alueellisia kulttuurikeskuksia ovat Stoa Itäkeskuksessa, Vuotalo Vuosaarella, Kanneltalo Kannelmäessä ja Malmitalo Malmilla. Tutkimuksemme piiriin kuuluivat kolme ensin mainittua sekä Karatalo Espoon Karakalliolla. Kulttuurikeskukset on suunniteltu palvelemaan suurpiirinsä asukkaita eli yhtä kaupunginosaa laajempaa aluetta. (Ks. myös Cantell ym. 2005, 8–10.)

Kulttuurikeskusten juuret ulottuvat 1960-luvun taiteelle suotuisaan ilmapiiriin. Tuolloin kulttuurin demokratisoinnin hengessä haluttiin viedä taide ja kulttuuri mahdollisimman lähelle ihmisiä. Tavoitteeksi asetettiin kaikkien kansalaisryhmien oikeus ja mahdollisuus nauttia korkeakulttuurin tuotteista. Tämä liittyi hyvinvointivaltioideologian kulta-aikaan, jolloin korostettiin kaikkien kansalaisten osallistumista kulttuuriaktiiviteetteihin. Samalla haluttiin edistää kulttuurin avulla lähiöiden asukkaiden sosiaalisia kontakteja ja ihmisten välistä kanssakäymistä. (Cantell ym. 2005, 13–14.)

Kaikkien tutkimiemme alueellisten kulttuurikeskusten tapahtumissa oli käynyt noin puolet alueen täysi-ikäisistä asukkaista. Karkeasti ottaen joka neljäs käy tapahtumissa kerran vuodessa tai useammin, neljännes on käynyt joskus ja puolet ei koskaan. Vain noin joka kymmenes ei ole kuullutkaan kulttuurikeskusten tapahtumista. Kävijäkunnan enemmistö on naisia, mutta naisenemmistö ei ole erityisen merkittävä. Lähes kaikki pitävät alueellisia kulttuurikeskuksia tärkeinä alueen imagolle ja niissä on helppo poiketa. Noin kuusi kymmenestä on sitä mieltä, että kulttuurikeskukset ovat juuri häntä varten ja tarjonta kiinnostavaa.

Tutkimuksemme perusteella alueelliset kulttuurikeskukset ovat onnistuneet yhdessä tavoitteessaan hämmästyttävän hyvin: koulutus ja tulotaso eivät selitä millään tavalla alueellisissa kulttuurikeskuksissa käymistä. Tämä on hyvin yllättävää, koska lähes kaikissa muissa taidetapahtumissa varakkaammat ja koulutetummat ovat yliedustettuina. Alueelliset kulttuurikeskukset ovat siis demokratisoineet kulttuuritarjontaa ja parantaneet sosiaalista saavutettavuutta. Kynnikko tosin voi väittää tuloksen kertovan siitä, että alueelliset kulttuurikeskukset eivät ole vaativille asiakkaille tarpeeksi houkuttelevia. Suurin osa alueiden asukkaista käykin tapahtumissa mieluummin Helsingin keskustassa kuin alueellisissa kulttuurikeskuksissa.

Alueellisten kulttuurikeskusten ongelma on, että nuoret eivät niissä käy. Noin 80 prosenttia alle 30-vuotiaista ei ole koskaan käynyt kulttuurikeskusten tapahtumissa. Ero senioreihin oli iso, koska puolet yli 60-vuotiaista kävi tapahtumissa säännöllisesti. Alueelliset kulttuurikeskukset ovat myös pitkään alueella asuneiden paikkoja: mitä kauemmin alueella on asuttu, sitä useammin kulttuurikeskuksissa käydään.


Toistaiseksi alueelliset kulttuurikeskukset ovat suhteellisen vähän avautuneet ympäristöönsä, vaikkakin pienimuotoisia jalkautumistempauksia tehdään. Tutkimme sitä, minkä verran alueen asukkailla olisi kiinnostusta osallistua kulttuurikeskusten toimintaan asiakasraadin jäsenenä, sisällön tuottajana tai tulla vapaaehtoistyöhön. Odotetusti vain harva olisi ehdottomasti kiinnostunut tällaisesta toiminnasta, mutta noin joka kuudes saattaisi olla kiinnostunut osallistumisesta. Eri elämäntilanteissa olevat olivat kiinnostuneita erityyppisestä osallistumisesta: nuoria kiinnostaa sisällön tuottaminen, työikäisiä asiakasraatiin osallistuminen ja senioreita vapaaehtoistyö.

Alueellisissa kulttuurikeskuksissa on toki eroja. Itäkeskuksessa sijaitsevalla Stoalla on ohjelmistossaan tanssipainotus ja näitä esityksiä tullaan katsomaan kauempaakin. Stoa lähetyvillä ei asu paljoakaan väkeä, mutta se sijaitsee erittäin suuren kauppakeskuksen ja metroaseman kupeessa. Tämän vuoksi Stoassa käy väkeä kaikkialta Itä-Helsingistä suurin piirtein saman verran. Sen sijaan Vuotalo on hyvinkin paikallisesti vain vuosaarelaisten kulttuurikeskus, samoin kuin Karatalo karakalliolaisten. Kanneltalon kävijät ovat pääasiassa lähialueilta, mutta jonkin verran yleisöä tulee myös junaradan varrelta kauempana (Räisänen 2015).

Kokonaisuutena alueelliset kulttuurikeskukset ovat onnistuneet tuomaan kulttuurin ja taiteen pariin paljon epätyypillisiä kävijöitä. Ne ovat osoitus siitä, että laadukas taide ja kulttuuri kiinnostavat myös alempia yhteiskuntaluokkia. On ilmeistä, että alueellisissa kulttuurikeskuksissa on vähemmän kirjoittamattomia käyttäytymissäantöjä ja ne ovat väljempää kuin keskustan taidelaitoksissa. Tutkimukssamme saimme käsityksen, että kulttuurikeskukset eivät ole tehneet erityisiä taikatemppeja saadakseen ei-kävijät

osallistumaan. Ilmeisesti pelkkä sijainti on riittänyt tuottamaan tunteen, että tähän kulttuuritapahtumaan on helppo tulla ja se on tarkoitettu myös minulle. Nuoret kulttuurikeskuksista kuitenkin puuttuvat ja nuoret miehet eritoten. Tältä osin kehitettävää vielä on ja tutkimuksemme perusteella kulttuurikeskukset voisivat avata tilansa esimerkiksi paikallisille bändeille tai muille esiintyville amatööriryhmille.



The page features several abstract, organic shapes in a vibrant orange color. These shapes are scattered across the page, with a large, prominent shape in the bottom right corner and several smaller, more delicate shapes in the upper left and middle sections. The shapes have irregular, hand-drawn edges, giving them a dynamic and artistic feel.

# 5 **Minna Hautio**

Osallistaminen taide- ja  
kulttuurihankkeissa

# 5 Minna Hautio: Osallistaminen taide- ja kulttuurihankkeissa

Suomessa on hiljattain alkanut useita opetus- ja kulttuuriministeriön (OKM) rahoittamia hankkeita, joiden lähtökohtana on aluetaitelijatoiminnan pilotointi tai kehittäminen. Tämän lisäksi OKM rahoittaa hankkeita, joilla pyritään osallistamaan kansalaisia asuinalueidensa kehittämiseen taiteen ja kulttuurin avulla. Useimmilla hankkeilla on myös laajempia, kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin ja erityisesti syrjäytymisen ehkäisemiseen liittyviä tavoitteita. Humak arvioi OKM:n toimeksiannosta eräiden parhaillaan käynnissä olevien hankkeiden onnistumista ja kerää tietoa hankkeissa syntyneistä osallistamisen kokemuksista. Tulokset tullaan julkaisemaan vuonna 2016. Tässä artikkelissa esittelen nämä hankkeet ja tarkastelen, miten niissä konkretisoituu ajatus osallistaa kansalaisia taiteen ja kulttuurin avulla sekä millä tavoin kohderyhmiä tavoitellaan. Käyttämäni tiedot perustuvat hankkeiden hakemusteksteihin ja hanketoimijoiden kanssa käytyihin keskusteluihin. Useimmissa hankkeissa käytännön työ on vielä kesken tai vasta alussa. Tämän artikkelin tarkoituksena onkin lähinnä luoda yleiskuvaa Suomessa tällä hetkellä käynnissä olevista hankkeista, ei niinkään analysoida niiden tuloksia.

Hankkeet sijoittuvat eri puolille Suomea ja niitä toteutetaan sekä kaupunki- että maaseutuympäristöissä. Maaseutualueiden hankkeille leimallista on monikuntainen yhteistyö ja maantieteellisesti laaja toiminta-alue. Kaupungeissa tehtävät hankkeet puolestaan ovat keskittyneet yhden tai useamman kaupunginosan tehostettuun kehittämiseen. Suurimmassa osassa hankkeista hakijana on kunta, mutta hakijoiden joukossa on myös yhdistyksiä, ammattikorkeakoulu sekä yritys.

## 5.1 Millaisia hankkeita on meneillään?

Ylä-Savon aluetaitelijahanke *Hyvinvointia ja elinvoimaa ikäihmisille* on kuuden yläsavolaisen kunnan, Vieremän, Keiteleen, Kiuruveden, Lapinlahden, Iisalmen ja Sonkajärven, yhteinen hanke. Hankkeen avulla on palkattu aluetaitelijia, joka tuottaa taidetoimintaa alueen ikäihmisille. Tavoitteena on tuottaa konkreettista tekemistä nimenomaan niille ikääntyneille kansalaisille, jotka eivät ole aktiivisen kulttuuritoiminnan piirissä. (Vieremän kunta 2014.) Aluetaitelijana toimii kuvataiteilija Leena Mulari.

Suonenjoen kaupunki ja Sisä-Savon kansalaisopisto toteuttavat partnereidensa Hankasalmi-Konneveden kulttuuritoimien ja kansalaisopiston sekä Lievestuoreen settlementin kansalaisopiston kanssa *Luovaa voimaa luonnosta* -hanketta. Siinä pyritään osallistamaan taiteen tekemiseen haja-asutusalueiden kuntalaisia, jotka eivät siihen pitkien etäisyyksien takia muutoin pysty. Tavoitteena on kehittää sellaisia kulttuuripalveluja, jotka ovat vietävissä harvaan asuttujen alueiden kyliin ja jotka ovat toteutettavissa tilojen asettamista rajoituksista huolimatta. Tässä hankkeessa toimii lukuisia taiteilijoita ja artesaaneja, jotka edustavat eri taiteenaloja: Jaana Harlin, Ritva Hänninen, Milja Markkanen, Annukka Martikainen, Erja Puoskari, Laura Rukola, Hanna Vilander ja Jukka Virtala. (Suonenjoen kaupunki 2014; Mykkänen 2015.)

*Kulttuuri kuuluu maaseudulle* -hankkeen takana oleva kaavilainen Maarianvaaran nuorisoseura ry ylläpitää sekä perinteistä nuorisoseuratoimintaa että ammattimaista kesäteatteria. Tämän lisäksi sen toimintaan kuuluu ammattitaiteilijoista koostuva Ohjelmapaja. Yhdistys haluaa elävöittää maaseutua ja lisätä sen kulttuuritarjontaa elvyttämällä iltamaperinnettä ja tarjoamalla samalla nostetta maaseudun nuorisoseura- ja kylätalotoiminnalle. (Maarianvaaran nuorisoseura ry 2014.)

Petäjaveden, Keuruun ja Multian kulttuuritoimet ovat yhdistäneet voimansa *Kuntataiteilija*-hankkeessa, jonka tavoitteena on tuottaa kulttuurielämyksiä mahdollisimman lähellä ihmistä ja juurruttaa kulttuuritoimintaa osaksi paikallista arkea. Hankkeen avulla on palkattu taiteilijapari, joka suunnittelee sekä toteuttaa taidetapahtumia ja työpajoja kunnissa. Kohderyhmänä ovat kaikenikäiset kuntalaiset. Toiminnan painotus on yhteisöllisyydessä ja osallistavuudessa. (Petäjaveden kunta 2014.) Aluetaitelijoina toimivat kuvataiteilijat Johanna Juvonen ja Biagio Rosa.

Karstulan, Kannonkosken, Kivijärven ja Kyyjärven kuntien yhteisen *Aluetaitelija hyvinvoinnin edistäjänä* -hankkeen tavoitteena on kuvataiteen harrastamisen lisääminen, näyttelytoiminnan lisääminen alueella sekä erityisesti sosiaalisen vuorovaikutuksen ja hyvinvoinnin lisääminen kuvataiteen keinoin. Hankkeen avulla on palkattu aluetaitelija, jonka tehtäviin kuuluu yleisöjen aktivointi sekä oma taiteellinen työskentely. (Karstulan kunta 2014.) Aluetaitelijana toimii kuvataiteilija Laura Hetemäki.

Satakunnan ammattikorkeakoulun *Pohjois-Satakunnan yhteisötaitelija* -hanke koostuu kymmenestä pilottiprojektista, jotka toteutetaan eri puolilla Satakuntaa. Kohderyhmiin sisältyvät kaikki ikäryhmät ja lisäksi toimintaa on suunnattu vammaisille. Tavoitteena on suunnitella toimintaa kohderyhmän tarpeita kuunnellen ja yhteiskehittelyn avulla. Yhteisötaitelijatoiminnalla pyritään saamaan alueen ihmisten ääni kuuluvaksi ja toiminta näkyväksi. Hankkeessa halutaan lisäksi luoda maaseutumaisien alueiden käyttöön

soveltuva yhteisötaiteilijamalli. (Satakunnan ammattikorkeakoulu 2014.) Aluetaitelijana toimii yhteisötaiteilija Saija Mustaniemi.

Pirkanmaan festivaalit – Pirfest ry:n *Pirkanmaan lähi(ö)artisti* -hanke tähtää pirkanmaalaisen taiteen ja kulttuurin esiin nostamiseen ja alueen kulttuuri-identiteetin vahvistamiseen. Projektilla halutaan vahvistaa yhteisöllisyyttä niin lähiöissä kuin haja-asutusalueellakin. Samalla toivotaan, että asukkaiden kiinnostus taidetta kohtaan lisääntyy. Lähi(ö)artisti kiertää erityisesti niillä alueilla, joilla taidetta ei yleensä ole tarjolla. Projekti tuo toimijoille tärkeää tietoa siitä, miten festivaalien saavutettavuutta voisi jatkossa kehittää. Lähi(ö)artisteina toimivat muusikot Laura Moisio ja Ville Leinonen. (Leinonen 2015; Pirkanmaan festivaalit ry 2015.)

Tamperelaisen Kulttuuriosuuskunta Uulun *Taidebussi*-hankkeessa taidetta viedään bussilla ympäri Pirkanmaata erityisesti niille alueille, joilla kulttuuritarjonta on vähäisempää. Bussin tarkoituksena on mahdollistaa kunnille ja muille yhteisöille helposti tilattava ja tuotantorakenteeltaan näppärästi saatavissa oleva palvelu. Taidebussissa matkustaa kansan- ja maailmanmusiikkiin erikoistuneen Kulttuuriosuuskunta Uulun lisäksi nykytanssiryhmä VAPAAkollektiivi sekä kansanmusiikista ammentava taideyhtiö Puhti. Välillä bussin mukana on kiertueella myös Pirfestin Lähi(ö)artisti. Yksi hankkeen tavoitteista on taiteilijoiden parempi työllistyvyys näkyvyyden ja tunnettuuden lisääntymisen sekä poikkitaiteellisen yhteistyön kautta. Uulun aluetaitelijana toimii muusikko ja soitinrakentaja Juhana Nyrhinen. (Kulttuuriosuuskunta Uulu 2014.)

*LÄHELLÄ – Kulttuurista yhteistyötä ja saavutettavuutta kunnissa* -hankkeen takana on Keski-Uudenmaan teatterin kannatusyhdistys ry. Hankkeella pyritään parantamaan kulttuurin saavutettavuutta kehittämällä erityisesti jakelukanavia – yhtäältä tuomalla palveluita lähiöihin ja kyliin kulttuuribussin avulla, toisaalta hyödyntämällä digitaalisia väyliä. Hanke toimii kaksikielisessä ympäristössä, joten palveluita tarjotaan sekä suomeksi että ruotsiksi. Tavoitteena on yhteisöjen osallistaminen kulttuurin sisältötuotantoon. (Keski-Uudenmaan teatterin kannatusyhdistys ry 2014.)

*Kuntataiteilijapilotti* on Savonlinnan kaupungin hanke, jonka toimialueena ovat pääasiassa kaupunkiin kuntaliitosten myötä liitetyt Kerimäen, Punkaharjun ja Savonrannan alueet. Toiminnalla pyritään aktivoimaan ja osallistamaan erityisesti syrjäytymisvaaran alaisia vanhuksia ja nuoria. Yhteistyötä tehdään kaupungin laitosten, etsivän nuorisotyön ja järjestöjen kanssa. (Savonlinnan kaupunki 2014.) Kuntataiteilijana toimii kuvataiteilija Jarkko Liutu.

*Yhteiskuntataiteilija* on Riihimäen kaupungin hanke, joka käsittää Riihimäen ja sen seutukunnan lisäksi Hämeenlinnan, Nokian, Ylöjärven ja Valkeakosken kaupungit sekä Hämeenkyrön kunnan. Yhteiskuntataiteilija on toimija, joka

laajalla toiminta-alueellaan edistää kuntien yhteistyötä taiteellisen toiminnan avulla. Yhteiskuntataiteilijan työn keskiössä on ympäristötaide, jonka tekemisessä osallistetaan alueen asukkaita mm. erilaisten työpajojen, yleisötilaisuuksien ja kyselyjen avulla. Tavoitteena on asukkaiden osallistaminen teosten ylläpitoon ja aluesuunnitteluun myös hankkeen jälkeen. (Riihimäen kaupunki 2014.)

Riihimäen kaupungin *Kulttuuriviritys* on Peltosaaren kaupunginosan kehittämishanke. Sen tavoitteena on parantaa riihimäkeläisten taide- ja kulttuuripalveluiden saatavuutta ja saavutettavuutta alueella, jonka asukkaista suuri osa ei ole aktiivisia kulttuurin kuluttajia tai sen tuottamiseen osallistujia. Alue on vuokratalovaltaista ja erittäin monikulttuurista – alueella asuu suurin osa Riihimäen maahanmuuttajista. Tavoitteena on poistaa kulttuuriin osallistumisen tiellä olevia esteitä ja lisätä asukkaiden osallisuutta kulttuuripalveluiden suunnittelussa. Toiminnan jalkauttamisessa keskeistä on alueelle perustettu Olohuone, josta toivotaan tulevan matalan kynnyksen kohtaamispaikka ja kulttuurin harrastamiseen innoittava toimintatila alueen asukkaille. (Riihimäen kaupunki 2015.)

Hakunilan kansainvälinen yhdistys pyrkii *Taidetta Itä-Vantaan lähiöihin* -hankkeessaan kehittämään Vantaan Länsimäen, Hakunilan, Kontulan, Mellunmäen ja Vesalan alueen kulttuuripalveluja taiteilijoiden ja alueen asukkaiden kanssa. Alueella on suhteellisesti ottaen paljon maahanmuuttajia ja heistä useimmat ovat eri syistä kulttuuripalvelujen ulottumattomissa tai eivät koe niitä houkutteleviksi. Yhdistyksen Länsimäen toimintakeskus, jossa järjestetään kulttuuritilaisuuksia ja taidenäyttelyitä, on toiminnan kehittämisen keskeisellä sijalla. (Hakunilan kansainvälinen yhdistys 2015.) Toimintakeskus mahdollistaa kulttuuri-iltoja tiloissaan sekä järjestää maahanmuuttajille suunnattuja suomalaisen kulttuuriin liittyviä tilaisuuksia ja retkiä. Näyttelytoiminnan avulla yhdistyksen tavoitteena on myös edistää maahanmuuttajataiteilijoiden tunnettuutta ja toimeentuloa. (Hamdon 2015; Pajunen 2015; de Roberti 2015.)

*Kulttuurikolmio* on Jyväskylän kaupungin hanke, jossa tavoitellaan kansalaisten osallistamista ja aluekehittämistyön joukkoistamista muutamissa lähiöissä, maaseutukylissä sekä ydinkeskustassa. Hanke pyrkii aktiivisesti nostattamaan alueen kansalaistoimintaa ja aktivoimaan kansalaisia kulttuuritoimintaan niin tekijöinä kuin kokijoinakin. Tavoitteena on myös kehittää pysyviä uusia toimintatapoja kaupungin omaan toimintarakenteeseen ja -kulttuuriin. (Jyväskylän kaupunki 2015.)

Tampereen kaupungin hanke *Otetta elämään kulttuurin keinoin – Tessun kulttuurihöntsyt* on Tesoman lähiön yhteisötaidehankkeiden kokonaisuus. Hankkeella halutaan ehkäistä asuinalueen ongelmia ja kehittää erityisesti nuorille suunnattua kulttuuri- ja harrastustoimintaa. Toimintoihin

houkutellaan mukaan nuoria, joilla on eri lähtökohdat ja kulttuuritaustat. Lisäksi halutaan edistää sukupolvien välistä yhteistoimintaa toiminnallisuuden keinoin. Tavoitteena on nuorten osallisuuden ja hyvinvoinnin lisääminen sekä asukkaiden osallistaminen kulttuuritoiminnan suunnitteluun ja toteuttamiseen. (Tampereen kaupunki 2015.)

Janakkalan kunnan *Harvialan kartano luovan toimialan keskuksiksi* -hankkeen tavoitteena on kehittää Harvialan kartanon alueesta yritysten ja kolmannen sektorin toimijoiden yhteinen toimintakeskus. Alueen kehittämistyötä tehdään joukkoistamisen periaatteella siten, että alueen yrittäjät, asukkaat ja muut toimijat haastetaan tuottamaan ruohonjuuritason ideoita sekä nostamaan esiin tarpeita, joita toiminnalla pyritään tyydyttämään. Joukkoistamista edistetään niin sosiaalisen median alustojen kautta kuin kutsumalla ihmisiä yhteisiin suunnittelutapaamisiin. (Janakkalan kunta 2014.)

## 5.2 Millä tavoin hankkeet osallistavat?

Edellä kuvatut hankkeet ovat otos siitä kirjosta, joka hanketoiminnassa vallitsee, kun kyse on kulttuurin avulla osallistamisesta. Terminologisesti kiinnostavaa on joukkoistamissanaston nousu osallistamissanaston rinnalle. Esimerkkihankkeiden tavoitteissa on nähtävissä kaikkia kulttuuriin osallistamisen tasoja (Virolainen 2015, 97). Kaikilla hankkeilla halutaan varmistaa ainakin periaatteellinen *osallistumisen oikeus* kaikille kansalaisille riippumatta siitä, millainen on hänen kulttuurinen tai kielellinen taustansa tai sosiaalinen ja taloudellinen statusensa. Tähän kategoriaan kuuluu myös muiden erityisryhmien ja ikäihmisten sekä haja-asutusalueilla asuvien kulttuuritarjonnan saatavuudesta huolehtiminen. Kaikissa niissä hankkeissa, joissa taiteellinen sisältö ja taidetoiminta ovat pääosassa, halutaan lisäksi varmistaa taiteellisesti korkeatasoinen sisällöntuotanto sekä laadukas ja tasapuolinen palvelu. Tästä näkökulmasta katsottuna asiakas nähdään *vastaanottajana*. Useimmissa hankkeissa kohderyhmien halutaan tuottavan ideoita ja sisältöjä palveluihin, eli heidät otetaan prosessiin mukaan *osallistujina*. Parin hankkeen suunnitelmaan on sisällytetty osallistamisen viimeinen porras, *osallisuus*, jossa kohderyhmän edustajille annetaan jopa poliittista päätäntävaltaa. (Mt., 97.)

Kuntataiteilijahankkeiden kohderyhmien tavoittamisessa on useimmiten lähdetty liikkeelle kunnan omien laitosten asiakkaista. Nämä asiakasryhmät on helppo yksilöidä ja nimetä jo hakemusvaiheessa. Laitosten määrä sekä kuntien asukasmäärät ovat kunnille tuttuja ja käytännöllisiä mittareita hankkeiden omaosuuksien määrittelyssä. Pienten maaseutukuntien kulttuuritoimet ovat jo tottuneet operoimaan monikuntaisen yhteistyön kautta – yhteistyömahdollisuuksiin ohjaavat myös kuntarajat ylittävät sote- ja pelastusalueet, kirjasto- ja

kansalaisopistoyhteistyö sekä muut aluekehittämistavoitteiset kuntien yhteenliittymät. Kuntaliitospaineissa yhteistyö on nähty voimavaraksi. Niin hankkeiden hankemuksissa kuin hanketoimijoiden haastatteluissakin nimenomaan kulttuuritoimen viranhaltijoiden kuntarajat ylittävä yhteistyö nousee vahvasti esiin. Joissakin hankkeissa myös kansalaisopistot ovat keskeisessä roolissa, mikä selittyy paikoin sillä, että useissa kunnissa kulttuuritoimen ja kansalaisopiston johtajan toimet on yhdistetty samalle henkilölle. Sen sijaan sektorirajat omien kuntien sisällä ovat edelleen jyrkät. Tämä näkyy sosiaali- ja terveyssektorin puuttumisena niin suunnittelupöydistä kuin hakijoiden ja rahoittajienkin joukosta. (Asp 2015; Huhtilainen 2015; Kemppainen 2015; Koponen 2015; Marin-Kainulainen 2015; Patamaa 2015.)

Sosiaali- ja terveyssektori sekä sivistyssektori toki tukevat hankkeita mahdollistamalla niiden toteuttamisen esimerkiksi vanhustentyön laitoksissa, kouluissa ja päiväkodeissa sekä tarjoamalla apua vaikeasti tavoitettavan kohderyhmän löytämiseen esimerkiksi etsivän nuorisotyön kautta. Edelleenkin sosiaali- ja terveyssektori ei vaikuta mieltävän toimintaa siinä määrin merkittäväksi oman työnsä näkökulmasta, että haluaisi suoraan osallistua sen kustannuksiin. Taiteeseen ja kulttuuriin osallistamisen hyödyllisyys erityisesti vanhusten laitoksissa on kuitenkin osoitettu näissäkin hankkeissa moneen kertaan – passiivisten vanhusten on todettu aktivoituneen, masentuneiden vanhusten piristyneen ja levottomien vanhusten rauhoittuneen. Taiteellisten harjoitusten on havaittu jopa palauttavan unohtuneita taitoja. (Juvonen 2015a; 2015b; Liutu 2015a; 2015b; Mulari 2015a; Rosa 2015a; 2015b.)

Osallisuuden kehittämishankkeissa pääpaino on edelleen taiteilijan ja yleisön fyysisessä kohtaamisessa. Pitkistä matkoista huolimatta kohdeyleisö pyritään tavoittamaan vaikkapa järjestämällä henkilökohtaisia käyntejä yksin asuvien vanhusten luo (Mulari 2015b; 2015c). Kotona itsenäisesti asuvien vanhusten löytäminen on kuitenkin vaikeaa – kulttuuri- ja taidetoiminnasta kiinnostuneiden ja sen aktiivovasta vaikutuksesta hyötyvien vanhusten löytämiseksi tarvittaisiin tiiviimpää yhteistyötä vanhuspalvelujen, kotisairaanhoidon, etsivän vanhustyön ja vapaaehtoistyöntekijöiden kanssa. Yksittäisten henkilöiden kanssa tehtävä taidetyö on myös suhteellisesti ottaen kallista. Haasteellisuudesta huolimatta tämän ei tarvitse olla mahdotonta: esimerkiksi Kuopiossa on järjestetty jopa 10 tapaamiskerran laajuisia yhteisötaideprojekteja yksittäisten asiakkaiden kanssa. Tämä kotiin vietävän taidetoiminnan malli on hankepilotoinnin jälkeen juurrutettu osaksi kaupungin kulttuuripalvelujen toimintaa. (Rosenlöf 2014, 64.)

Pitkien matkojen muodostamia esteitä on pyritty voittamaan myös taidebussitoiminnalla (Keski-Uudenmaan teatterin kannatusyhdistys ry 2014; Kulttuuriosuuskunta Uulu 2014). Taidebussilla kuljetetaan taiteilijat ja materiaalit kätevästi kaukaisempiinkin esityspaikkoihin, toisinaan kirjastoautotoimintaan yhdistettynä. Bussikuljetus voi toimia myös toisinpäin – keräämällä asiakkaat maaseudulta ja tuomalla heidät

keskustaaajamien kulttuurilaitoksiin ja tapahtumiin. (Kangas ym. 2014, 24–29.) Haja-asutusalueita ei kuitenkaan tule nähdä pelkästään pitkien etäisyyksien tuottaman haasteen näkökulmasta: Kyläkouluverkko ja kylä- ja nuorisoseuratalot toimijoineen tarjoavat haja-asutusalueen taidetoiminnalle infrastruktuuria, verkostoja ja yleisöpohjaa. Vanhat yhteisölliset tilat voi ottaa uudestaan siihen käyttöön, johon ne on alun perinkin suunniteltu.

Parhaassa tapauksessa hankkeen tarjoama lisääntynyt kulttuuritoiminta ja kyläyhdistystoiminta aktivoivat toisiaan. Suonenjoen ja Maarianvaaran nuorisoseuran hankkeet kohdistuvat nimenomaan tämän kumppanuusresurssin hyödyntämiseen. Suonenjoen hankkeessa on jo erällä alueilla konkreettisesti havaittu hankkeen toimintojen stimuloiva vaikutus kylätoimintaan (Sundvall 2015). Maarianvaaran hankkeessa puolestaan elvytetään maaseudun kyläil-tamakulttuuria. Hankkeen toimijat kokevat kyläiltama- ja rillumarei-pe-rinteen paitsi taiteellisesti kiinnostavana ja säilyttämisen arvoisena, myös resurssipohjana työllistää maaseudulla asuvia taiteilijoita kyläiltama-kier-tuetoiminnalla kesäteatterisesongin ulkopuolella. (Räsänen 2015.)

Osallisuutta pyritään hankkeissa tukemaan myös taiteen ja taiteilijoiden näkyvyyttä lisäämällä. Esimerkiksi Karstulan ja Petäjaveden hankkeissa tai-teilijoiden halutaan tuottavan pysyviä tai tilapäisiä teoksia avoimiin, mielel-lään yllätyksellisiin ympäristöihin, joissa ne olisivat helposti saavutettavissa. (Karstulan kunta 2014; Petäjaveden kunta 2014.) Karstulassa aluetaiteilijan kokonaistyöajasta 20 prosenttia on varattu omaan taiteelliseen työskente-lyyn. Tämä on merkittävä periaatteellinen teko, jolla halutaan tukea nimen-omaan ammattitaiteilijuutta ja taiteen näkyvyyttä kunnassa. Tavoitetta tukee myös taiteilijan työnkuvaan kirjattu kuratointitehtävä, jonka mukaisesti hän tuottaa ammattitaiteilijoiden näyttelyitä kuntiin. Alueella on aikaisemmin ollut vireääkin kuvataideharrastusta, mutta se on hiipunut vuosien saatossa. Aluetaiteilijan palkkaamisella toivotaan saatavan nostetta omaehtoisen kuvataideharrastuksen lisääntymiseen kunnissa. Kansalaisopisto on valmis mahdollistamaan tätä harrastusta lisäämällä kuvataidekurssien määrää kysynnän lisääntyessä. (Karstulan kunta 2014.)

Jos Karstulassa ja Petäjävedellä ammattitaiteilijoista onkin aikaisemmin ollut puutetta, tismalleen päinvastainen on tilanne Kankaanpäässä: siellä jo puoli vuosisataa toimineet Taideyhdistys ja Taidekoulu ovat luoneet alueelle vahvan kuvataiteen perinteen. Julkisia taideteoksia on runsaasti niin kaupungissa kuin sinne johtavien väylien varrella. Voidaan jopa sanoa, että Kankaanpäässä taiteen kohtaamiselta ei voi välttyä. Osa opiskelijoista jää opintojen jälkeen paikkakunnalle aloittelemaan uraansa. Tätä helpottaa se, että kaupunki tukee taiteilijoiden työskentelyä vuokraamalla heille edullisia työskentelytiloja. Alueella onkin keskimääräistä enemmän ammattitaiteili-joita ja sinne on jopa syntynyt pienimuotoinen taiteilijayhteisö. Aktiivisesti näkyvällä taiteilijatoiminnalla on kuitenkin myös kääntöpuolensa – taidetta



on jo niin runsaasti, että asukkaat alkavat turtua siihen. Taideteoksen paljastaminen ei enää juuri ylitä uutiskynnystä. Perinteisesti taideteokset ovat ilmestyneet katukuvaan valmiina teoksina, jolloin yleisön osallisuuden tunne jää väistämättä ohueksi. Tähän on nyt haettu muutosta: Hankkeen avulla halutaan osallistaa yhtäältä kuntalaiset taiteen tekemiseen ja toisaalta myös taideopiskelijat yleisöjen kanssa tehtävään työhön. Samalla halutaan tehdä oppilaitos kuntalaisille lähestyttävämmäksi ja etsiä oppilaitoksesta ulospäin, kokeilemaan ja näyttämään, mitä lisäarvoa oppilaitoksen osaamispaama voi tuottaa kaupungille ja sen asukkaille. (Kuusimäki 2015; Mustaniemi 2015.)

Erilaisia käytöstä pois jääneitä tai vähäisellä käytöllä olevia tiloja on annettu aluetaitelijoiden käyttöön (Petäjaveden kunta 2014; Hetemäki 2015). Petäjävedellä tällaisena toimii Toimila-niminen entinen paperikauppa, joka sijaitsee näkyvällä paikalla kunnan raitilla. Talosta ja sen pihasta on muodostunut aluetaitelijoiden kehittämä yhteisöllinen ja vapaamuotoinen taideympäristö, jossa yleisö saa rakennella taideteoksia joko yhdessä taiteilijoiden kanssa tai itsenäisesti toimien. (Juvonen 2015b; Koponen 2015; Rosa 2015b.) Talon värikäs piha ja helposti lähestyttävä taiteilijapari ovatkin luoneet alueelle tarkoituksellisen epähierarkkisen ja rennon miljöön, joka houkuttelee spontaaniin ja omaehtoiseen osallistumiseen. Karstulan hankkeessa taiteilijalle on annettu ateljee- ja toimitila entisestä vanhainkodista. Myös se sijaitsee keskustaa-ajamassa. Taiteilija järjestää tilassa avoimia työpajoja ja työskentelee siellä itsekkin säännöllisesti. Työpajatilaan on ajoittain avattu pop-up-kahvila, mikä onkin selvästi madaltanut kynnystä tulla tutustumaan taiteilijaan ja myös kokeilla itse eri tekniikoita. Erityisen kiinnostuneita toiminnasta ovat olleet opettajat. Heillä ilmeisesti on ollut tarvetta aidon taiteilijakontaktin löytämiseen ja tarjoamiseen oppilaille kunnissa, joissa muita ammattikuva-taiteilijoita ei ole lainkaan. (Hetemäki 2015.)

Selkeästi taidetoimintaan keskittyneiden tilojen lisäksi kulttuuritoimintaa on haluttu tuoda myös monipalvelutiloihin tai keskuksiin, joissa on muita palveluita. Karstulassa on valtionperintövaroilla avattu Heikin tupa-niminen oleskelutila, jonka toivotaan aktivoivan kaikenikäisiä kuntalaisia ja erityisesti kolmannen sektorin toimijoita (Patamaa 2015). Toivottavaa on, että siellä alkaisi syntyä myös taide- ja kulttuuritoimintaa (Hetemäki 2015). Tila sijaitsee ostoskeskuksen ja Kelan palvelupisteen kanssa samoissa tiloissa. Riihimäen Peltosaarella asuinalueen yhteiseksi oleskelutilaksi tarkoitettu Olohuone on perustettu tyhjilleen jääneeseen ostoskeskukseen. Olohuoneen toivotaan houkuttelevan alueen asukkaita yhteisen toiminnan ääreen ja kulttuuritoiminta nähdään tässäkin menetelmänä madaltaa kynnystä ja osallistaa asukkaita. (Seitsonen 2015; Vekki 2015; Vesén 2015.) Hakunilan kansainvälisen yhdistyksen tilat sijaitsevat nekin ostoskeskuksen yhteydessä. Yhdistyksen tila on monipalvelukeskus, sillä sen toimintaan kuuluu maahanmuuttajien neuvonta ja myös Vantaan kaupungin

*Tsemppari*-hanke käyttää sitä jalkautuvassa työssään (Hamdon 2015; Kentta 2015). Neuvontapisteeseen päästäkseen asiakkaan on kuljettava yhdistyksen galleriatilan läpi. Yhdistys kokeekin, että nimenomaan neuvonta- ja tukipalvelut auttavat tuomaan uusia asiakkaita myös taiteen kokijoiksi ja mahdollisesti taidetoimintaan osallistujiksi, sillä yhdistys voi samalla markkinoida taide- ja kulttuuritoimintaansa. (Hamdon 2015; Pajunen 2015; de Roberti 2015.) Kuvaavaa on, että itse sanat taide ja kulttuuri on häivytetty kaikkien tilojen nimistä. Elitistiseltä kalskahtavien sanojen pois jättämisellä haluttaneen madaltaa osallistumisen kynnystä ja korostaa sen sijaan yhteisöllisyyden ja omaehtoisen osallistumisen merkitystä.

Hankkeet, joissa pyrittäisiin luomaan verkkovälitteisiä kulttuuripalveluja tai yhteistuottamaan niitä virtuaalisten yhteisöjen kanssa, ovat edelleen melko harvinaisia. On tosin huomattava, että digitaalisesti välitetyn toiminnan yleistymiselle on ymmärrettäviä toiminnallisia tai teknisiä esteitä – vanhusväestön kohdalla internetin käyttötaito tai -halukkuus ei ole itsestäänselvyys eivätkä myöskään internetin tiedonsiirtonopeudet kaikkialla ole riittävällä tasolla esimerkiksi suoratoistolähetysten seuraamiseen. Lähetysten tuottamisessa suurimmaksi ongelmaksi ovat osoittautuneet monimutkaiset tekijänoikeuslait, joita digitoitua esitystä tuottavan ja lähettävän toimijan on hankala hahmottaa (Hautio 2014). Madaltaakseen tästä syntyvää estettä Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän Elämänlaatuverkosto yhteistyössä OKM:n kanssa on nyt tuottamassa materiaalia, jolla selvennetään sähköisten kulttuuripalvelujen tekijänoikeuskysymyksiä (Talvitie 2015).

Keski-Uudenmaan teatterin hankkeeseen sisältyvä Taidenetti on ottanut digitaalisen toimintaympäristön tarjoaman haasteen vastaan: Hankesuunnitelmaan kuuluu digitaalisten sisältöjen tuottaminen ja lähettäminen. Tavoitteena on, että yleisö voi myös osallistua reaaliaikaisesti lähetyksiin interaktiivisesti kotikoneeltaan käsin. Kohderyhmänä teatterilla ovat esimerkiksi kotona lasten kanssa olevat äidit ja vuorotyöläiset, joiden käytännön mahdollisuudet osallistua kulttuuritoimintaan ovat rajoittuneet. (Juutilainen 2015; Pahkin 2015.) Suurin osa tästä kohderyhmästä on todennäköisesti lähes diginatiivia internetin ja sosiaalisen median sukupolvea, jolle palvelujen käyttö ja vuorovaikutteisuus sähköisessä mediassa on mitä luontevin tapa toimia ja osallistua.

Janakkalassa pyritään kehittämään kulttuurikeskusta asukkaiden ja yhteisöjen lähtökohdista, yhteissuunnittelun ja joukkoistamisen näkökulmasta. Joukkoistaminen tapahtuu sekä fyysisissä tapaamisissa että verkossa. Tällä tavoin on saatu innostettua mukaan jonkin verran toimijoita, mutta kehittämistyö vaatisi lisää resursseja nimenomaan sosiaalisessa mediassa tapahtuvan toiminnan ylläpitoon. Nopeassa syklissä elävässä sosiaalisessa mediassa toimiminen vaatii jatkuvaa fasilitointia ja toistuvaa syötettä tai se hiipuu. Iduillaan olevien ideoiden vapaa jakaminen ja yhteiskehittäely ei myöskään ole kaikille luonteva tapa toimia – osa toimijoista kehittää toimintaa

mieluummin pääsyräjoitetuissa ympäristöissä kuin täysin julkisesti. (Haapa-  
oja 2015.)

Jyväskylän *Kulttuurikolmio*, Riihimäen *Kulttuuriviritys* ja Tampereen *Tessun kulttuurihöntsyt* ovat laajoja kaupunginosien aluekehitykseen liittyviä hankkeita, joissa kulttuuri nähdään yhtenä välineenä asukkaiden kokonaisvaltaiseen osallistamiseen oman asuinalueensa kehittämiseen. Jyväskylässä haluttiin hankkeen myötä lähteä ravistelemaan myös kaupungin omaa tapaa toimia ja tuoda siihen rakenteisiin menevää muutosta aidon osallistamisen henkeen. Haluttiin, että myös kaupunkihallinto opettelisi uutta toimintakulttuuria ja luopuisi ”aukottoman etukäteissuunnittelijan” roolistaan. Tavoitteena oli delegoida valtaa ja vastuuta asukkaille sekä luoda uusia päätöksentekomenetelmiä luottamukseen perustuvalla kokeilukulttuurilla. Konkreettisena eleenä tästä esimerkiksi kehittämishankkeen projektihallinnointi haluttiin ulkoistaa kolmannen sektorin toimijalle, Jyväskylän kestävä kehitys JAPA ry:lle. (Jyväskylän kaupunki 2015.) Käytännön hankehallinnolliset säännökset kuitenkin estivät tämän tavoitteen toteutumisen ja Jyväskylän kaupungin on hankehakijana edelleen oltava myös hankkeen hallinnoija. Tulevaisuudessa tämän kaltaiset esteet on kuitenkin mahdollista poistaa jo hakemusta suunniteltaessa. (Aholainen 2015.)

Kiinnostus taidetta ja kulttuuria kohtaan koetaan – ainakin kulttuuriväen piirissä – itsestäänselvyydeksi. Osallistumisen ja syvemmänkin osallisuuden odotetaan lisääntyvän saatavuuden lisääntyessä. Osittain varmasti näin onkin. Toistuva taiteelle altistuminen kunnan katukuvassa, alueellisessa mediassa ja ihmisten puheissa voi vaikuttaa alueen, jopa kokonaisen kunnan taidekäsitukseen. Se voi vaikuttaa siihen, että kunta esimerkiksi panostaa aiempaa enemmän taideopetukseen tai taideopinnoista haaveilevat nuoret saavat kannustusta ja uskaltavat toteuttaa haaveensa. Kankaanpään esimerkin kaltainen taiteilijuutta suosiva ilmapiiri, yksikin tunnettu taiteilija tai jopa yksittäinen teos voi puolestaan vaikuttaa koko kunnan imagoon. Esimerkiksi Saarijärven kunnasta puhuttaessa muistetaan mainita Tapperin taiteilijaveljekset yleensä heti fiktiivisen Saarijärven Paavon jälkeen.

Palvelujen käyttämättömyydessä on kuitenkin usein kyse siitä, että toivottu kohderyhmä ei yksinkertaisesti koe toimintaa kiinnostavaksi. Tilan ja toiminnan tarjoaminen eivät automaattisesti osallista eikä palvelujen lisääminen lisää osallisuushalukkuutta niiden kohderyhmien parissa, jotka eivät niitä lähtökohtaisesti halua käyttää. Hankalasti tavoitettava, ei-kiinnostunut henkilö pysyy sellaisena, mikäli toiminta ei tunnu omakohtaisesti kiinnostavalta.

Inaktiivisen kohderyhmän tavoittaminen haastaa kulttuuritoimijat pohtimaan niin kulttuurin kuin toimijuudenkin käsitteitä, joihin molempiin sisältyy tiedostettua tai tiedostamatonta vallankäyttöä. Aktiviteettien tarjoamisen sijaan niitä tulisi suunnitella kohderyhmän aloitteesta ja heidän

ehdoillaan (ks. Panu Mäenpään artikkeli tässä teoksessa). Tämä näkökulman muutoksen tarve tiedostetaan erityisesti osallisuuspainotteisissa hankkeissa kohtuullisen hyvin. Menetelmävalikoima on kuitenkin enimmäkseen vielä melko totunnainen ja sisältää ensisijaisesti ajatuksen palvelun tarjoamisesta ja sen pohjalta syntyvästä yhteisöllisyydestä tai ainakin yhteistyöstä, joka johtaa syvempään osallistamiseen. Hanketoiminta ohjaa toimintaa luontaisesti siihen suuntaan, että toiminnan lopputuloksen pitäisi olla ennakoitavissa ja mitattavissa. Petäjaveden Toimilan ennalta määrittelemätön, lähes itsestään syntynyt taidetoiminta ja Jyväskylän pyrkimys rikkoa omaa hallintohierarkiaansa ovat tässä suhteessa kiinnostavia poikkeuksia. Niille yhteistä on pyrkimys tilaan, jossa lopputuloksen halutaankin olla ennalta arvaamaton. Tässä rohkeudessa piilee aito syvällisen osallistamisen mahdollisuus.

### **5.3 Päivi Ruutiainen & Kaisa Suomela: Cascoland – julkinen tila kuuluu kaikille**

Amsterdamilainen Cascoland-kollektiivi on vuonna 2004 perustettu taiteilijoiden, arkkitehtien, muotoilijoiden ja esiintyjien kansainvälinen verkosto. Cascolandin teesi on ”julkinen tila kuuluu kaikille”. Väliintulot eli interventiot, epätyypilliset julkisen tilan käyttöön liittyvät taideprojektit, yhteiskunnalliset projektit ja taiteilijavaihdot ovat Cascolandin alaa. Kollektiivin pääsuunnittelijat Roel Schoenmakers ja Fiona de Bell aloittavat projektit ja toteuttavat ne erilaisten taiteilija- ja vapaaehtoisryhmien kanssa. Cascoland on tehnyt lukuisia projekteja Hollannin lisäksi Etelä-Amerikasta Afrikkaan ja Eurooppaan. Projektit aloitetaan tutustumalla kohdemaan tai -kaupungin käsiteltävään aihepiiriin ja toimintatapoihin. Schoenmakers uskoo siihen, että ulkopuolisin silmin tarkasteltuna alueiden kehittämiskohteet ja ominaispiirteet tulevat helpommin huomatuiksi. Taiteen keinoja on käytetty erilaisin tavoin välineenä: projektien lähtökohtana on taiteellinen osaaminen, jota käytetään yhteiskunnallisen toiminnan ja vaikuttamisen välineenä. Projekteissa on tehty pienen tuntuisia, mutta merkittäviä toimenpiteitä. Esimerkiksi Durbanissa korumuotoilija Gitte Nygaard ja muotoilija Jair Straschnow tekivät osana laajempaa projektia lukittavia postilaatikkoja kodittomille lapsille, jotta lapsilla olisi osoite postia varten. Ilman osoitetta he eivät voineet hakea henkilökorttia, jolloin he eivät voineet päästä kouluunkaan.

Yksi Cascolandin suurimmista projekteista on ollut *Cascoland Kolenkit*. Viisi-vuotinen projekti aloitettiin vuonna 2010. Sen tavoitteena oli amsterdamilaisen lähiön Bos-En-Lommerin asukkaiden osallistaminen yhteisölliseen toimintaan ja alueen viihtyvyyden parantaminen. Bos-En-Lommerin asukkaista 80 prosenttia koostui marokkolaistaustaisista maahanmuuttajista. Alueen asukkaat olivat projektiin aloitusaikoihin sulkeutunutta, omissa yhteisöissään viihtyvää

työläis- ja maahanmuuttajaväestöä eikä aluetta voinut kutsua viehättäväksi. Cascoland-kollektiivi päätti parantaa Bos-En-Lommerin väestön oloja. Koska alue on ankeahkon näköistä ja harmaata betonilähiötä, parannettiin sen viihtyvyyttä esimerkiksi liikuteltavilla ja lainattavilla puutarhakärryillä sekä rakentamalla alueen keskelle virkistysalue, jonne perustettiin kaupunkiviljelyksiä, kanala sekä alueen asukkaiden yhteiskäyttöön tarkoitettu ruokailualue. Cascolandin toimisto on alueen sydämessä, jossa järjestö valmistaa biokaasulla leipää alueen asukkaiden vanhentuneista ruokatuotteista. Ainutlaatuinen valmistuslaite kehitettiin yhteistyössä Amsterdamin teknillisen yliopiston kanssa. Viihtyvyyden lisäämiseksi alueella sijaitseva pitkä jalankulkutunneli maalattiin. Hedelmäpuut tuottavat satoa ja alueen asukkaat voivat kokoontua aiemmalla jättömaalla ja lisäksi alueella on vierastalo.

Kontakti Bos-En-Lommerin väestöön oli projektin alussa olematon. Väestön marokkolaistaustasta johtuen Cascoland koki hedelmällisimmäksi lähestyä alueen miesasukkaita, koska heidän kauttaan saatiin integroitua myös Bos-En-Lommerin naiset mukaan alueen toimintaan. Kaikkien toimenpiteiden lähtökohtana olivat asukkaiden omat tarpeet ja toiveet. Pitkäjänteisen ruohonjuuritason työn ansiosta Cascolandista tuli osa ihmisen tavanomaista arkea.

Tärkeää vapaaehtoisten sitouttamisessa ja vapaaehtoistoiminnan mielekkyydessä on yhteisen päämäärän määrittely. Tämä on koskenut kaikkia Cascolandin projekteja. Esimerkiksi Kolenkit-projektissa taiteen ja designin avulla ankeahkon asuinalueen viihtyvyys ja arvostus nousivat ja tämä mahdollisti yhteisöllisyyden kehittymisen – siten taiteen käyttäminen on ollut väline, ei varsinainen päämäärä. Cascoland ei ole vain taideprojekti, vaan siitä on kasvanut merkittävä vaikuttaja Amsterdammassa. Vaikka taiteen merkitys on suuri kaikissa sen projekteissa, on paikallisesti tehty työ myös poliittista toimintaa. Poliitikot kuuntelevat Cascolandin toimijoita ja samanlaista ruohonjuuritasolta nousevaa toimintaa soisi näkevänsä myös muualla. Lähiön sosiaaliset ongelmat ovat vähentyneet ja asukkaat tuntevat ylpeyttä omasta alueestaan. Tämänäköistä toimintaa kannattaisi kokeilla myös Suomessa ongelmallisiksi koetuissa lähiöissä. Toiminnan kohteena voivat olla kaikki alueen asukkaat, jolloin mahdollistetaan alueen identiteetin vahvistuminen ja siellä asuvien omanarvontunnon nosto.


Maahanmuuttajataustaiset yleisöt eivät enää kauan ole Suomessakaan erityisryhmä. Nykyisessä tilanteessa maahanmuuttajataustaisten tulijoiden virratessa Suomeenkin olisi tarpeellista kehittää matalan kynnyksen toimintaa. Cascolandin esimerkkiä seuraten suomalaisten kulttuurilaitosten olisi hyvä varautua tulevaan ja kehittää ohjelmistoaan suuntaan, jossa monikulttuuriset tapahtumat eivät ole enää vain tietyn kulttuurin tai kansanryhmän ”esittelyä”. Samoin tarpeellista olisi mahdollistaa se, että voidaan reagoida nopeasti vaihtuviin tilanteisiin. Tosin suomalaisen yhteiskunnan rakenteet eivät mahdollista vielä kaikkien yllä esiteltyjen toimenpiteiden käyttöönottoa

sellaisenaan, joka johtuu juuri suomalaisesta hallintokulttuurista. Suomessa on eri kaupungeissa vaikeaksi koettuja lähiöitä, kuten Helsingin Vesala, jonne kansanedustaja Olli Immonen haluaisi lähettää maahanmuuttajat. Riihimäellä sijaitsevaa Peltosaaren aluetta on haluttu kehittää erilaisin tavoin. Lahdessa Liipola on ollut voimakkaan kehittämisen kohteena. Suomessa varsinkin kaavoituspolitiikka on este sille, että paikalliset asukkaat voisivat ottaa esimerkiksi jättömaita haltuunsa sekä vaikuttaa oman lähiympäristönsä viihtyisyyteen. Jo kaupunkitilan saaminen tilapäiseen käyttöön edellyttää kaupunkien lupaprosessien tuntemista. Cascolandin mallin toteuttaminen Suomessa edellyttäisi monenlaisten toimintakulttuurien muuttamista, mutta myös vahvaa tukea päättäjiltä.

Cascoland on saavuttanut merkittävän poliittisen aseman ruohonjuuritason toiminnalla, jolloin on kuunneltu asukkaita ja tuettu heidän arkista toimintaansa. Kaupunginosien asukkaiden kuulemisessa pitää käyttää perinteisten kuulemistilaisuuksien ja kyselyiden lisäksi esimerkiksi taiteellisen toiminnan mahdollisuuksia. Esimerkiksi Lahdessa osana Liipolan kaupunginosan kehittämistä Raisa Vattulainen keräsi kertomuksia kaupunginosan arjesta ja tästä tehtiin Lahden kaupunginteatterissa esitetty näytelmä. Valokuvat lähiön asukkaista, tarinoiden kerääminen arjesta ja muut taiteelliset interventiot edistävät paitsi asukkaiden kuulemistä, myös heidän osallisuutensa lisäämistä. Kun asukkaat kokevat lähiön omakseen, ovat he valmiimpia toimimaan.

Kaupungin päättäjien on oltava valmiita tukemaan toimintaa. Päättäjien mukaan ottaminen asukkaiden rinnalle interventioiden tekemiseen tuo konkreettisesti esille asukkaiden tarpeita. Cascolandin mallin mukaan esimerkiksi Roel Schoenmakersin käyttäminen konsulttina ja toiminnan käynnistäjänä on hyvä vaihtoehto. Tarkastelemalla alueen problematiikkaa ulkopuolisen silmin sekä paikallisten asukkaiden ja taiteilijoiden yhteisen työskentelyn avulla saadaan uudenlaisia avauksia. Cascolandin projektit ovat auttaneet paikallisia ihmisiä heidän arjessaan, mutta myös tehneet näkyväksi monia ihmisiä koskettavia ongelmia.

Alueiden viihtyvyyden parantaminen voi olla kohtalaisen pieniäkin toimenpiteitä. Hollannin malliin voidaan tehdä siirrettäviä istutusaloja sekä ottaa epäviihtyisiä alueita asukkaiden hyötykäyttöön. Tällaista on tehty pienimuotoisesti Suomessakin: istutuksissa viljellään syötäviä kasveja, joita kuka tahansa voi hyödyntää. Ruohonjuuritason viherrakentaminen ei ole vain viihtyisyyden lisäämistä, vaan se on myös osallisuuden edistämistä ja vastuun kantamista omasta ympäristöstä. Moniammatillinen toiminta, jossa muotoilijat ja muiden alojen ammattilaiset asukkaita kuunneltuaan toimivat yhdessä asukkaiden kanssa, on ehdoton edellytys toimintakulttuureiden muuttamiselle.



# 6 Panu Mäenpää

Viisi askelta aitoon  
osallistumiseen  
kulttuurialalla

# 6 Panu Mäenpää: Viisi askelta aitoon osallistumiseen kulttuurialalla

Tämän artikkelin kirjoittamisen aikana oli juuri käyty vaalit. Yksi vaalin tuloksista oli se, että kirkkoveneiden ja akuunkkojen äänestäminen oli huomattavasti vähentynyt. Yhtenä syynä tutkijat pitivät sitä, että Perussuomalaiset oli tuonut uudenlaisen tavan puhua politiikkaa. Puolueen retoriikka oli lähempänä arkipäivää, jokapäiväistä todellisuuttamme, ja monet ihmiset ovat tunteneet sen muita enemmän omakseen. Itse en missään nimessä koe Perussuomalaisten ajamia asioita omikseni enkä toivo puolueelle menestystä. Sen sijaan aloin miettiä, voisiko myös kulttuuriala innostaa ja osallistaa tavallisia ihmisiä puhumalla heidän kieltään. Kansa ei halua leivoksia, vaan ihan tavallista leipää, tavallisella arkikielellä tarjottuna.

Vaikuttaa siltä, että nykyinen järjestelmä ei kannusta yhteiskunnalliseen osallistumiseen. Se ei osallista meitä, jotka nykyaikana olemme tottuneet saamaan välittömän palautteen teoillemme. Tässä artikkelissa tarkastelen sitä, mitä asioita kulttuurisessa nuorisotyössä ja laajemmin koko kulttuurialalla voitaisiin tehdä toisin. Miten kulttuuri olisi osallistavampaa, erilaiset ihmiset mukaansa tempaavaa, avointa ja silti tavoitteellista? Tarkastelen näitä kysymyksiä nojaten omaan kokemukseeni kulttuurisen nuorisotyön parissa. Esitän viisi tiivistä ohjetta kulttuuriselle nuorisotyölle ja koko kulttuurialalle.

Kulttuurisella nuorisotyöllä on kaksi tehtävää: opettaa taidelähtöisiä menetelmiä ja mahdollistaa osallistumisen kokemuksia nuorille. Sen tulee tukea nuorten omien kokemusten peilaamista ympäröivään yhteiskuntaan. Onnistunut kulttuurinen nuorisotyö tekee näkyväksi sekä osallistujan itsensä että hänen ajatuksensa aktiivisesta elämästä. Näin nuori ottaa osaa yhteiskuntaan tavalla, jolla hän voi ilmaista omat ajatuksensa turvallisessa ilmapiirissä. Ohjaajan tehtävä on tarjota välineet nuoren omasta tunnetilasta nousseeseen projektiin. Kulttuurisella nuorisotyöllä on siis sekä taidepedagogisia että kansalaistaidollisia tavoitteita.

Toimin Nuori Kulttuuri -säätiön kulttuurisuunnittelijana 2006–2011 ja toiminnanjohtajana vuosina 2012–2015 ennen siirtymistäni Setan puheenjohtajaksi 2015. Nuori Kulttuuri -järjestelmän historia ulottuu vuoteen 1947. Silloin suomalaiset kulttuuritoimijat kokivat, että olympiahuuman alla nuori kansamme oli jäämässä kokonaan ruumiin vangiksi ja henkinen puoli oltiin unohtamassa kokonaan. Alettiin järjestää ”Henkisiä kilpailuja”,



joiden tarkoituksena oli sekä kehittää kansamme identiteetin kasvua ja uudelleenrakentamista että kartoittaa suomalaisten kulttuurista osaamista. Samankaltaisena tehtävä on jatkunut viimeiset 68 vuotta.

Nuori Kulttuuri -toimikunta luovutti vuonna 2010 opetus- ja kulttuuriministeriölle strategian vuosille 2011–2020. Siihen oli kirjoitettu julkiseksi myös uusi tavoite: kulttuurisen nuorisotyön tulee olla osa jokaisen suomalaisen kunnan nuorisotyötä vuonna 2020. Kulttuurin opettamisen, oppimisen, kokemisen ja mahdollistamisen vaade kaikkialla valtakunnassamme otettiin ykkösprioriteetiksi. Vuonna 2013 Nuori Kulttuuri -toiminta tavoitti 263 kuntaa Suomessa, yhteensä 320 kunnasta. Voidaan siis varmaankin hyvillä mielin todeta, että järjestelmän valtakunnallisuus toteutui. Yhteistyötä tehtiin läheisesti alueellisten ELY-keskusten ja paikallisten nuorisotoimien kanssa. Yhteistyöverkostoa oli kasvatettu järjestelmällisesti vuosien ajan.

## **6.1 Tee kulttuurista nuorisotyötä nuorten ehdoilla**

Ensimmäinen edellytys kulttuurisen nuorisotyön onnistumiselle on tiedostaa, että nuorisotyön tehtävä ei ole tarjota nuorille valmiita aktiviteetteja, vaan tehdä niitä nuorten kanssa, heidän aloitteestaan ja heidän ehdoillaan. Yksi hyvä esimerkki tästä on nuortenideat.fi -sivusto, jolla kerätään tietoa ja kartoitetaan, mistä nuoret ovat juuri nyt kiinnostuneet.

Nuorten omaehtoisen toiminnan tärkeyteen päädyin itsekin, kun aloimme uudistaa koko Nuori Kulttuuri -järjestelmän rakennetta. Useiden vuosikymmenten ajan järjestelmän kehittäminen oli paljolti riippunut edustuksellista toimikunnasta, jossa nuoria ei ollut laisinkaan. Säätiön toiminnanjohtajana matkustin ensimmäisen kahden vuoden aikana noin 150 päivää vuodessa kertomassa nuorisotyöntekijöille ympäri Suomea siitä, miten he voivat itse tehdä tapahtumia ja miten he voivat itse innostaa nuoria paitsi esiintymään, myös järjestämään taidetapahtumia. Nuori Kulttuuri -tapahtumatuottajakoulutus sai alkunsa. Vuodesta 2008 alkaen lähdimme kehittämään ensin oheisohjelmaa järjestäjäpaikkakunnan nuorisovaltuustojen kanssa. Itse esiintymistapahtumatuotanto oli luonnollisesti NK-toiminnan hallinnassa, mutta mitä nuoret voisivat tehdä esiintymisen ulkopuolella? Mikä saisi heidät jäämään paikkakunnalle koko viikonlopuksi? Nämä olivat asettamani avainkysymykset toiminnan kehittämiseksi.

Nuorten ottaminen mukaan tapahtuman toimittajiksi vahvisti viestiä siitä, että tapahtuma oli nuoria varten. Vuosittain koulutettavat nuoret vapaaehtoiset saavuttivat viestinnässään sen, mitä me aikuiset emme. He pystyivät

muokkaamaan viestin kohderyhmällemme selkokieliseksi. He pystyivät viestimään, että toimintaan on mahdollista osallistua, vaikkei taidetta harrastaisikaan. Jälleen madalsimme kynnyistä ja saavutimme myös mainonnan perustavoitteen: “Mainonnassa on pyrkimyksenä tavoitteellinen tiedon antaminen tavaroista, palveluista, tapahtumista tai yleisistä asioista” (Iltanen 2000, 54).

Henkilökohtaisten tapaamisten innoittamana tarinoita alkoi muodostua, myös omaan puheeseen. Tarinoiden ja henkilökohtaisten onnistumisten kautta ihmiset alkoivat myös jakaa omia tarinoita omissa piireissään ja vaikutus oli suoraan näkyvässä osallistujamäärissä. Alueelliset tapahtumat kaksinkertaistuivat ja osallistujamäärät tuhatkertaistuivat. Oli muodostumassa ilmiön sijaan jatkuvaa toimintaa, jatkuvaa innostusta ja osallisuutta toimintaan.

Toimintaan osallistuvista oli tulossa lauma. Ja lauma oli luomassa itselleen identiteettiä, johon oli helppo muidenkin liittyä: tule mukaan toimintaan, meillä on kivaa! Maija-Riitta Ollila uskoo vahvasti ihmisen olevan laumaeläin ja lauman luovan kollektiivisesti arvonsa: “Arvoilla tarkoitetaan ihmisten merkitykselliseksi kokemia asioita, jotka asetetaan toiminnan päämääräksi. Niihin kiinnitytään tunneperäisesti. (...) Arvoja asetetaan, jotta todellisuus muuttuisi paremmaksi. Rakennetaan parasta mahdollista maailmaa, mutta sellaisista aineksista, jotka täällä maapallolla nähdään olemassa oleviksi.” (Ollila 2008, 87.) Arvokas kokemus tulla otetuksi huomioon synnytti kollektiivisen hyvänolon tunteen ja sai osallistujat tuntemaan itsensä yhteisön jäseniksi. Tätä innostusta tuli ruokkia järjestämällä tapahtumassa yhä useampia vapaan kohtaamisen hetkiä. Tämä oli avain siihen, miten saimme lauman pysymään yhdessä, koko viikonlopun ajan. Suunnittelussa mukana olivat jälleen nuoret, mikä oli omiaan edelleen vahvistamaan ilmiön muuttumista jatkuvaksi toiminnaksi.

Samalla kun vastuullistimme nuoria ja tarjosimme mahdollisuuden osallisuuteen, huolehdimme myös markkinointimme rehellisyydestä: tarinat olivat aitoja ja ne kertoivat tapahtumista juuri sellaisina, kuin nuoret ne kokivat. Vastuullisuus siis säilytettiin tällä tavalla. Nando Malmelin huomauttaa omassa artikkelissaan, että “Lasten lisäksi nuoret ovat kohderyhmä, jolle markkinoinnissa on asiantuntijoiden mielestä noudatettava erityisen herkkävireistä arviointia” (Malmelin & Wilenius 2008, 70). Olen tästä täysin samaa mieltä, ja lisäksi vielä, että nuorten aliarviointi ja heille valmiiksi tekeminen nimenomaan olivat ne seikat, joilla Nuori Kulttuuri ei menestynyt. Se, että nuoria kohdellaan yhtä arvokkaasti kuin aikuisiakin “asiakkaita” ja heille tarjotaan mahdollisuus antaa palautetta ja kritisoida “perinteitä” on ja oli se tie, joka johti uudenlaiseen kukoistukseen.

## 6.2 Tee kulttuuritapahtuma ensikertalaisille

Kulttuuritapahtumien esteettömyydestä on puhuttu usein vammaisten yhteydessä ja kehitys on ollut positiivista. Esteettömyydestä on syytä puhua myös henkisellä tasolla siinä mielessä, miten me kulttuuri- ja tapahtumatoimijoina viestimme omista tapahtumistamme. Teemmekö me tapahtumaa vain valitulle joukolle, vai mahdollistammeko kokemuksen myös ensikertalaisille, jotka haluavat kokeilla jääkiekkopelin lisäksi jotain muuta? Tapahtumamarkkinointia usein aliarvostetaan, ja Helena Vallo ja Eija Häyrynen (2014, 97) toteavatkin, että kyllähän älykkäät ihmiset osaavat paikalle tulla. Tästä harhaluulosta on päästävä eroon. Nykypäivänä meidän täytyy pystyä ratkaisemaan, miten tieto on saatavilla yhtä matalalla kynnyksellä kuin paikalle tuleminenkin.

Kynnys kulttuuri-instituutioihin on yllättävän korkea. Meidän tulee toimia aktiivisesti juuri sillä hetkellä, kun ”perushenkilössä” herää kipinä toimintaan mutta instituutio itsessään vaikuttaa luoksepääsemättömältä kulttuuribastionilta. Suomalaisen kirjastolaitoksen suhteen olemme onnistuneet siinä, että omistajuus ja osallisuus on jo syvälle kaiverrettu kansalliseen mieleen. Muiden kulttuurilaitosten tilanne ei ole yhtä hyvä. Teatteriin pukeudutaan edelleen pyhäpukuun. Se koetaan arjen yläpuolella olevaksi paikaksi, jonne pitää sonnustautua, sen sijaan että se olisi osa normaalia arkea. Aikoinaan minua kovasti ilahdutti Britanniassa asuessani se, että teatteriin mentiin farkut päällä ja katsomoon ostettiin popcornia näytännön ajaksi. Teatteri oli viihtymistä varten yhtä paljon kuin sivistymistä.

Kulttuuritapahtumissa on vähän sama ongelma, kuin nykyään demokraattisessa osallistumisessa. Osallistumista miettivät molemmissa yleensä ihmiset, jotka ovat itse olleet ”putkessa” koko elämänsä, on sitten kyseessä taidekouluista ja/tai poliittisista nuorisojärjestöistä. Me, jotka olemme löytäneet taiteen merkityksen vasta myöhemmällä iällä, tiedämme kuinka vaikeaa on ottaa ensimmäinen askel siihen linnakkeeseen, jossa kulttuuri asuu. Ihan niin kuin mihin tahansa jo valmiiseen ryhmään, niin myös kulttuurin suurkuluttajiin on vaikeaa yhtäkkiä vain sulautua. Siksi meidän kulttuuria tuottavien organisaatioiden onkin helpointa lähteä houkuttelemaan erilaisia, vapaasti muodostuneita ryhmiä joukkoomme. Se tapahtuu nimenomaan tuotteistamisen avulla. Miten me voimme löytää sen tulokulman juuri tälle tietylle ryhmälle? Tässä tulevat mukaan organisaatioissa nimenomaan vapaaehtoiset, ja näkisin ns. ulkopuolisten palautteen tärkeimpänä. Tämä vaatii tietenkin meiltä vahvaa halua olla valmiina altistamaan itsemme kritiikille ja elättelemään mahdollisuutta, ettemme aina tiedäkään parhaiten. Se tuntuu olevan erityisesti vanhempien (ja nyt tarkoitan historiallisesti) toimijoiden ongelma.

## 6.3 Ole visionäärinen tapahtumajärjestäjä

Tapahtumaa valmisteltaessa, varsinkin kun on kysymys perinteikkäästä tapahtumasta, on hyvä pitää mielessä peruskonventioiden lisäksi myös oma näkemys: mihin juuri minä haluan tämän tapahtuvan kehittyvän? Ympärillä on varmasti joukko ihmisiä, jotka haluavat tehdä kaiken niin kuin viimeksi. Voimakkaasti kuitenkin neuvon olemaan kuuntelematta näitä ääniä, jos tuottajana tai järjestäjänä haluat tapahtuman ja sen sanoman saavuttavan laajemman kuulijakunnan. Iris Autio kertoo omasta kokemuksestaan tuottajan roolista: “Minä kannustaisin kyllä nimenomaan kasvattamaan omaa visionäärisyyttä. (...) Se ei kuitenkaan poista sitä tosiasiaa, että ytimessä on aina taide, ja minun tehtäväni on auttaa sen toteutumisessa” (Saksala 2015, 203). Visionäärisuus on iso osa ihmisten aktiivointia, vaikka sitä joskus Suomessa kavahdetaan. Edellä mainitut Aution kaksi lausetta kiteyttävät ajatukseni. Vaikka uudistushenkisyys on nykyaikaa, on kaiken keskellä se, mitä ja miksi tapahtumaa tehdään. Tehtävä ei ole siis muuttaa ydintä, vaan miettiä siihen erilaisia näkökulmia, joilla saadaan myös passiiviset ja uudet kävijät liikkeelle.

Hyvä esimerkki visionäärisyydestä on Porin Jazz -festivaali, joka on vuosien varrella laajentanut toimintaansa ja saanut myös uusia sukupolvia tutustumaan jazziin. Tapahtumaa on kritisoitu useasti siitä, että se on unohtanut jazzin ytimen ja myynyt sielunsa kaupallisuudelle. Olen tästä eri mieltä. Tapahtumaan on löydetty uusia näkökulmia ja mahdollisuuksia osallistua, musiikillisen tietämyksen tasosta tai varallisuudesta huolimatta. Musiikkiin voi saada kontaktin myös kaikille avoimilla tilaisuuksilla ja kipinä voidaan herättää. Festivaaleilla on huomioitu oivallisesti myös nuoremmat sukupolvet: organisaatio on ymmärtänyt, että uusia sukupolvia on pakko kasvattaa, jos tapahtumaa halutaan tehdä vielä seuraavakin 50 vuotta.

Vastakkainen, näköalaton esimerkki on entisen kotipaikkakuntani Seinäjoen Tangomarkkinat, joka on antanut visionäärisyydelle vähemmän tilaa ja tuottaa vuodesta toiseen täysin samanlaisia tapahtumia. Merkillä pantavaa onkin se, että tapahtuman kylkeen on pesiytynyt ns. tango-vapaa vyöhyke, jossa paikalliset ravintoloitsijat ovat osanneet jo vuodesta toiseen tarjoilla lähialueen nuorille aktiviteetteja, ilman tangoa.

Samalla tavalla kuin ihmisinä meillä on eri roolit, on myös tapahtumallemme ja sillä sanomalla, jota pyrimme välittämään. Gummesson (2005, 35) summaa kirjassaan: “Kaikkiällä on samoja ihmisiä, mutta eri rooleissa: yrityksen työntekijöinä, yrittäjinä, yksityishenkilöinä, kuluttajina, perheenjäseninä, ystävinä, erilaisten sosiaalisten ryhmien jäseninä.” Näihin eri rooleihin on meidän syytä perehtyä, jotta löydämme sen näkökulman, miksi juuri tämä ihminen on kaivannut mahdollisuutta ottaa osaa meidän toimintaamme.

Visiosta toimeen ryhtyessä on syytä pohtia, miten saa huomiota omalle tekemiselleen. Nuori Kulttuuri -toiminta oli vuonna 2006 saavuttanut pisteen, jossa valtakunnalliseen tapahtumaan osallistui kokonaisuudessaan noin 1300 ihmistä. Suurempiin lukuihin oli siis varaa päästä. Nuori Kulttuuri -toiminnasta oli tehtävä ilmiö.

Lauri Hilliaho ja Johanna Puolitaival (2015) kuvaavat ilmiön ominaisuuksia seuraavasti: 1) sosiaalinen toiminta, joka tekee ilmiöstä erottuvan, 2) leviävä tarina ja 3) lupaukset, jotka innostavat ihmisiä osallistumaan. Erityisesti ykkös- ja kolmoskohdat olivat toiminnalla jo jokseenkin hallussa, mutta kakoskohta tarvitsi hieman kiillotusta. Kuten aiemmin jo totesin, ihmiset eivät tiedä osallisuuden mahdollisuudesta, ellei sitä heille kerrota. Nuori Kulttuuri -toiminnassa oli siis syytä hankkia ihmisiä – minun lisäksi – kertomaan miksi juuri tämä tapahtuma on heitä varten.

Nuorten osallisuus tapahtumatuotantoon loi heille mahdollisuuden tehdä itselleen paras mahdollinen tapahtuma. Samalla myös me saimme tilaisuuden luoda nahkamme tämän päivän kuosiin. Tässä saatiin todella pienellä panoksella mahdollisuus uudistaa rakenteellisesti, mutta myös luoda ilmiötä, joka sitten itsessään ruokkisi taas organisaation kasvua.

## 6.4 Avaudu poteroista aitoon yhteistyöhön

Kulttuurin kentällä käydään kovaa keskinäistä kamppailua, joka tulisi muuttaa yhteistyöksi. Miten voimme saada eri taidelajit keskustelemaan keskenään? Miten pystymme muotoilemaan yhteiset tavoitteet? Tämä kaikki vaatii ensin sen tunnustamista, että kulttuurialan ja kansalaisjärjestökentän sisäsyntyinen kilpailu ja kateus apurahoista ei kannusta yhteistyöhön. Onko aika miettiä isompia kokonaisuuksia, taidekentän rahoitusta ja edunvalvontaa hoitavia keskusjärjestöjä, jotta pienemmät yksiköt voivat keskittyä sisällölliseen kehittämiseen?

Urheilujärjestöt ovat organisoituneet paljon kulttuurijärjestöjä tehokkaammin. Kulttuurialalla taistelemme samoista rahoista, ja alalla on hyvin paljon kilpailua sekä omien ideoiden piilottelua, jottei niitä kukaan nappaa. Sen sijaan, että miettisimme miten saavuttaisimme yhdessä, yhtenä rintamana enemmän, tyydymme olemaan poteroissa ja vaanimaan toisia.

Linkittäjänä toimiminen on hyvä termi sille, mitä voimme olla, kun haluamme käyttää kulttuuria myös osallisuuden välineenä. Sellaisena ainakin itse näin oman roolini, ja sellainen rooli minulla on myös tätä artikkelia kirjoittaessani. Heiskasen ja Lehiköisen (2010) mukaan “reviiri- ja siiloajattelun keskeisiä ilmentymiähän ovat tiedon panttaaminen sekä haluttomuus soveltaa ja hyödyntää

muiden keksimiä ideoita.” Meillä, tässä yhdistysten luvatussa maassa, on hämmästyttävän vähän yhteistyötä erilaisten toimijoiden kanssa. Vallalla on ajatus siitä, että kilpailemme samoista ihmisistä. Osaksi se on tottakin, mutta mitäpä jos kilpailemisen sijaan miettisimme, miten saisimme joukkoon mukaan uusia ihmisiä emmekä käyttäisi aikaa samojen ihmisten huomiosta taistelemiseen?

## 6.5 Nojaa päätökset tutkimustietoon

Useimmat kulttuurialan tilannearviot, niin kuin tämäkin artikkeli, pohjautuvat paljolti omaan henkilökohtaiseen kokemukseen. Tarvitsemme paljon enemmän tutkimusta, tiukkaa faktaa siitä, miten työemme vaikuttaa. Tämä vaatii myös uudenlaista puhetapaa meiltä: joudumme hetkeksi laittamaan taiteen sivuun ja puhumaan niistä sivutuotteista, mitä se tuo mukanaan. Mitä muuta voimme saavuttaa, kuin vain lopputuloksen, taiteen?

Ensimmäiseksi meidän tulisi murtaa ajatus kulttuurin ja taiteen tuottamattomuudesta. Tämän stereotyyppisen kuvan muuttamiseen olemme matkalla, jos saamme kaksi edellistä korjattua. Meidän tulee myös miettiä omaa retoriikkaamme siitä, miten puhumme työstämme niille, jotka eivät ole piirisämme. Samalla tavalla kuin artikkelin alussa esittelin, kuinka retoriikan muuttaminen on saanut osallistumisenkin muuttumaan, on meidän tärkeää myös puhua ihmisille kielellä, jota he ymmärtävät. Kaikki eivät puhu taidetta ja kulttuuria, mutta kaikki osallistuvat päätöksentekoon. On meidän tehtävämme osoittaa se, että kulttuuria on kaikki ja kaikki kuuluvat kulttuuriin.

Kokemukseni mukaan kulttuurin harrastaminen on pitkään kärsinyt uskottavuusongelmasta. Taideharrastaminen on nähty vapaa-ajantoimintona, jolla ei ole mitään muuta tarkoitusta kuin luoda “taidetta”. Lainausmerkit siksi, että yleinen asenne ei ole kokenut, teknokraattisessa yhteiskunnassamme, että taide voisi varsinaisesti tuottaa mitään. Toisin sanoen se ei tuota rahaa eikä työllistä massoja.

Sen sijaan suomalaisessa yhteiskunnassa tunnustetaan urheilun merkityksellisyys ihmisen hyvinvoinnissa. Urheilu onkin viime vuosina viisaasti omaksunut sanastoa kulttuuriharrastukselta: urheilussa puhutaan nykyään ryhmän merkityksestä yksilöön, omien voimavarojen tutkimisesta ja tuntemisesta sekä itsensä kehittämisestä. Nämä kaikki pätevät tietenkin myös kulttuuriharrastamiseen, mutta miksi emme ole saaneet ääntämme yhtä tehokkaasti ja uskottavasti kuuluviin?

Itse olen kokenut tutkimustiedon hyvinkin tarpeelliseksi. Aloitteestani taidekasvatusasiantuntijat tutkivat teatteritapahtumassa vuonna 2009 sitä, mistä nuorten itsensä tekemät esitykset kertoivat. Asiantuntijoiden tehtävänä oli

napata kiinni siitä, mitä nuoret itse improvisoimillaan ja käsikirjoittamillaan teoksilla halusivat kertoa. Edellisenä vuotena tapahtuneet Kauhajoen kouluam-pumiset olivat vahvasti läsnä. Nuorten kertomukset sisälsivät hätää ja reflektiota siitä, miksi kaikista ei huolehdita, missä on aikuisten vastuu. Tämä sama kokeilu toistettiin vuonna 2013 asiantuntijoilla ja tälle kertaa myös nuorten vertaisryh-män kanssa. Tulokset heijastelivat taloudellisen tilanteen tuomia huolia kotona. Näytelmät olivat pastisseja suomalaisesta kodista, vanhempien huolesta ja työt-ömyydestä. Kaikki nämä nuorten silmien läpi.

Vuonna 2013 teimme kyselytutkimuksen valtakunnalliseen tapahtumaan osal-listujille. Tutkimuksesta selvisi, että 85 prosenttia vastanneista osallistui aktii-viseen kansalaistoimintaan myös muuten kuin tapahtumissa. Tämä oli otettava osaksi Nuori Kulttuuri -brändiä ja viestittävä siitä, että kulttuurista harrastustoi-mintaa ei tehdä yhteiskunnan ulkopuolella, vaan nimenomaan se on osana tuke-massa sitä, että nuoret kokevat vahvaa osallisuutta omaan elämäänsä ja yhteis-kuntaan. Nuorisobarometrin 2014 tulokset vahvistavat myös ajatusta siitä, että nuoret ovat omasta mielestään aktiivisia vaikuttajia. Kyselyn mukaan, asteikolla 1-10, nuorten usko omiin vaikutusmahdollisuuksiin oli 8,1. (Myllyniemi 2015, 64). Onko siis kuitenkin kysymys siitä, että nuoret ovat aktiivisia vaikuttajia, muttei ei vain tavalla, jolla me toivoisimme? Kulttuurisen nuorisotyön parissa olevat nuoret ainakin tuntuvat vahvistavan tätä kuvaa.

## 6.6 Lopuksi

Olen yllä esitellety omaa, pienimuotoista toimintaani erään kulttuurisen tapah-tuman avaamisesta kaikille sekä tiettyjä ongelmakohtia, joita meillä järjestö- ja kulttuuritoimijoilla on. On hyvä pitää mielessä, että jos on tyytyväinen tavoit-taessaan haluamansa kohderyhmän, ei ole syytä miettiä laajentumista. Jos kuitenkin on halu viedä ydinsanomaansa eteenpäin, ei kannata kädet puus-kassa olla kiukkuinen, kun “suuri” yleisö ei ymmärrä. Kaikkea ei tarvitsekaan ymmärtää. Minäkään en ole vielä ymmärtänyt jääkiekkoa eikä jääkiekko ole tuntenut tarvetta tehdä itseään minulle ymmärrettäväksi.

Tunne ja henkilökohtaisen kokemuksen tarjoaminen ovat nykyajalle tärkeitä asioita, erityisesti nuorille. Olemme menossa siihen suuntaan, että suuremman kuvan sijaan olemme valmiita ja hanakoita kiinnittymään yksittäisiin asioi-hin. Siinä on myös taiteen mahdollisuus tuoda ihmisiä yhteen. Taide ja kult-tuuri voivat linkittää yksittäisiä asioita isoimmiksi kokonaisuuksiksi. Kaiken aktivoinnin ydin on siis tunne. Mitä me saamme ihmisen voimakkaasti tun-temaan, kun hän osallistuu tapahtumaamme tai toimintaamme? Mitä me saamme ihmisen tuntemaan sekä asiasta että omasta itsestään? Fyysinen ja psyykinen esteettömyys on saavutettava ja ajatuksellisetkin norsunluutornit murrettava. Me kaikki haluamme kuulua laumaan, jossa on samat, tunteisiin

perustuvat arvot. On meidän tehtävämme huolehtia sen tunteen synnyttämisestä ja ruokkimisesta. Nykyisessä toimessani Seta ry:n puheenjohtajana haluan huolehtia, että kuka tahansa yhdenvertaisesti ihmisoikeuksiin uskova on tervetullut toimintaamme riippumatta siitä, kuuluuko hän mihinkään vähemmistöön vai ei. Tunne siitä, että tekee arvokasta työtä, on riittävä.

Tutkimustiedon hankkimisessa ja sen lobbaamisessa kulttuuripuolella sen sijaan on varaa ryhdistäytyä. Päättäjille tulee osoittaa, että taide ja kulttuuri itsessään tuottavat merkittävää lisäarvoa eivätkä ”vain” taiteellisen lopputuloksen. Tarvitsemme vahvaa näyttöä taiteen ja kulttuurin hyvinvointimerkityksestä, jotta voimme vakuuttaa nekin, joille vain numerot ovat indikaattori ”hyödyllisyydestä”. Taiteen ja kulttuurin keinoin peilaamme yhteiskuntaa ja sen jäsenten tilaa jatkuvasti ja nyt on aika tehdä siitä konventio.

Ennen kaikkea meidän täytyy itse olla avoimia muutokseen ja erilaisten arvojen uudelleenarviointiin. Hyvä ystäväni, Suomen partiolaisten puheenjohtaja Anna Munsterhjelm totesi eräässä puheessaan suurin piirtein näin: ”Nuotiolla on kiva olla tuttujen kavereiden kanssa, mutta jos emme ole valmiita ottamaan piiriimme uusia kavereita, huomaamme pian istuvamme yksin tulen ääressä.” Siksi meidänkin tulee olla avoimia uusiin kokeiluihin, erityisesti oman piirimme ulkopuolella.

Tässä artikkelissa olen puhunut osallistamisesta enimmäkseen nuorten näkökulmasta. On kuitenkin olemassa myös iso määrä suomalaisia aikuisia, jotka ovat menettäneet uskonsa demokraattiseen vaikuttamiseen. Miksi siis haluamme puhua vain nuorista eikä aikuisista? Onko yhdentekevää, mitä aikuiset tekevät, koska heihin emme voi enää vaikuttaa? Vera Schoultz toteaa artikkelissaan (2010, 93): ”Nuorten vähäistä kiinnostusta edustuksellisen demokratian osallistumismuotoja kohtaan ei ehkä koettaisi niin ongelmallisenä, jos ilmiö olisi tilapäinen ja liittyisi vain nuoruuteen. Ongelma on kuitenkin se, että osallistuminen päätöksentekoon, esimerkiksi äänestämiseen, ei välttämättä lisäännä iän myötä.” Tämän vuoksi viittä ohjettani tulisi soveltaa kulttuurialalla yhtäläillä aikuisiin kuin nuoriinkin. Lopuksi haluan vielä painottaa viestiä, jonka sanoin tähän projektiin liittyvässä seminaarissa: Lakataan lässyttämästä. Ei puhuta enää, kuinka taide on tärkein. Todistetaan se.





## **7 Jussi Linkola & Päivi Timonen**

Uuden tekniikan  
mahdollisuudet  
osallistamisessa

# 7 Jussi Linkola & Päivi Timonen: Uuden tekniikan mahdollisuudet osallistamisessa

Osallistaminen toimintana voidaan määritellä seuraavasti: “se perustuu eri toimijoiden ideoiden, osaamisten, valmiuksien ja taitojen tehokkaaseen hyödyntämiseen ja käyttöön yhteisesti sovittujen tavoitteiden toteuttamiseksi” (Auvinen & Liikka 2015, 5). Kulttuuripolitiikan näkökulmasta osallistamisella tavoitellaan osallisuutta, joka pitää sisällään yksilön toimijuuden vahvistumisen, kehittämiseen ja päätöksentekoon osallistumisen sekä yksilön voimaantumisen toimijuuden myötä (Virolainen 2015, 96). Osallisuuteen voidaan pyrkiä ja osallistumista tukea esimerkiksi nuorisotyössä, kulttuuri-työssä sekä vanhustyössä.

Nuorisotyössä nuorten osallistumiseen ja aktiiviseen kansalaisuuteen ohjaa nuorisolaki, jossa määritellään nuorten osallistumisesta ja kuulemisesta seuraavaa: “*Nuorille tulee järjestää mahdollisuus osallistua paikallista ja alueellista nuorisotyötä ja -politiikkaa koskevien asioiden käsittelyyn. Lisäksi nuoria on kuultava heitä koskevissa asioissa.*” (Finlex 2015b, 1§; 8§.) Nuorisolain mukaan nuoria ovat alle 29-vuotiaat.

Kansalaisten osallistumista ja vaikuttamista on mahdollistettu verkkopalveluiden ja uuden tekniikan avulla vuosien ajan. Internet ja sosiaalinen media ovat avanneet uusia väyliä yksilön aktiiviselle toimijuudelle ja myös verkossa osallisuutta pyritään edistämään. Osallistaminen voi olla esimerkiksi joukkoistamista (*crowdsourcing*), jossa työ tai tehtävä annetaan verkon kautta määrittelemättömän ihmisjoukon suoritettavaksi (Howe 2006), tai parvimaista työskentelyä, jossa itseohjautuvat yksilöiden ja organisaatioiden ryhmät kerääntyvät yhteisten aiheiden ympärille (Valkokari ym. 2014, 41). Verkko-osallistuminen lähtee yleensä liikkeelle yksilöistä itsestään. Tutkiessaan 10–15-vuotiaiden lasten verkko-osallistumista Tuukkanen (2014, 46–59) on määritellyt osallistumisen vaikuttamisen prosessiksi ja sosiaalisesti toiminnaksi.

Tarkastelemme tässä artikkelissa, miten tekniikan avulla voidaan tarjota osallistumismahdollisuuksia erilaisten yhteisöjen toimintaan. Painotus on internetin ja modernin viestintäteknologian hyödyntämisessä. Tapausesimerkiksi nostamme nykytaiteen museo Kiasman, joka on määrätietoisesti hyödyntänyt uutta tekniikkaa yleisöjensä osallistamisessa. Haluamme esimerkkien kautta

esittää tapoja, joita voidaan hyödyntää ja soveltaa verkko-osallistamisessa. Lopuksi pohdimme, millaisia osallistumismahdollisuuksia nykyinen ja tuleva tekniikka voisi tarjota kulttuurialalla ja nuorisotyössä.

## 7.1 Verkon kehityspolkuja

*WWW eli World Wide Web* syntyi vuonna 1989, kun Tim Berners-Lee esitti ajatuksensa tutkijoiden ja yliopistojen välisestä, automatisoidusta tiedon jakamisesta (CERN 2015). 1990-luvun aikana verkko laajeni ja kehittyi, mutta sen käyttö edellytti erityistaitoja ja -välineitä. Verkkojulkaiseminen vaati HTML (*Hyper Text Markup Language*)-kuvauksikielen hallintaa sekä pääsyä WWW-palvelimelle. Julkaistujen verkkosisältöjen määrä kuitenkin lisääntyi nopeasti. Tietomäärän hallintaa auttamaan syntyi esimerkiksi Google, joka innovatiivisen hakukoneensa myötä kasvoi voimakkaasti vuosikymmenen loppupuolella (Google 2015).

Vuosituhanne vaihtuessa verkon käyttö sekä tarjolla olevat palvelut lisääntyivät vauhdilla. Henkilökohtainen verkkojulkaiseminen yleisty muun muassa blogien suosion myötä. Näiden päiväkirjamaiseen tiedon tallentamiseen ja julkaisemiseen tarkoitettujen verkkosivustojen suosio kasvoi voimakkaasti 2000-luvun alussa, erityisesti tarkoitusta varten kehitettyjen julkaisualustojen myötä (Wikipedia 2015a). Verkkoselaimella käytettävien työkalujen ansiosta blogin pitäjän ei tarvinnut enää hallita HTML-pohjaista julkaisemistapaa, mikä madalsi teknistä julkaisukynnystä radikaalisti.

Toinenkin verkko-osallistumisen näkökulmasta kiinnostava varhainen verkkoilmiö alkoi kerätä suosiota vuosituhanne vaihteessa. Kyseessä on wiki, jonka periaatteena on, että kuka tahansa voi mahdollisimman helposti muokata verkkosivuston sisältöjä (Wikipedia 2015b). Tunnetuin wikisivusto Wikipedia perustettiin tammikuussa 2001 (Wikipedia 2015c). Se on verkkoalusta, jolle on vapaaehtoisten osallistujien toimesta rakennettu kaikille avoin, kenen tahansa muokattavissa ja täydennettävissä oleva tietosanakirja.

2000-luvun loppupuolella syntyi useita verkon käyttötapoja laajentaneita palveluja. Videoiden julkaisemiseen tarkoitettu YouTube aloitti toimintansa vuonna 2005 (YouTube 2015) ja sosiaalinen verkosto Facebook avautui kaikkien halukkaiden käyttöön vuonna 2006 (Facebook 2015). Vuonna 2006 aloitti toimintansa myös Twitter, korkeintaan 140 merkin viesteihin perustuva aktiivinen viestintäpalvelu (Wikipedia 2015d).

2010-luvun keskeiseksi trendiksi voisi nostaa mobiililaitteiden yleistymisen ja verkon mobiilikäytön voimakkaan lisääntymisen. Tärkeä

merkkipaalu tässä kehityksessä oli ensimmäisen iPhone-puhelimen lanseeraus vuonna 2007 (The Verge 2014). Tästä alkanut suurilla kosketusnäytöillä varustettujen laitteiden kehitys on tuonut mukanaan monia tapoja hyödyntää verkkoa. Yhtenä kehityssuuntana ovat kahdenkeskiseen tai pienen ryhmän väliseen kommunikointiin tarkoitetut pikaviestimet, joilla ei julkaista sisältöä verkkoon vaan kohdennetusti halutulle vastaanottajajoukolle.

Vuonna 2014 16–89-vuotiaista suomalaisista 86 prosenttia käytti internetiä (Tilastokeskus 2014a). Edellä kuvatun, hyvin yleistetyt kehityskaaren myötä internet on vapauttanut tiedonvälitystä ja lisännyt tiedon saatavuutta ja saavutettavuutta. Sen mahdollistamana on syntynyt uusia tapoja seurata maailmaa ja tuoda sisältöjä muiden ulottuville. Internet on tarjonnut yksilöille ja organisaatioille mahdollisuuden matalan kynnyksen julkaisutoimintaan lukuisten teknisten ratkaisujen, verkkopalvelujen ja -alustojen myötä.

Levinneisyydestä huolimatta on selvää, ettei kaikilla ole mahdollisuutta hyödyntää verkon mahdollisuuksia. Teknologiasidonnaisuuden vuoksi verkko on haavoittuva ja altis häiriöille. Esimerkiksi Suomessa on yhä alueita, joissa on otettava huomioon verkon kantamattomuus ja katvealueet. Tapahtumien yhteydessä on tärkeää etukäteen selvittää verkon toimivuus ja kapasiteetti, jos verkko-osallistumiselle suunnitellaan tapahtumaan jonkinlaista roolia. Esimerkiksi elävän kuvan lähettäminen verkon kautta vaatii nopean ja luotettavan verkkoyhteyden, joka voi silti joutua koetukselle, jos sadat ihmiset käyttävät yhteyttä samaan aikaan.

Nopea tekninen kehitys ilmenee ikävällä tavalla myös siten, että palvelujen kehittäjät rakentavat tuotteensa usein uusimpien tekniikoiden ja tehokkaimpien päätelaitteiden mukaan, jolloin heikompitehoinen tietokone voi olla ominaisuuksiltaan puutteellinen halutussa käytössä. Samoin mobiililaitteiden tehot kasvavat ja käyttöjärjestelmät kehittyvät jatkuvasti, ja uusien sovellusten sujuva käyttäminen voi edellyttää laitteen ja ohjelmiston säännöllistä päivittämistä. Osallistumisen esteeksi voi yksinkertaisesti nousta se, että ei ole mahdollisuutta hankkia tarvittavaa laitteistoa.

Vaikka tilastollisesti suuri osa suomalaisista käyttää internetiä, jää sen ulkopuolelle myös suuri joukko ihmisiä. Iäkkäiden ihmisten voi olla vaikea oppia tietokoneiden ja mobiililaitteiden käyttölogiikkaa ja toisaalta myös heikentynyt motoriikka ja näkö tekevät esimerkiksi mobiililaitteiden käytöstä vaikeaa. Varmasti on myös niitä, jotka kokevat internetin tai ainakin suuren osan sen palveluista tarpeettomiksi.

## 7.2 Osallistumisväyliä ja -tapoja

Verkko avaa uusia mahdollisuuksia osallistumiselle. Erilaisten aloitteiden tekeminen, kommentoiminen ja saattaminen suuren yleisön saataville on nykyään vaivatonta internetiä edeltävään aikaan verrattuna. Esimerkkeinä kansalaisten osallistamiseen tuotetuista verkkopalveluista mainittakoon oikeusministeriön ylläpitämä demokratia.fi-verkkopalvelu sekä sen alaisuudessa sijaitsevat Kansalaisaloite.fi- ja Nuortenideat.fi-palvelut.

Demokratia.fi-sivustolle on koottu vaikuttamisen ja päätöksenteon välineitä, joista tunnetuin lienee Kansalaisaloite.fi. Palvelussa äänioikeutettu Suomen kansalainen voi tehdä aloitteen uudesta laista tai olemassa olevan lain muuttamisesta tai kumoamisesta, ja jos aloite saa 50000 kannatusilmoitusta, se etenee eduskunnan käsittelyyn (Oikeusministeriö 2015).

Tunnettu Kansalaisaloite.fi-palvelun kautta edennyt aloite on kansalaisaloite tasa-arvoisesta avioliittolaista, joka päivättiin palveluun 19.3.2013 ja lähetettiin eduskunnan käsittelyyn tarvittavien 50000 kannatusilmoituksen täytyttyä 13.12.2013 (Oikeusministeriö 2013). Avioliittolain muuttamista koskeva lakiehdotus hyväksyttiin eduskunnassa 12.12.2014 (Eduskunta 2014). Näin verkossa tarjottu osallistumisväylä johti konkreettisesti lakimuutokseen.

Nuortenideat.fi on tarkoitettu osallistumiskanavaksi, jonka kautta nuoret voivat esittää ideoitaan esimerkiksi koulunsa tai kotikuntansa toiminnan kehittämiseksi. Palvelussa muut nuoret voivat kommentoida, kannattaa tai vastustaa aloitetta, ja käsittelyn jälkeen päätös tai lopputulos tuodaan näkyviin aloitteen yhteyteen. (Koordinaatti... 2015a.) Nuorisotyöntekijät voivat osallistua verkkopalvelun paikalliseen moderointiin ja ylläpitoon sekä toimia linkkinä nuoren ja päättäjän välillä.

Nuortenideat.fi-palvelussa on esimerkiksi aloite, jossa lahtelaista rap-artisti Brädiä on toivottu Porvooseen ikärajattomalle keikalle. Aloite on saanut neljäkymmentä kannatusta, se on siirretty Porvoon nuorisovaltuuston käsittelyyn ja lopulta aloite on johtanut toivotun keikan toteutumiseen. (Koordinaatti... 2015b.)

Edellä mainitut esimerkit edustavat sellaisia verkko-osallistamisen muotoja, joissa osallistajana toimiva taho tarjoaa osallistumiselle verkkoalustan. Tällainen toimintatapa edellyttää varsin merkittäviä panostuksia palvelujen kehittämiseen ja ylläpitämiseen. Soveltuvissa tilanteissa voidaan myös hyödyntää olemassa olevia verkkovälineitä ja sosiaalisen median palveluja.

Sosiaalinen media on termi, jolla kuvataan yhteisöllistä sisällöntuotantoa ja sisältöjen jakamista sellaisten verkkovälineiden kautta, jotka – välineestä riippuen – mahdollistavat esimerkiksi sisältöjen kommentoinnin,

muokkaamisen ja jakamisen edelleen. Termiä on määritelty monissa yhteisissä ja erään määritelmän mukaan ”Sosiaalinen media on prosessi, jossa yksilöt ja ryhmät rakentavat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkoteknologioiden avulla.” (Kalliala & Toikkanen 2009, 18.) Osallistamisen näkökulmasta voidaan siis havaita, että tietyn asteinen osallistuminen sisältyy lähtökohtaisesti sosiaalisen median käsitteeseen. Sosiaalinen media on olemassa ainoastaan silloin, kun yksilöt ja ryhmät tuottavat, julkaisevat ja jakavat sisältöjä eli osallistuvat yhteisten merkitysten rakentamiseen.

Katri Lietsala ja Esa Sirkkunen ovat teoksessaan *Social media – Introduction to the tools and processes of participatory economy* jakaneet sosiaalisen median seuraaviin lajeihin: 1) sisällön luomisen ja julkaisemisen välineet, 2) sisällönjakopalvelut, 3) sosiaaliset verkostot, 4) yhteistoiminnalliset tuotannot, 5) virtuaalimaailmat sekä 6) lisäosat (Lietsala & Sirkkunen 2008, 29). Jaottelu on suurelta osin toimiva tänäkin päivänä, vaikka moni uusi mobiilikauden palvelu ei istukaan tähän jaotteluun.

Mitä sosiaalisen median palveluja tällä hetkellä käytetään? ebrand Suomi Oy julkaisi alkuvuodesta 2015 tutkimuksen suomalaisten nuorten sosiaalisen median käyttöön liittyen. Tutkimuksen mukaan nuorten suosimia palveluja juuri nyt ovat *YouTube, WhatsApp, Facebook, Facebook Messenger, Instagram, Spotify, Skype, Snapchat, Twitter ja Feissarimokat* (Weissenfelt & Huovinen 2015).

Jos suosittuja palveluja peilaa Lietsalan ja Sirkkusen jaotteluun, voi havaita että esimerkiksi Facebook sisältää useampaan lajiin sopivia ominaisuuksia: se on sosiaalinen verkosto, jossa voidaan luoda, julkaista ja jakaa sisältöjä sekä tehdä yhteistoiminnallisia tuotantoja. Toisaalta moni suosittujen palvelujen listassa oleva sovellus ei sovi vuoden 2008 jaotteluun. Näitä ovat mielestämme pikaviestimet WhatsApp, Facebook Messenger ja Snapchat. Kyseiset sovellukset ovatkin mobiiliajan tuotteita ja niiden toimintalogiikka ja käyttötavat ovat syntyneet vasta mobiililaitteiden yleistymisen myötä.

Kiinnostavaa on myös se, että perinteinen sisällön luomisen ja julkaisemisen muoto, blogi, ei mahdu nuorten suosimien palvelujen joukkoon. Tämä siitäkin huolimatta, että 16–74 vuotiaista suomalaisista 48 prosenttia on vuonna 2014 ilmoittanut lukeneensa blogeja viimeisen kolmen kuukauden aikana (Tilastokeskus 2014b).

## **7.3 Osallistumisen tukeminen, verkkofasilitointi ja yhteisömanagerointi**

Verkkofasilitointi ja yhteisömanagerointi ovat termejä, jotka liittyvät oleellisesti osallistamiseen verkon välityksellä. Termit kuvaavat toimintaa, jossa verkon kautta tapahtuvaa osallistumisprosessia tuetaan ja prosessissa kertynyttä informaatiota muokataan ymmärrettävään muotoon jatkotyöstöä varten. Toiminnan tarkoituksena on poistaa osallistumisen esteitä, saada aiheen ympärille runsaasti osallistujia sekä muovata osallistujien tuotoksista eheitä kokonaisuuksia, joita voidaan tarvittaessa käyttää jatkokehittelyn pohjana.

Käytännössä verkkofasilitointi voisi tarkoittaa esimerkiksi demokratia.fi-osoitteen alaisuudessa oleviin palveluihin lisättyjen aloitteiden tunnetuksi tekemistä, aloitteiden herättämien kommenttien ja ideoiden läpikäymistä, jalostamista sekä kiteyttämistä sellaiseen muotoon, että ne voidaan toimittaa eteenpäin aloitteen käsittelevälle taholle.

Yhteisömanageri on ammattinimikkeenä jo levinnyt verkkonuorisotyöhön. Esimerkiksi Pelastakaa Lapset ry:n verkkonuorisotoiminnan työntekijöitä kutsutaan yhteisömanagereiksi (Pelastakaa Lapset ry 2015). Yhteisömanagerit ylläpitävät muun muassa Suunta-palvelua ja verkkonuorisotalo Netaria. Verkkofasilitointia edellyttää myös nuorten toteuttama HypeCon-tapahtuma Keravalla. Tapahtuma suunnitellaan pitkälti verkon kautta ja tässä hyödynnetään verkon parvia ja joukkoistamista (Joensuu 2014; HypeCon 2015).

## **7.4 Verkkonäkyvyys ja -läsnäolo, tapausesimerkinä Kiasma**

Verkkoa ja sosiaalisen median kanavia voi hyödyntää monin tavoin kulttuuri-palvelujen tunnetuksi tekemisessä ja osallistamisessa. Käsittelemme seuraavaksi nykytaiteen museo Kiasman verkkonäkyvyyden eri ulottuvuuksia sekä niiden osallistavia piirteitä satunnaisen verkon käyttäjän näkökulmasta.

### **Kotisivut ja itse ylläpidetyt palvelut**

Kiasman kotisivusto edustaa perinteistä, yksisuuntaista verkkoviestintää, jossa julkaisija tuo valitsemansa informaation sivuston vierailijoiden saataville. Kotisivusto sisältää kattavasti tietoa henkilölle, joka suunnittelee

vierailua museoon. Vierailijan kannalta keskeisimmät tiedot eli aukioloajat, osoite sekä pääsylippujen hinnat löytyvät helposti. Tiedot käynnissä olevista näyttelyistä ja muusta ohjelmistosta ovat myös hyvin esillä. Museon sivuille on koottu tietoa museovieraiden osallistumista ja aktiivisuutta tukevasta toiminnasta. Tätä edustavat esimerkiksi opastettu Kiasma-kierros, Kiasman taidepajat, lapsille suunnattu Kiasma-monsterin kierros sekä Ihastu ja vihastu -kierros, jonka tavoitteena on herättää keskustelua teosten taustoista (Kiasma 2015a). Liikuntaesteisten sekä näkö- ja kuulovammaisten vierailijoiden osalta tieto tilojen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta on vaivatta löydettävissä. Museon omien teoskokoelmien osalta sivuilta johtaa linkki Kansallisgallerian sivustolle, jolta löytyy runsas määrä teosten kuvia kattavien lisätietojen kera (Kansallisgalleria 2015).

Kotisivuihin kytkeytyy kiinteästi Kiasma-blogi, jossa museon työntekijät julkaisevat museon toimintaan, näyttelyihin ja teoksiin liittyviä, kirjoituksia, kuvia ja videoita sisältäviä blogimerkintöjä (Kiasma-blogi 2015). Tällainen henkilökohtaisia kokemuksia painottava julkaisukanava tuo muuten informatiivisuuteen tähtäävälle sivustolle pehmeyttä ja persoonallisuutta. Blogin viestintä on omakohtaista eikä siinä määrin virallista kuin verkkosivuston informatiivisuuteen pyrkivissä asiasisällöissä. Uusimpia blogimerkintöjä on myös mahdollisuus kommentoida ja näin hakeutua vuoropuheluun museohenkilöstön kanssa. Blogi voikin parhaimmillaan olla monipuolinen, organisaation tai tapahtuman kiinteää verkkosivustoa täydentävä ja taustoitettava viestintäkanava, jota voi käyttää esimerkiksi uutisten, tiedotteiden ja asiaan liittyvien muiden verkkosisältöjen jakamiseen (Kortesuo & Kurvinen 2011, 72–74).

## **Pelit ja pelillisuus**

Kiasma Tunteella on Kiasman kotisivujen kautta löytyvä pelimäinen sovellus. Sovelluksessa vierailijalle näytetään järjestyksessä seitsemän Kiasman kokoelmista löytyvää teosta ja kunkin teoksen kohdalla on tehtävänä valita yksi tunne, joka vierailijan mielestä kuvaa kyseistä teosta. Lopuksi pelaaja saa nähtäväksi teoksen, joka aiempien vastausten perusteella sopii pelaajan tunnetilaan. (Kiasma Tunteella 2015.) Kiasma Tunteella -sovelluksen kaltainen kevyt pelillisuus voi tuottaa osallistumisen kokemuksen. Jos asiakas esimerkiksi ennen museovierailuaan etsii sivustolta tietoja, voi hän löytää pelin ja pelata kierroksen. Onnistunut ja toimiva pelisovellus voi sitouttaa positiivisesti ja vahvistaa odotuksia vierailua kohtaan.

Kiasman kotisivuilta löytyy myös Super Kiasma Monster -peli, jota voi pelata tietokoneen www-selaimella. Lisäksi pelin voi asentaa Android-käyttöjärjestelmällä varustettuun mobiililaitteeseen. Peli on yksinkertainen



muunnelma yleisestä pelityypistä, jossa ohjataan pelihahmoa horisontaalisesi etenevässä tilassa siten, että hahmo ei saa osua eteen tuleviin esteisiin. (Super Kiasma Monster 2015.) Pikaisen testin perusteella pelillä ei ole paljoa tekemistä Kiasman näyttelyjen tai kokoelmien kanssa, mutta kenties lapsivieraat innostuvat pelistä esimerkiksi opastetulle Kiasma-monsterin kierroksele osallistuttuaan.

## Sosiaalisen median kanavat

Oman kotisivustonsa lisäksi Kiasma on laajentanut verkkoläsnaöloaan useisiin sosiaalisen median kanaviin, joista seuratuin on Facebook-sivu. Facebook on tällä hetkellä suosituin sosiaalinen verkostopalvelu, jossa käyttäjät muodostavat yhteyksiä pääsääntöisesti tosielämän tuttavuus- ja sukulaisuussuhteiden perusteella. Yritykset ja organisaatiot voivat perustaa Facebookiin oman yrityssivun tiedotus- ja markkinointitarkoituksiin ja hyödyntää palvelun mainostustyökaluja käyttäjien tavoittamiseen.

Kirjoittamishetkellä Kiasman Facebook-sivulla on 23005 tykkääjää ja aktiivisesti jaettua, ajankohtaista tietoa. Sivulla on jaettu esimerkiksi Kiasma-blogin uusia julkaisuja, vinkattu tapahtumista sekä julkaistu linkkejä tapahtumia ja näyttelyjä taustoittaviin verkkosisältöihin. Facebook-sivulla on julkaistu runsaasti kuvia museovieraista, jotka ovat osallistuneet esimerkiksi Minä ja Mapplethorpe -tapahtuman valokuvastudioon. Luonnollisesti sivulta löytyvät myös museon aukioloajat sekä sijainti- ja yhteystiedot. (Kiasma 2015b.)

Kiasman Twitter-tiliä seuraa kirjoittamishetkellä 8213 Twitterin käyttäjää. Tilillä on melko paljon samoja sisältöjä kuin Facebook-sivullakin, mutta Twitterin luonteen mukaisesti julkaisujen joukossa on myös runsaasti muiden käyttäjien tekemien, Kiasma-aiheisten julkaisujen uudelleenjulkaisuja eli retwiittauksia. Twitterissä myös kommentoidaan museovieraiden tekemiä twiittejä, joissa Kiasma on mainittu. (Kiasma 2015c.)

Twitter-palvelua voisi luonnehtia reaaliaikaiseksi uutis- ja viestintäkanavaksi, jossa korostuvat julkaisujen avoimuus ja sisältöjen nopea leviäminen. Twitterin osalta huomionarvoista on myös se, että useat Kiasma-blogiin kirjoittavat työntekijät ilmoittavat blogin yhteydessä henkilökohtaisen Twitter-tilinsä tiedot, minkä ansiosta heihin voi ottaa yhteyttä Twitterin välityksellä.

Kiasma toimii aktiivisesti myös Instagramissa. Instagram on valokuvien ja lyhyiden videoiden julkaisemiseen tarkoitettu sovellus ja verkkopalvelu. Kun Instagram-sovellus on asennettu älypuhelimeen, voi sovelluksella ottaa kuvia ja videoita, muokata niitä sovelluksen työkaluilla ja suodattimilla sekä

julkaista tuotokset palveluun omalle tilille. Muiden käyttäjien kuvavirtoja voi seurata, kuvia voi kommentoida ja niistä voi ”tykätä”.

Instagramissa Kiasman tiliä seuraa 2974 käyttäjää. Tilin kuvavirta muodostuu suurelta osin dokumentoivista, hetken tunnelmia ja tapahtuvia välittävästä otoksista sekä muiden Instagramin käyttäjien Kiasma-aiheisten kuvien uudelleenjulkaisuista. (Kiasma 2015d.)

Käyttäjätili antaa myös muille Instagram-käyttäjille mahdollisuuden merkitä Kiasma-tili omiin kuviinsa, minkä ansiosta Instagramissa voi katsella näitä eri käyttäjien julkaisemia Kiasma-aiheisia kuvia. Kiasman voi löytää Instagramista myös paikkana, johon liitettyjen kuvien selaaminen on toinen tapa löytää Kiasmassa otettuja kuvia. Museon asiakkaiden ottamia Instagram-kuvia voi lisäksi löytää esimerkiksi #kiasma-aihetunnisteen eli hashtagin avulla. Näiden eri toimintojen avulla löytyvä materiaalin runsaus osoittaa, että Instagram on aktiivisesti hyödynnetty palvelu, jonka avulla osallistutaan ja jaetaan osallistumiskokemuksia omille tuttaville ja laajemmalle yleisölle.

Videoiden julkaisukanavana Kiasma käyttää YouTubea. YouTube on erittäin suosittu videopalvelu, johon kuka tahansa voi rekisteröityä käyttäjäksi ja luoda kanavan omien videoiden julkaisemista varten sekä palvelusta löytämiensä videoiden jakamista ja kommentoimista varten. YouTubeen julkisesti tallennettuja videoita voi katsella myös rekisteröitymättä palveluun. Palvelun suosion ja monipuolisten toimintojen ansiosta se on toimiva kanava videomateriaalin julkaisemiselle. YouTubeessa julkaistu video voidaan helposti jakaa eteenpäin muissa sosiaalisen median kanavissa ja videot ovat katseltavissa laajasti eri päätelaitteilla.

Kiasman YouTube-tilin seuraajamäärä 188 ei ole suuren suuri, mutta YouTubeen osalta videoiden katselumäärät eivät välttämättä riipu videokanavan tilaajamäärästä. YouTube tarjoaa videoille julkaisualustan, jonka kautta niitä on julkaistu eteenpäin esimerkiksi blogissa, Facebookissa ja Twitterissä. Kiasman julkaisemista videoista katsotuin, valokuvaaja Robert Mapplethorpen näyttelyn mainosvideo, on näin kerännyt tällä hetkellä yli 11000 katselukertaa. Video on muun muassa upotettu Kiasman kotisivuille Mapplethorpen näyttelyn esittelysivulle. Vertailumielessä: sama Mapplethorpen näyttelyn mainosvideo on löydettävissä myös Kiasman Facebook-sivulta, jonne se on julkaistu Facebookin videojulkaisuna. Facebookissa video on kerännyt yli 31600 katselukertaa.

Spotify on musiikkipalvelu, jonka kautta voi kuunnella lukuisten artistien musiikkia. Sitä voi käyttää osittain ilmaiseksi ja kaikki ominaisuudet saa käyttöön kuukausimaksua vastaan. Spotifyn sosiaalisten toimintojen avulla on mahdollista seurata, mitä omat tuttavat palvelun kautta kuuntelevat. (Spotify 2015.) Spotify ei ole mukana Kiasman kotisivuille linkitettyjen kanavien joukossa, mutta

esimerkiksi Kiasman Twitter-tilillä on kerrottu *Kiasma* <3 Robert Mapplethorpe -Spotify-soittolistasta, jolle on koottu 39 valokuvaaaja Robert Mapplethorpeen linkittyvää kappaletta.

Kiasman monipuolinen ja aktiivinen verkkoläsnäolo osoittaa, kuinka kulttuurilaitos voi verkon kautta jakaa tietoa toiminnastaan ja avata kanavia osallistumiselle. On myös helppo havaita, että tällainen osallistaminen ei tapahdu itsestään, vaan eri kanavien käyttäminen ja fasilitointi edellyttää resursseja. Helposti käyttöön otettavat kanavat voivat houkutella mukaansa, mutta lopulta on parempi valita ja hoitaa yksi kanava hyvin kuin viisi huonosti. Kiasman kohdalla on selvää, että resurssit riittävät valittujen kanavien ylläpitoon.

## 7.5 Muita ajankohtaisia verkkopalveluja ja toimintamalleja

Kiasman tapausesimerkin lisäksi haluamme esitellä muutaman ajankohtaisen tai muuten kiinnostavan palvelun ja sovelluksen. Näitä palveluja kenties käytetään aktiivisesti, mutta niiden käyttömahdollisuudet osallistavassa toiminnassa hakevat vielä muotoaan. Sovellus voi myös olla kehitysvaiheessa eikä sen menestymisestä tai laajempaan käyttöön leviämisestä ole vielä takeita.

Aiemmin mainitussa SoMe ja nuoret -tutkimuksessa (Weissenfelt & Huovinen 2015) oli esillä WhatsApp-pikaviestin. Sen avulla käyttäjät voivat lähettää toisilleen tekstiviestejä, kuvia, videoita ja ääniviestejä. Perinteisiin tekstiviesteihin verrattuna WhatsApp on monipuolisempi ja siinä on muun muassa ryhmätoiminto, jonka avulla samaan viestiketjuun voi osallistua useita käyttäjiä. Palvelua käytetään älypuhelimeen asennettavan sovelluksen avulla. WhatsApp on sosiaalisen median välineistä se, jonka parissa suomalaiset nuoret kertovat käyttävänsä eniten aikaa (Weissenfelt & Huovinen 2015).

Henkilökohtaisen viestinnän lisäksi WhatsApp on viime aikoina löytänyt tiensä asiakaspalvelukäyttöön. Esimerkiksi Hygieniapassi.fi-sivusto tarjoaa WhatsAppin kautta tietoa muun muassa koulutuksista ja testeistä (Osaamistehdas Oy 2015). Sovellus voi näin toimia yhteydenottokanavana, mutta sitä voidaan käyttää myös tiedottamistarkoituksiin, jos käyttäjä pyytää lähettämään itselleen uutisviestejä. Tällaista toiminnallisuutta on kokeiltu muun muassa Helsingin Sanomien Nyt-liitteessä, jonka WhatsApp-uutisviestillä oli tammikuussa 2015 lähes 3000 tilaajaa (Nytin toimitus 2015).

Snapchat on tässä artikkelissa kuvattujen palvelujen joukossa uusi tulokas. Sillä voi lähettää valitulle vastaanottajalle tai ryhmälle kuvia, videoita, tekstiä ja

piirroksia, jotka häviävät palvelusta ja vastaanottajan laitteelta katsomisen jälkeen (Snapchat 2015). Tämä lähetettyjen viestien tarkoituksellinen poistaminen on Snapchatille ominainen piirre. Palvelu toimii ainoastaan älypuhelinsovelluksella.

Myös Snapchatin suosio on aiheuttanut liikehdintää ja palvelua on kokeiltu eri tarkoituksissa. Tuore esimerkki Suomesta on Verohallinto, jossa Snapchat on otettu ainakin koekäyttöön (Yle Uutiset 2015). Myös kauppakeskus Kamppi on täydentänyt verkkoläsnäoloaan Snapchatillä kesän 2015 aikana (Markkinointi&Mainonta 2015).

Tulevaisuuden mahdollisuuksia voi heijastella esimerkiksi Ingress-verkkopeli, joka pohjautuu paikkatietoon ja jota pelataan kaupunkien kulttuurikohteissa liikkuen. Pelissä kulttuurisesti merkittäviin kohteisiin on luotu portaaleja, joita “valaistuneet” ja “vastarinta” pyrkivät ottamaan haltuunsa. (Wikipedia 2015e.) Ingress-pelissä portaalien sijainnista voi tehdä ehdotuksia pelin ylläpitäjälle. Miksei olemassa oleviin portaaleihin voisi liittää eri tapahtumien yhteydessä lisäominaisuuksia? Tähän voisi käyttää esimerkiksi mobiililaitteella luettavia QR-koodeja tai laajennetun todellisuuden (Augmented Reality) Aurasma-sovellusta. Myös taiteilijat voisivat ehdottaa Ingress-pelissä portaaleja luotaviksi omiin teoksiinsa. Peliä voisi soveltaa pedagogisiin tarkoituksiin (Rapo 2015) tai paikkatietoa voisi hyödyntää kulttuurilaitoksissa sisäpaikannuksen muodossa. Esimerkiksi museossa kuljettaessa mobiililaitteen kautta tuleva opastus voisi edetä automaattisesti sen mukaan, missä huoneessa ja minkä teoksen luona vieras käyskentelee.

Musiikki- ja teatteriesitysten osalta kiinnostava on The Metropolitan Operan In Cinemas -toimintamalli, jossa oopperaesitys lähetetään reaaliaikaisesti HD-tasoisella kuvalla varustettuna yli 70 maassa sijaitseviin elokuvateattereihin, mukaan lukien Suomi (The Metropolitan Opera 2015). Mitä tapahtuu tulevaisuudessa, kun kuvateknikka kehittyy eteenpäin ja HD-kuvasta päästään tarkempaan 4K-resoluutioon, 8K-resoluutioon ja vielä pidemmälle? Saavuttaako kuvan laatu sellaisen tason, että emme voi erottaa, katsommeko elokuvateatterin valkokangasta vai sen tilalla olevaa näyttämöä? Tällöin voisimme nauttia eri puolilta maailmaa tulevista esityksistä kuin olisimme itse paikalla. Jos tähän vielä lisätään virtuaalitodellisuuden mahdollisuudet, kokemus voisi olla erittäin todentuntuinen.

Robottiikka sovelluksineen voi tulevaisuudessa tuoda uusia mahdollisuuksia osallistamiseen. Mitä kaikkea “esineiden internet” voi tuoda kulttuuripalveluihin tai nuorisotyöhön, kun esineet ympärillämme alkavat aistia ja kommunikoida muun ympäristön kanssa? Tätä ja muita kehityskulkuja jääme kiinnostuneina seuraamaan.

## 7.6 Lopuksi

Uutta tekniikkaa, uusia verkkopalveluja ja uusia sovelluksia tulee tarjolle jatkuvasti. Jos toimimme suunnitelmallisesti ja harkiten, voimme kohtuullisella panostuksella hyödyntää tarjontaa ja saavuttaa sellaista vuorovaikutusta, joka ei onnistuisi muilla tavoilla.

Verkko-osallistaminen voi alkaa sellaisen verkkoläsnäolon luomisella, jonka asiasta kiinnostuneet voivat löytää esimerkiksi hakukoneen avulla. Tämän voi toteuttaa vaikka pienimuotoisen verkkosivuston avulla. Sivustoa tukemaan voi tarpeen ja resurssien puitteissa poimia sopivan valikoiman vuorovaikutteisempia ja aktiivisia kanavia, vaikkapa blogin tai Facebook-sivun.

Jos tekniikkaa hyödynnetään tapahtumien yhteydessä, täytyy huolehtia verkko-yhteyksien kapasiteetin riittävydestä sekä tarvittaessa varmistaa kriittiset toiminnot varajärjestelmillä. Tärkeän seminaarin reaaliaikainen videolähetykseen verkkoon voi vaatia täydellisen varalaitteiston, jonka ansiosta vikatilanteessa päästään nopeasti takaisin normaaliin lähetykseen.

Ihmisten parissa työskennellessä on hyvä muistaa, että tärkein kontakti on loppujen lopuksi toinen ihminen. Laitteet, yltäkyläinen sisältötarjonta ja viestien tulva voivat koukuttaa ja sumentaa harkintaa, mutta verkonkin yli tapahtuva vuorovaikutus on ihmisten välistä. Tekniikka hivuttautuu koko ajan kiinteämmäksi osaksi elämäämme, joten käytetään sitä viisaasti hyväksemme.



## 8 Neljä ei-kävijöiden osallistamiskokeilua

# 8 Neljä ei-kävijöiden osallistamiskokeilua

Tässä luvussa kuvaamme ja analysoimme epätodennäköisten taide- ja kulttuurileisöjen osallistamiskokeiluita. Kokeiluita on neljä: 1) Aforismien kerääminen Itä-Helsingin baareista eli ns. AfoPub, 2) Käräyttäjäkaveri, jossa kokenut kulttuurikävijä tuo tapahtumaan ensikertalaisen, 3) Äijägalleria eli miesvaltaisen työpaikan työhyvinvointipäivä taiteen parissa ja 4) HELSign-tapahtuma, jolla osallistettiin viittomakielistä yleisöä kulttuurikeskusten tapahtumiin.

Nämä neljä tapaustutkimusta tehtiin kokeilukulttuurin hengessä. Kokeilukulttuuriin liittyy ajatus, että kaikkea emme saa selville tutkimalla emmekä suunnittelemalla, vaan meidän on kokeiltava toimivuutta käytännössä. Tapaustutkimuksia tarkasteltiin juuri toimivuuden näkökulmasta: onnistuuko ei-kävijöiden osallistaminen tällaisella menetelmällä, miten sitä olisi syytä parantaa vai pitäisikö se hylätä kokonaan?

## 8.1 Arto Lindholm: AfoPub

Aloitimme osallistamiskokeilut miettimällä, mistä kaikkein epätodennäköisimmin löytäisimme taide- ja kulttuurileisön. Mietimme monia vaihtoehtoja lätkämatseista erilaisiin äijäporukoihin ja päädyimme lopulta Itä-Helsingin baareihin. Arvelimme, että lähiöbaarien vakioasiakkaat käyvät vain harvoin kulttuuritapahtumissa. Valintaan vaikutti myös se, että Itä-Helsinki on yhteistyökumppanimme kulttuurikeskus Stoan toiminta-alueita ja se, että Helsingin kaupunginjohtaja oli julkisesti ilmoittanut haluavansa sulkea Kontulan ostoskeskuksen baarit. Baareiksi valitsimme Mopobaarin ja Aapelin Baarin Kontulasta, Ruiskumestarin Roihuvuoresta ja Idän Pisteestä Itäkeskuksesta. Nämä baarit ovat luonteeltaan lähiöpubeja ja paljon kansanomaisempia kuin vaikkapa Helsingin keskustan trendikkäät baarit. Niissä käyvät asiakkaat ovat myös hyvin erilaisia kuin Helsingin punavihreän alueen baarien asiakkaat esimerkiksi Kalliossa.

AfoPubit toteutettiin maanantai- ja tiistai-iltoina 23. ja 24. helmikuuta sekä 2. ja 3. maaliskuuta 2015 osana Satakielikuukautta, joka on äidinkieltä, monikielisyyttä ja kielellistä rikkautta juhlistava vuosittainen tapahtumakokonaisuus (Pelttari 2015). Päätelimme, että jos voimme viedä menestyksellisesti kulttuuria baariympäristöihin, pystymme viemään sitä mihin tahansa.

Tarkoitus ei ollut, että me esiinnyimme, vaan tarkoitus oli saada baarien asiakkaat tuottamaan itse jotain luovaa. Aforismit valittiin tuotokseksi siksi, että arvelimme niiden kirjoittamisen olevan esimerkiksi runojen kirjoittamista helpommin lähestyttävää. Lisäksi tiimimme jäsen Antti Pelttari on pitkän linjan aforistikko ja julkaissut aforismeja vuosien ajan muun muassa Demokraatti-lehdessä. Hän on myös kokenut luovan kirjoittamisen kurssien vetäjä.

Emme päästäneet baarien asiakkaita helpolla. Mukaan otettiin monikulttuurinen taideryhmä Sivuväli tuomaan ripaus kansainvälisyyttä ja musiikillisuutta yleisen tunnelman kohottamiseksi. Tähän ryhmään kuuluivat meksikolainen runoilija Daniel Malpica, perulainen runoilija Roxana Crisólogo Correa ja sellisti Sergio Castrillón. (Ks. myös Pelttari 2015.) He virittivät tunnelman, jonka jälkeen Pelttari alkoi vetää luovan kirjoittamisen lämmittelyharjoituksia. Pääjuontaja Kasper Salonen piti tunnelmaa yllä energisellä esiintymisellään. Joukko kulttuurituotannon opiskelijoita Anu Soinin johdolla toimi apuna käytännön järjestelyissä ja kulttuurituottaja Petra Hannus Stoasta kannusti asiakkaita. Minä juttelin asiakkaiden kanssa ja kirjoitin havaintojani muistiin. Tämä artikkeli perustuu pääasiassa näihin havaintoihin.

Runojen, musiikin ja luovan kirjoittamisen harjoitusten jälkeen asiakkaita pyydettiin kirjoittamaan aforismeja AfoPub-logolla varustettuihin tuopinalusiin (ks. kuva 1). Lisäksi aforismeja saattoi kirjoittaa suoraan pöytiin, jotka oli päällystetty paperilla. Kiirettä ei ollut: olimme baareissa tuntikausia emmekä erityisesti kokeneet olevamme töissä. Baareihin jätettiin myös laatikot siltä varalta, että joku haluaisi myöhemmin kirjoittaa mieleen juolahtaneen aforismin. Kaiken kaikkiaan aforismeja kertyi noin 270, joista 150 julkaistiin Antti Pelttarin ja Anu Soinin (2015) toimittamassa teoksessa. Aforismeja ei karsittu kirjasta sen perusteella, mitkä olivat hyviä ja huonoja. Ainoastaan kuluneet sanonnat poistettiin ja kaikki omat tuotokset julkaistiin toimittajien ryhmittelemänä. Suurimman osan aforismeista kirjoittivat Mopobaarin asiakkaat.

## Havaintoja AfoPubeista

Tämän teoksen taustalla on ajatus, että nk. ei-kävijöillä on suuria ennakkoluuloja taidetta ja kulttuuria kohtaan ja he kokevat taiteen olevan toisenlaisia ihmisiä varten. Tämä kuitenkin pätee myös toisinpäin: meilläkin oli vahvoja ennakkokäsityksiä baareista epäonnistuneiden ihmisten juottoloina. Epäilimme suuresti, että meitä pidetään ohjelmanumeroinemme snobeina ja häiritsemme baarien normaaleja rutiineja. Vain puoliksi leikillämme varauduimme saamaan turpiimme baarien karjuilta.



## MIETELAUSEITA IDÄSTÄ

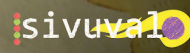
Kirjoita mietteesi ylös.  
Sana ja kieli on vapaa.

Me taltioimme  
ajatuksenne kirjaksi.

**klo 18**

Live-musiikkia  
ja virikkeitä kirjoitukseen.

23.2. Mopobaari | 24.2. Aapelin Baari | 2.3. Ruiskumestari | 3.3. Idän piste



**Kuva 1.** AfoPubija ei mainostettu baarien ulkopuolella. Taiteilija ja graafikko Daniel Malpica teki tyylikkääntä mainosjulisteet, mutta nämä sijoitettiin ainoastaan baarien sisätiloihin. Tarkoitus oli, että AfoPubit ovat vain baarien vakituisille ja satunnaisille asiakkaille eivätkä ilmoituksen johdosta paikalle tuleville luovan kirjoittamisen harrastajille.  
(Valokuva: Jaime Culebro.)

Aloitimme baarikierroksemme varsin pienestä Mopobaarista. Nimensä baari oli saanut kattoon nostetusta punaisesta nk. Pappatunturista. Heti ensimmäinen kontakti Mopobaariin oli meille iso yllätys. Sekä vietnamilaistaustainen omistaja että baarin kanta-asiakkaat suhtautuivat meihin uteliaan positiivisesti. He halusivat heti tietää, keitä olemme ja mitä meillä on mielessämme. Oli alusta asti selvää, ettemme karkottaisi ainakaan kaikkia Mopobaarin asiakkaita.

Tapahtumapäivänä asiakkaita oli mukava määrä, vaikka oli maanantai-ilta. Baarin asiakkaat olivat keski-ikäisiä, enimmäkseen 45–65-vuotiaita, ja miehiä ja naisia oli suurin piirtein yhtä paljon. Osa asiakkaista oli selvästi päissään, mutta ei kukaan tolkkottomassa humalassa. Kasper Salonen oli tottunut juontamaan tapahtumia baariympäristöissä ja onnistui luomaan vaikutelman, että nyt oli tapahtumassa jotain merkittävää. Ohjelma alkoi Castrillónin selloesityksellä ja melko vakavan kunnioittavasti yleisö esitystä kuunteli – sama koski Correean espanjankielistä runoa. Jää kylläkin tuntui murtuvan, kun Correa käänsi kielen suomeksi. Jännitys nousi siinä vaiheessa, kun Pelttari alkoi vetää kirjoituspajoja. Oltaisivatko asiakkaat haasteen vastaan vai lässähtäisikö koko yritys?



**Kuva 2.** *AfoPub rikkoi Mopobaarin rutiinit. Aforismien kirjoittaminen ei ollut baarien asiakkaille pelkkä tikkakisan kaltainen ajanviettotapa, vaan erityisen merkityksellinen hetki. Baarissa tapahtumapäivää odotettiin ja ehkä jännitettiin. Kun kirjoittaminen alkoi, vaistosin että asiakkaisiin tarttui yhteinen näyttämisen halu. (Valokuva: Jaime Culebro.)*

Ei lässähtänyt. Oli hyvin yllättävää, millä intensiteetillä asiakkaat alkoivat kirjoittaa aforismeja. Vain yksi asiakas baarissa ei halunnut osallistua eikä häntä siihen mitenkään painostettu. Asiakkaita selvästikin kannusti tieto siitä, että aforismit julkaistaan kirjana. Välillä joku asiakas saattoi tulla kysymään, mikä hyväksytään aforismiksi. Emme halunneet rajata mitään pois, vaan pyysimme kirjoittamaan mitä tahansa, mikä juuri sillä hetkellä tuntui tärkeältä.

Toisen kerran yllätyin, kun luin aforismeja. Huomasin heti, etten ainakaan itse olisi pystynyt parempaan. Jotkut aforismit, kuten ”olen tikkataulu, johon kukaan ei osu”, piirtyivät väkevinä mieleeni. Aforismit kertoivat isoista ja pienistä asioista: tästä hetkestä ja tästä baarista, mutta myös elämästä, kuolemasta, rakkaudesta, ikääntymisestä ja tulevaisuudestakin. AfoPubiin osallistuneiden kesken arvottiin vapaalippuja kulttuurikeskus Stoan tapahtumiin. Tarkoitus oli, että myös näin baarien asiakkaat voisivat jatkaa kulttuuriharrastustaan alkuun päästyään. Kuulimme myöhemmin, että vapaaliput todella oli käytetty ja Stoan esitykset saivat kävijöiltä hyvää palautetta.

Kolmessa muussa baarissa emme menestyneet läheskään yhtä hyvin kuin Mopobaarissa. Havaitimme pian, että AfoPub ei lainkaan sovi sellaiseen baariin, jossa käydään yhdellä työpäivän jälkeen ennen kuin kodin askareet alkavat. Nämä asiakkaat haluavat pikemminkin olla rauhassa ja ottaa hetken omaa aikaa. Aapelin Baarissa tunnelma oli suorastaan kiusaantunut, kun harvat asiakkaat eivät ottaneet juontajaan edes katsekontaktia. Idän Pisteessä ja varsinkin Ruiskumestarissa AfoPub toimi hieman paremmin kuin Aapelissa.

Toinen virheemme oli, ettemme tohtineet vetää AfoPubeja perjantai-iltaisina, jolloin asiakkaita baareissa on paljon. AfoPubin onnistuminen edellyttää riittävää määrää asiakkaita, jotka ovat riittävän lähellä toisiaan. Muuten osallistumisen kynnys nousee liian korkeaksi. Oikea paikka AfoPubille on juuri Mopobaarin kaltainen intiimi paikka, jonka kanta-asiakkaat ovat baarissa koko illan.

## **Johtopäätöksiä AfoPubeista**

AfoPubit muuttivat ainakin minun käsitystäni baarien asiakkaista. Rähjäisimmässäkin baarissa on paljon viisautta, kulttuurista taitoa ja lämmihenkeä yhteisöllisyyttä. Olen kaupunginjohtaja Pajusen kanssa eri mieltä näiden baarien sulkemisen tarpeesta: huultavasti asiakkaille on jopa terveellisempää juoda kaljaa yhdessä kuin litkiä sitä yksin kotona. Olin havaitsevinani myös ”kaurismäkeläistä” keskinäistä huolenpitoa, mikä ilmeni keskinäisenä kannustamisena ja liikaa juoneiden auttamisena. Kulttuurin vaikeimmin tavoitettavat ei-kävijät tuskin ovatkaan baareissa, vaan yksinäisinä kotonaan.

Jälkeenpäin on helppo sanoa, että teimme AfoPubista turhan raskaan: ehkäpä sellomusiikki ja kansainvälinen runous sittenkin olivat liikaa. Nyt musiikki- ja runoesitykset eivät kaikkia asiakkaita virittäneet oikeaan tunnelmaan, vaan pikemminkin vieraannuttivat kirjoittamisen tunnelmasta. AfoPubista ei kannata myöskään tehdä liian monimutkaista. Kirjoittamiseenhan ei tarvita muuta kuin kynä, paperi ja halu kirjoittaa.

AfoPub on saanut jo jatkoa. Mukana ollut opiskelija Anu Soini on vetänyt parikin AfoPubia Karjaalla ja mielessämme siintää AfoPub Finland -kiertue. Jos tämä joskus toteutuu, valitsemme baarit huolella. Baarin koko ei ole olennaista: tärkeintä on kanta-asiakkaiden luoma intiimi tunnelma, jota musiikki ja televisio eivät riko. Sopivassa baarissa ei myöskään saisi olla looseja ja nurkkauksia, joihin voi piiloutua. AfoPubeja ei tarvitse suunnata pelkästään epätyypillisille kulttuuriyleisöille, vaan samalla konseptilla iltoja voi vetää myös luovan kirjoittamisen harrastajille.

Epäselvää tietenkin on, muuttiko AfoPubimme mitään. Kiinnostavaa olisi tietää, saivatko osallistujat onnistumisen kokemuksia omasta luovasta kirjoittamisestaan. Voisin uskoa, että omalla etunimellä kirjassa julkaistu aforismi tällaisen kokemuksen tarjoaa. Vielä kiinnostavampaa olisi tietää, tuottiko AfoPub jotain pysyvää. Kiinnostuivatko osallistujat kulttuurista niin, että kynnys luovaan toimintaan ja kulttuuritapahtumiin on nyt matalampi? Tähän emme pysty varmasti vastaamaan ja olisi hyvinkin mielenkiintoista haastatella osallistujia esimerkiksi vuoden kuluttua tapahtumasta.

## **8.2 Marjo Eskola & Arto Lindholm:**

### **Käräyttäjäkaveri**

Ideoimme mallin, jossa kokenut kulttuurikävijä ”käräyttää” tuntemansa kulttuurin ei-kävijän. Käräyttäjä vie käräytetyn kulttuuritapahtumaan ja tarjoaa näin yhden ensimmäisistä kulttuurikokemuksista tai tutustumismahdollisuuden ennalta tuntemattomampaan kulttuurimuotoon. Idean taustalla oli tieto siitä, että ei-kävijä tai satunnainen kävijä lähtisi mielellään kulttuuritapahtumaan ystävän kutsusta ja hänen seurassaan. Kaverilla on jopa suurempi merkitys kuin tapahtuman sisällöllä, lippujen hinnalla tai millään muulla seikalla (Lindholm 2009). Hankkeen opetus- ja kulttuuriministeriöltä saama rahoitus mahdollisti sen, että käräyttäminen ei maksanut kummallekaan osapuolelle mitään.

Käräyttäjäkaveri-kokeilu toteutettiin syksyllä 2014 yhteistyössä kulttuurikeskus Kanneltalon kanssa. Käräyttäjät hankimme markkinoimalla konseptia

sosiaalisessa mediassa, postikorttikampanjalla ja jalkautumistempauksella kauppakeskus Kaaressa. Loimme Käräyttäjäkaverista oman brändinsä valmistamalla sille oman logon, joka painettiin muun muassa Käräyttäjäpaitoihin. Facebookissa käräyttäjäkaveri keräsi runsaat 200 tykkääjää.

Käräyttäjäkaverit saivat valita kahdeksasta monipuolisesta esityksestä, joihin he saivat lunastaa etukäteen vapaaliput. Lisäksi kaveruksille oli tarjolla omaa oheisohjelmaa. Jokaisen esityksen jälkeen järjestettiin arpajaiset, tarjoilua sekä musiikkia. Lisäksi yhteen tapahtumaan oli tilattu Käräyttäjäkavereille oma jazz-valmentaja, parisuhdeteemaisen nykysirkusesityksen yhteydessä jaettiin ruusuja ja Chaplin-elokuvan yhteydessä pääsi ottamaan itsestään kuvan Chaplin-viiksiin ja hattuun sonnustautuneena. Käräyttäjäkaverissa



**Kuva 3.** Käräyttäjäkaveri ei ollut pelkkä ilmainen pääsylippu tapahtumaan, vaan toimintamallista pyrittiin tekemään kokonaisvaltainen kulttuurielämys. Ihmiset haluavat yhä enemmän tavata esiintyjä ja jopa vaikuttaa esityksen sisältöön. He haluavat oheispalveluja, räätälöityjä elämyksiä sekä tuntea tarinan ja arvot tapahtuman takana. Näin kävijät voivat rakentaa omaa identiteettiä tietynlaisena kuluttajana. Avainsanat ovat voimakas ja aito elämys (Linko 1998; Karhio 2003, 33). (Valokuva: Maarit Eskola.)

tärkeänä elementtinä on huumori, jonka kautta lievennetään ylhäältä-alaspäin -ajattelua ja ei-kävijäksi tai passiiviseksi kävijäksi paljastumisen retoriikkaa. Kyseessä on siis leikkimielinen haastaminen kokeilemaan uusia asioita ja hankkimaan lisää kulttuurista pääomaa.

Keräsimme tutkimusaineistoa käräyttäjiltä ja käräytetyiltä keskustelemalla heidän kanssaan ennen ja jälkeen tapahtumaa ja kirjassimme havaintojamme tapahtumissa. Muiden uusien kävijöiden kanssa esitykseen tuleminen loi osallistujien mielestä sallivan ilmapiirin kysymyksille ja sen myöntämiselle, että kulttuurimuodosta ei juurikaan tiedetä mitään. Kysymysten ja kokemuksen kautta saavutettu kulttuurisen pääoman kasvu tunnistettiin ja sitä arvostettiin siinä määrin, että kokemuksista kerrottiin myös eteenpäin. Silti, vaikka kävijöiden tietämys kasvoi kokemusten myötä, eivät keskustelujen mukaan tietäminen ja ymmärtäminen olleet avainasemassa sitä keskeisintä arvoa määriteltäessä, jonka kävijät antoivat kokemukselleen. Monille kävijöille tärkeintä oli päästä irtautumaan arjesta mukavassa seurassa. Identiteettikysymysten kannalta oli mielenkiintoista, että käräyttäjien ja käräytettyjen keskuuteen syntyi hyvin nopeasti yhteisöllisyyden ja solidaarisuuden ilmapiiri. Ilmiö koski kaikkia tapahtumia eikä ollut riippuvainen siitä, tunsivatko kävijät toisensa ennalta. Kulttuuritapahtuman käyttäytymisnormien rikkominen osoitti myös epätyypillisen kävijän osallistumiseen liittyvää kumouksellista potentiaalia, kun eräs kävijä osallistui esitykseen tavalla, joka ei kaikkia miellyttänyt. Tottumaton kävijä otti klezmer-yhtyeen esittämän tanssiin kutsun kirjaimellisesti pistäen jalalla koreasti aina lavalle asti muiden istuessa hiljaa paikallaan. (Eskola 2014, 40–43.)

## Johtopäätökset

Käräyttäjäkaveri-konseptilla onnistuttiin aktivoimaan uusia ja satunnaisia kävijöitä liikkeelle: tapahtumien yhteydessä käydyissä keskusteluissa kävi ilmi, että kävijöistä osa ei ollut koskaan käynyt yhdessäkään alueellisessa kulttuurikeskuksessa tai kävi niissä hyvin harvoin. Muutenkin pääosa osallistujista kävi kulttuuritapahtumissa yleisesti ottaen hyvin harvoin.

Positiivisena lumipalloeftinä osa osallistujista käräytti itsekin jonkun toisen uudeksi kävijäksi. Käräyttäjäkaverissa todistettiin, että osallistuminen ei välttämättä ole merkki tietystä mausta vaan voi olla, että osallistuminen tulee ensin ja kiinnostuminen taiteenlajista vasta sitten (Purhonen ym. 2014, 250).

Periaatteessa siis riittää, että ihminen saadaan kynnyksen yli ja kulttuurin äärelle. Pidemmällä tutkimuksella voitaisiin selvittää, mitä innostumiselle tämän jälkeen tapahtuu. Haastattelujen perusteella osallistuminen tapahtumiin oli kävijöille kuitenkin kokonaisvaltaisempi osallistumiskokemus kuin

pelkkä kynnyksen yli käveleminen ja passiivinen vastaanottaminen. Koulutuksellisista elementeistä pidettiin erityisen paljon ja niiden koettiin lisääneen kävijän kokemusmaailmaa.

Käräyttäjäkaveriin osallistunut joukko oli varsin heterogeeninen eikä siis siinä mielessä toisintanut ajatuksia tyyppillisistä ei-kävijöistä. Käräytetyiksi tuli laaja otanta eri ikäluokkien ja sukupuolten edustajia, työssäkäyviä ja työttömiä, duunareita ja korkeasti koulutettuja. Miehet tulivat keskimääräistä useammin tapahtumaan nimenomaan naisen kutsumana ja hänen seurassaan. Naisten onkin epäilty vetävän miehiä korkeakulttuurin pariin (Cantell 1998). Käräyttäjäkaveriin osallistuneet korkeasti koulutetut saattoivat olla ns. ”kulttuurityhjiössä” eläviä ihmisiä, siis niitä, jotka ovat sosioekonomisesti tyyppisiä aktiivikävijöitä, mutta silti aliedustettuja kulttuuritapahtumissa (Karhio 2003, 8). Esimerkiksi kiireinen elämäntilanne voi olla synnä kulttuurityhjiössä elämiseen, vaikka periaatteessa kiinnostusta olisikin. Kulttuuri kilpailee kävijöistä myös monen muun vapaa-ajanviettotavan kanssa.

Miesten on tutkimuksen mukaan helpompi tulla kulttuuritapahtumaan joko isossa miesporukassa tai naisen kanssa. Kahdestaan kulttuuritapahtumaan tulevat miehet voivat jopa altistua seksuaaliseen suuntautumiseen liittyvien arvioiden alaisiksi – tai heistä voi tuntua siltä (Eskola, 2014). Kulttuuritapahtumissa käyminen on joka tapauksessa julkista toimintaa, joka altistaa muiden katseille ja arvioille (Purhonen ym. 2014, 249) hyvässä ja pahassa. Sillä voidaan saavuttaa statusta ja muita hyötyjä, mutta myös joutua vääränlaisen arvion alaiseksi.

Käräyttäjäkaverista opimme, että ei-kävijöiden keskuudessa voidaan ennakkomarkkinoinnilla, oheisohjelmalla ja symboleilla synnyttää yhteisöllisyyden ja solidaarisuuden tunnetta, joka antaa kokemukselle lisäarvoa ja tekee sen äärelle tulemisesta helpompaa. Lisäksi kävijät vaikuttivat innostuneilta tekemään vastaavia kokeiluja uudelleenkin. Jatkossa on siis tärkeää miettiä lisäarvoa, jota valmentautuminen esityksen vastaanottamiseen tuo ja etsiä erilaisia tapoja tuottaa tuota lisäarvoa (Eskola, 2014).

Käräyttäjäkaveri on konseptina joustava ja soveltuu perusajatuksekseltaan mihin tahansa kulttuurilaitokseen tai tapahtumaan, johon halutaan houkuttaa myös epätyypillisiä kävijöitä tai kulttuurityhjiössä eläviä. Käräyttäjäkaveri on kuitenkin vielä suurelle yleisölle tuntematon, joten valtakunnalliseksi ilmiöksi pääsyyn vaaditaan paljon markkinointityötä. Lisähuomiota tulisi kiinnittää lippujenhakuprosessiin, joka voitaisiin esimerkiksi mobiililipuilla tehdä helpommaksi. Myös oheispalveluita voidaan edelleen kehittää ja tapahtumien ympärille voidaan keksiä erilaisia, vielä ensimmäisessä kokeilussa käyttämättä jätettyjä teemoja. Lisäksi selkeä ryhmiin kohdistuva yritys- ja yhdistysyhteistyö avaisi uusia mahdollisuuksia lähestyä miesvaltaisia työpaikkoja.

Käräyttäjäkaveri voi hauskana yksilön kulttuuripääoman kasvatusmenetelmänä löytää vastakaikua niissä ihmisissä, jotka ovat vahvasti mukana yhdessä aikamme megatrendissä: oman toiminnan ja elämäntyylin julkisessa raportoinnissa ja mittaamisessa. Bloggaamisesta, twiittaamisesta ja omien saavutusten ja elämysten esittelystä erityisesti kuvin on tullut hyvin suosittua. Miksei itse Käräyttäjäkaverikin toimintamuotona voisi siirtyä kokonaan tai osittain nimenomaan mobiilisovellukseksi? Tätä kautta kulttuurikävijyys elämäntapana, vaikkapa urheilullisuuden tapaan, voisi kasvaa ilmiöksi, jossa ihmiset kannustavat toisiaan hankkimaan uusia kokemuksia.

Nopeassa elämänrytmissä kokeilut saattavat helposti jäädä yksittäisiksi ja seuraavana vuorossa on taas jotain muuta ja jossain muualla. Nämä kävijät kuuluvat eri tapahtumia ajoittain aktiivisestikin kiertelevään joukkoon (Lindholm 2011, 58), jotka eivät sitoudu minkään kulttuurilaitoksen tarjontaan pysyvästi. Saksalainen sosiologi Volter Kirchberg (1996) onkin osoittanut, että kävijyys ja ei-kävijyys ovat ennemminkin jatkumo kuin kaksi tarkasti rajautuvaa ryhmää. Osallistamistoimissa on otettava huomioon kävijäryhmien moninaisuus: elämyshakuisen satunnaiskävijän odotukset saattavat olla hyvinkin erilaiset kuin yhteen ensimmäisistä kulttuuritapahtumista tulevan ei-kävijän. Sosioekonomiset vihjeet voivat toimia hyvänä lähtökohdiana sille, keneen osallistamistoimia yritetään suunnata, mutta keskeistä on huomioida myös osallistettavan itsensä ainutkertainen kokemusmaailma.

### **8.3 Zita Kóbor-Laitinen: HELsign – osallisuus ja vaikuttaminen viittomakielisen yhteisön näkökulmasta**

Harva meistä tulee ajatelleeksi, että viittomakieliset ovat yksi Suomen kieli- ja kulttuurivähemmistöistä. Vielä vieraampi saattaa olla tieto, että kaikki viittomakieliset eivät ole kuuroja tai että kaikki kuulovammaiset eivät ole viittomakielisiä. Kuulovammaiset ovat heterogeeninen ryhmä, jonka alaryhmiä voidaan määritellä erilaisten lähtökohtien kautta. Oikeusministeriön selvityksessä viittomakielisten kielellisistä oikeuksista (Oikeusministeriö 2011) todetaan, että viittomakielinen yhteisö rakentuu kielen, kulttuurin ja identiteetin varaan. Juridisesti ryhmään kuuluvat kaikki, joita Suomen perustuslaissa (Finlex 2015c) ja Viittomakielilaissa (Finlex 2015d) määritellyt oikeudet koskevat.

Perustuslaissa (Finlex 2015c) lukee, että ”viittomakieltä käyttävien sekä vammaisuuden vuoksi tulkitsemis- ja käänösapua tarvitsevien oikeudet turvataan lailla.” Viittomakielilain mukaan ”viittomakieltä käyttävällä tarkoitetaan henkilöä, jonka



oma kieli on viittomakieli.” Viittomakielilaisissa todetaan myös, että Suomessa on kaksi viittomakieltä, suomalainen ja suomenruotsalainen viittomakieli.(Finlex 2015d.) Laki vammaisten henkilöiden tulkkauspalvelusta (Finlex 2015e) sen sijaan koskee vain niitä viittomakielisiä, joilla on laissa mainitun asteinen kuulovamma. Tulkkauslaissa määritellään kuurojen, kuurosokeiden ja muitakin tulkkauspalveluita tarvitsevien ryhmien oikeudet (mt.).

Kuulovammaisten ryhmä voidaan jakaa ainakin seuraaviin alaryhmiin: kuurot viittomakieliset, kuurosokeat viittomakieliset, huonokuuloiset,kuuroutuneet ja sisäkorvaistutteen saaneet. Näiden alaryhmien määrittelyn perusteena on se, että eri ryhmillä on erilaiset tavat kommunikoida, niiden jäsenet tarvitsevat toisistaan poikkeavia yhteiskunnallisia palveluita ja heillä on omat erityistarpeensa (ks. esim. Jokinen 2002; Salmi & Laakso 2005; Kalela 2006; Rainö 2012).

Viittomakieltä äidinkielenään käyttävät kuurot muodostavat oman yhteisönsä. He eivät pidä itseään vammaisina, vaan määrittelevät itsensä kieli- ja kulttuurivähemmistöksi, viittomakielisiksi. Viittomakielisyyteen liittyy omia kulttuurisia erityispiirteitä. Nämä piirteet periytyvät sukupolvelta toiselle niissä perheissä, joissa lasten vanhemmat ovat kuuroja (Rainö 2012). Sosiokulttuurisesta ja kielitieteellisestä näkökulmasta viittomakielisyys ei siten edellytä kuulon puutetta, vaan esimerkiksi kuurojen vanhempien viittomakieltä äidinkielenään käyttävät kuulevat lapset lukeutuvat viittomakielisten kieli- ja kulttuuriyhteisöön. Lisäksi kuulevien vanhempien kuuroille tarkoitettuja erikoiskouluja käyneet lapset ovat viittomakielisiä, vaikka he kommunikoivat ympäristönsä kanssa myös kirjoitetulla ja puhutulla suomen tai ruotsin kielellä (mt., 6).

Reetta Toivanen (2005) toteaa, että ilman vähemmistöoikeuksia vähemmistöryhmillä ei ole mahdollisuutta toteuttaa kulttuurisia oikeuksiaan. Tämän takia on tärkeää, että viittomakielisten yhteiskunnallisia palveluita kehitetään edelleen. Parannettavaa on esimerkiksi kielipalveluissa, koulutustarjonnassa, tiedonsaannin tarkoituksenmukaisuudessa ja tehokkuudessa sekä muissa osallisuuden mahdollisuuksissa, kuten kulttuuritapahtumien saavutettavuudessa. Toivasen (2005) ajatus siitä, että vähemmistöt ovat kulttuuristen oikeuksiensa paineen alla, on sovellettavissa myös Suomen viittomakieliseen yhteisöön.

## **Etnisyys sosiaalisuutta ohjaavana kategoriana**

Viittomakielisen kieli- ja kulttuurivähemmistön yhteiskunnallisen osallisuuden avaimena ovat kieli- ja tulkkauspalvelut. Luukkainen (2008) korostaa, että ihmisen identiteetti muovautuu toiminnan ja vuorovaikutuksen kautta. Kieli ei ole pelkästään objektiivisen maailman tai todellisuuden kuvaamisen väline, vaan todellisuus rakennetaan sosiaalisesti ja kielellisesti (mt., 17).

Markku Jokisen (2000, 92) mukaan noin 90 prosenttia kuuroista avioituu keskenään. Kuurojen vanhempien lapsista noin 90 prosenttia syntyy kuulevina ja vain 5–10 prosentilla kuuroista lapsista on kuurot vanhemmat. Perheissä käytetäänkin useimmiten sekä viitottua että puhuttua kieltä riippuen siitä, ketkä vuorovaikutustilanteessa ovat läsnä. Oikeusministeriön (2011) selvityksen mukaan viittomakieltä käyttäviä kuuroja ja huonokuuloisia on Suomessa noin 4000–5000 ja viittomakieltä käyttäviä kuulevia 6000–9000. Kun viitottu ja puhuttu kieli kohtaavat, kyse on erityisestä sosiolingvivistisesta tilanteesta, jolla on omat kulttuuriset ulottuvuutensa (mt., 91). Luukkainen (2008, 164) osoittaa, että suurimmat kehittämistarpeet kuurojen tasa-arvoisen aseman turvaamiseksi liittyvät juuri viittomakielisille suunnattuihin palveluihin, ei niinkään taloudellisiin etuihin.

Jokinen (2000, 90–95) kuvaa kuuroja Allardtin (1981) määritelmää soveltaen seuraavien sosiokulttuuristen muuttujien perusteella erottavana etnisenä vähemmistönä: yhteinen kieli, samaistuminen ryhmään, endogaamiset avioliitot, yhteisön omat sosiaaliset organisaatiot, käyttäytymisnormit ja yhteinen stigma. Yhteiskuntatieteissä etnisyyttä pidetään sukupuolen, luokan ja iän ohella keskeisenä ihmisten välistä sosiaalisuutta ohjaavana kategoriana. Antti Kivijärvi (2015) on tutkinut etnisyyden saamia merkityksiä nuorten vertaissuhteissa eri puolilla Suomea nuorisotyön konteksteissa. Tutkimuksessa perehdytään yhtäältä etnisyyden merkityksiin nuorten vuorovaikutusta kehystävinä erontekoina ja toisaalta näiden erontekojen seurauksiin erityisesti maahanmuuttajataustaisten nuorten näkökulmasta. Vastaavasti voidaan olettaa, että etnisyyteen perustuvien ryhmäsuhteiden rakenteita koetellaan ja vähemmistöidentiteettiä luodaan myös nuoren viittomakielisen sukupolven ja valtaväestön arkisissa kohtaamisissa.

Etnisyyteen perustuvat rajanvedot liittyvät ensisijaisesti suomalaisen yhteiskunnan enemmistö-vähemmistösuhteisiin, eivät niinkään syntyperiin tai kulttuuriin eroihin (Kivijärvi 2015). Etäisyydet kantaväestön ja maahanmuuttajataustaisten nuorten välillä pysyvät yllä usein esimerkiksi nuorille järjestetyssä vapaa-ajan ryhmätoiminnassa. Useimmiten rajanvedoissa on kyse kantaväestön valmiiksi muodostuneista ja ulossulkevista piireistä sekä vähemmistöryhmien keskinäisestä solidaarisuudesta. Vastaavanlaista ”omien pariin hakeutumista” voidaan havaita myös viittomakielisessä kulttuurissa. Eeva Salmi ja Mikko Laakso (2005) kuvaavat esimerkiksi kuurojen paikalliset yhdistykset yhteiselämän keskuksina ja viittomakielisen yhteisön suuret joukkotapahtumat yhteisöllisyyden ilmaisuforumina sekä yhteenkuuluvuuden tunnetta vahvistavana, jatkuvana tarpeena ja perinteenä (mt., 88–98; 102–109).

Vaikka valtakulttuurin ja vähemmistön väliset rajanvedot näyttävät olevan tarpeellisia, ne ovat osin tilannesidonnaisia. Rajat ja erottautumisen tarve muodostuvat eri tavoin riippuen muun muassa alueesta, ryhmien

koostumuksista, paikallisista kulttuuripiirteistä ja eroista käytännöissä. Esimerkiksi kuurojen yhdistysten merkitys on vähentynyt varsinkin nuoremalle sukupolvelle, sillä tarjolla on runsaasti muita kohtaamispaikkoja ja -foorumeita. Lisäksi tekninen kehitys mahdollistaa monipuolisen virtuaalisen yhteydenpidon yhteisön jäsenten välillä ja sen ulkopuolelle.

Kasvokkain tapaaminen ei kuitenkaan näytä menettäneen merkitystään. Yhteisön jäsenet ovat valmiita matkustamaan pitkiäkin matkoja, jos tarjolla on riittävän kiinnostavaa viittomakielistä ohjelmaa tai seuraa (Honkanen & Niemi 2010, 63). Esimerkiksi kuurojen omia urheilukisoja tai kulttuuripäiviä lähtee paikan päälle seuraamaan aina iso joukko yhteisön jäseniä. Kuurojen kulttuuripäiviä on järjestetty Suomessa vuodesta 1956 lähtien, jonka jälkeen tapahtuma vakiinnutti asemaansa kuurojen yhteisössä varsin nopeasti (Salmi & Laakso 2005, 372). Vaikka viittomakielisellä yhteisöllä on omat harrastuspiirinsä ja omia kulttuurisia foorumeitaan, ovat yhteisön jäsenet kiinnostuneita myös valtaväestön tapahtumista ja osallistuvat mielellään tilaisuuksiin, joissa on yleisötulokkausta ja muita viittomakielisiä.

Viittomakielisen yhteisön sisällä on nähtävissä myös liikehdintää ja alaryhmien muodostumista. Eri-ikäisten kuurojen suhtautumisesta viittomakieleen, kuurojen ja kuulevien kulttuureihin sekä kuurojen yksilöllisen identiteetin muokautumisesta tarjoaa mieleenpainuvia esimerkkejä Minna Luukkaisen (2008) kuurojen nuorten aikuisten haastatteluihin perustuva väitöskirja ja Kuurojen Liiton viittomakielisen kirjaston eri-ikäisten kuurojen haastatteluista koostuva Identiteetti-sarja (Viittomakielinen kirjasto 2013). Niin Luukkaisen tutkimusaineistossa kuin Identiteetti-sarjan haastatteluissa korostuu äidinkielen merkitys identiteetin muodostumisessa, samoin perheen, kaveripiirin ja koulun vaikutus omine ristiriitoineen (Luukkainen 2008; Viittomakielinen kirjasto 2013). Erottautumisen tarve ja vahva kuuroidentiteetti elävät nuorten arjessa rinnakkain heidän valtaväestön edustajia ja kulttuuria kohtaan osoittamansa luontaisen ja avoimen kiinnostuksen kanssa.

## **HELsign – Viittomakielisen kulttuurin tapahtuma**

Osana *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hanketta järjestettiin helmikuussa 2015 Helsingin kulttuurikeskus Stoassa HELsign-tapahtuma, jossa esiintyi niin kuuroja kuin kuuleviakin artisteja. HELsign-tapahtumalla oli kaksi tavoitetta: tarjota viittomakielisille kulttuuritapahtuma heidän omalla äidinkielellään sekä saada valtaväestö ja viittomakielinen yhteisö paremmin keskustelemaan toistensa kanssa. Tapahtumaa markkinoitiin Stoaan kotisivujen ja sosiaalisen median kautta (Holopainen & Saviniemi 2015, 19). Perinteisten tekstimainosten ja lentolehtisten lisäksi kuurojen yhteisöä

varten tehtiin viittomakielinen video, jolla haluttiin saada viittomakielisiä perheitä osallistumaan. Neljä tuntia kestäneeseen tapahtumaan oli vapaa pääsy. Yleisöä oli parhaimmillaan useita satoja ja kaiken kaikkiaan noin 500.

Tapahtuman tuotti kulttuurituotannon opiskelija Kaisa Suomela yhteistyössä Stoa ammattilaisten kanssa. Suomenan työtä ohjasi *Vetovoimaa kulttuuri-keskuksiin* -hankkeen projektipäällikkö Arto Lindholm. Tulkkauksen järjestelyistä vastasivat Humakin neljännen vuoden tulkkiopiskelijat Hanna Holopainen, Martta Riimala, Anni Saviniemi ja Venla Vihersaari. He eivät itse tulkanneet tilaisuudessa, vaan huolehtivat tulkkauksen koordinoinnista arvioimalla tulkkaustarpeet, olemalla yhteydessä esiintyjiin ja kilpailuttamalla tulkkauspalveluja tarjoavia yrityksiä stand up -esityksen tulkkauksen osalta. Lisäksi he osallistuivat ohjelman suunnitteluun ja neuvotteluihin yhteistyökumppaneiden kanssa sekä tapahtuman markkinointiin ja dokumentoimiseen. He keräsivät yleisöpalautetta tapahtumasta (Holopainen & Saviniemi 2015) ja stand up -esityksen tulkkauksesta (Riimala & Vihersaari 2015). Tapahtumaan osallistui muitakin tulkkiopiskelijoita, osa pinssipajan talkoolaisina, osa yleisönä. Tapahtuman ohjelma (Helsingin kulttuurikeskus Stoa 2015) oli seuraava:

### **HELSign**

#### **– Viittomakielisen kulttuurin tapahtuma**

la 7.2.2015

klo 13.00–17.00

Juontajana Dawn Jani Birley.

#### **Esitykset:**

Kimurantti

klo 13.15–14.00, aulan lava

Signmark

klo 16–16.30, aulan lava

Veli-Matti Puumala

klo 16.40–17.00, aulan lava

#### **Työpajat:**

Teatteri Totin ilmaisutaitotyöpajat

klo 14–14.30, 15–15.30 ja 15.30–16.00,

Kerhuhuone, kellarikerros

Viittovat perheet ry:n Satuhetket

klo 14–16, Itäkeskuksen kirjasto

Kimurantti -rytmytyöpajat

klo 14.30–15 ja 15.30–16,

Terraario, 2. krs.

Pinssipaja.

HELsign-tapahtuman suunnitteluun ja toteuttamiseen osallistui Helsingin kulttuurikeskuksen ja Humanistisen ammattikorkeakoulun lisäksi lukuisia yhteistyökumppaneita. Ohjelmassa mainittujen esitysten ja työpajojen lisäksi paikalla olivat Kuurojen Liitto 43 jäsenyhdistyksen valtakunnallisena kattojärjestönä sekä kuurojen ihmisoikeuksien ja yhdenvertaisten mahdollisuuksien edistäjänä, Suomen ainoa viittomakielinen ammattiteatteri Teatteri Totti, Helsingin kuurojen yhdistyksen eli HKY:n kamerakerho valokuvanäyttelyineen, viittomakielisten lasten ja monikulttuuristen perheiden yhteiskunnallista arvostusta vaaliva Viittovat perheet Ry sekä viittomakielisiä materiaaleja ja koulutuksia tuottava yritys Signoodo (Helsingin kulttuurikeskus Stoa 2015).

Itse osallistuin Vetovoima-hankkeeseen ja HELsign-tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen Humanistisen ammattikorkeakoulun lehtorina ja tulkkiopiskelijoiden opinnäytetöiden ohjaajana. Organisoin tulkkiopiskelijoiden osallistumista ennen tapahtumaa ja olin mukana HELsign-tapahtumassa alkuideoinneista purkukeskusteluihin. Tapahtuma sai pohtimaan, mikä saa viittomakielisiä ja muita kävijöitä osallistumaan tämän kaltaisiin tilaisuuksiin. Onko viittomakielinen perhetapahtuma viihdyttävä ajanviete, tilaisuus luoda ja ylläpitää sosiaalisia suhteita, mutta myös mahdollisuus identiteetin vahvistamiseen yksilönä ja vähemmistöryhmän jäsenenä? Onko se kenties joillekin osallistujille näyttäytymisen, jopa näytön paikka? Palveleeko tapahtuma kielipoliittisen ja sosiokulttuurisen kannanoton muotona ja sitä mahdollistava kulttuurikeskus yhteiskunnallisen vaikuttamisen areenana? Mikä on yhteisöllisyyden rooli tämän tyyppisissä tapahtumissa ja miten osallistujien motivaatiota voitaisiin mitata? Kannattaako puhua osallistamisesta, osallisuudesta, vaikuttamisesta vai yksinkertaisesti mahdollisuuksista kohdata sekä nähdä, kuulla ja tulla nähdyksi ja kuulluksi?

## HELsign-tapahtuman toteutus

Kun halutaan tarjota kulttuuripalveluita perheille, joiden arjessa viitottu sekä puhuttu kieli ja kulttuuri kohtaavat päivittäin, ei riitä että paikalla on tulkki tai että ohjelmaan sisältyy viittomakielisiä osioita. Viittomakielisen kulttuurin tapahtumaa ei voi suunnitella ja toteuttaa ilman viittomakielistä yhteisöä. Vaikka esimerkiksi *”Kulttuuria kaikille!”* -projektin puitteissa laadittiin tarkastuslista kulttuurintuottajille viittomakielisten asiakkaiden huomioimisesta (Kulttuuria kaikille -palvelu 2015), ilman viittomakielisen yhteisön ja kulttuurin tuntemusta siitä tuskin on apua. HELsign-tapahtumaa ideoidessa tarkoituksena ei ollut kutsua viittomakielisiä ”valmiiseen pöytään”, vaan tarjota tilat ja puitteet mahdolliseen yhteistyöhön ja nauttia yhdessä työn tuloksista. Viittomakielisen yhteisön edustajaryhmien kanssa pyrittiin järjestämään sellainen ohjelma, joka houkuttelee viittomakielisiä, mutta josta voivat nauttia myös ne kävijät, jotka eivät osaa viittoa.

HELsign-tapahtuman ohjelma sisälsi viitottuja, puhuttuja ja kaksikielisiä esityksiä. Ohjelman perusidea oli, että kävijät eivät olisi pelkkiä katsojia tai palvelun vastaanottajia, vaan heillä olisi mahdollisuus olla aktiivisina osallisina päivän onnistumiseen. Tilaisuuden yleisö koostuikin suurelta osin viittomakielisistä ja heidän perheistään, viittomakielen tulkeista perheineen sekä viittomakielen tulkkiopiskelijoista ja -kouluttajista. Lisäksi paikalla oli kävijöitä, joilla ei oletettavasti ollut ennen tätä tapahtumaa minkäänlaista kosketusta kuurojen yhteisöön ja kulttuuriin. Tilaisuudessa jokaisella kävijällä oli mahdollisuus tarjota jotakin muille:

- viittomakieliset toisilleen (sosiaalisen verkoston vahvistaminen, tiedon jakaminen, identiteetin vahvistaminen yhteisön jäsenenä jne.)
- kuulevat kuuroille (yhdenvertaisuus, yhdessä tekeminen, hyväksyminen ja arvostus, aito kiinnostus, dialogi)
- kuurot kuuleville (oman kielen ja kulttuurin esille tuominen luontevalla ja kiinnostavalla tavalla, yhdessä tekeminen, hyväksyminen ja arvostus, aito kiinnostus, dialogi)
- vapaa-ajallaan osallistuneet viittomakielentulkkit ja tulkkiopiskelijat toisilleen (vertaistuki, ammatti-identiteetin vahvistaminen, sosiaalisen verkoston vahvistaminen, kieli- ja kulttuurikokemusten jakaminen)
- vapaa-ajallaan osallistuneet viittomakielentulkkit ja tulkkiopiskelijat ”kivikuuleville” kävijöille, jotka eivät olleet kohdanneet viittomakielisiä ennen HELsign-tapahtumaa (kulttuurintuntemuksen välittäminen, käyttäytymismallin antaminen).

Ohjelmassa huomioitiin eri ikäryhmät ja yleisön mahdollinen rakenne. Iltapäivän juontajana toimi viittomakielinen näyttelijä, esitykset ja työpajat olivat viittomakielisiä, pinssipajan ohjaajina työskenteli viittomakielen tulkkiopiskelijoita ja esittelypöytien vieressä päivysti ammattitulkkeja. Kimurantti-yhtye laulatti sekä hauskuutti lapsia ja heidän vanhempiaan kaksikielisellä esityksellään, jossa viitottu ja puhuttu ilmaisu nivoutuivat yhteen kohdeyleisölle sopivalla tavalla. Rytmipajassa, kirjaston kielipesä-tyyppisessä satunurkkauksessa ja kuuron stand up -koomikon vetämässä ilmaisupajassa oli mahdollisuus kokea monikielisyyttä ja -kulttuurisuutta. Viittomakielisen rap-artisti Signmarkin esitys sijoittui tapahtuman loppupäähän ja illan päätti kuulevan stand up -koomikko Veli-Matti Puumalan ja viittomakielen tulkin yhteistyönä syntynyt ohjelmanumero. Helsingin kuurojen yhdistyksen valokuvanäyttelyssä oli mahdollisuus tavata taiteilijoita ja keskustella heidän kanssaan valokuvaamisesta ja teoksista.

Tapahtumassa kerättiin palautetta kierrättämällä iPadeja yleisön joukossa ja pyytämällä vastaamaan sähköiseen kyselyyn (Holopainen & Saviniemi 2015). Kyselystä käy ilmi, että tärkeimmät syyt vastaajien osallistumiseen

olivat HELsign-tapahtuman viittomakielisyys sekä kaverien ja tuttavien kohtaaminen. Suurin osa (85 prosenttia) viittomakielisistä vastaajista ilmoitti, että tapahtumiin ei tule lähdettyä, jos ne eivät ole viittomakielisiä. Kyselyn perusteella tapahtumaa pitivät erittäin tärkeänä sekä kuulevat että viittomakieliset. Vaikka kyselyn toteutus ei täytä tieteellisen tutkimuksen vaatimuksia ja vastaajamäärä oli pieni, kyselyn tulokset kertovat tapahtuman tärkeydestä juuri viittomakielisille.



**Kuva 4.** HELsign-tapahtuma syntyi monien toimialojen yhteistyönä ja Humakin opiskelijat olivat siinä isossa roolissa. Tapahtuma oli yksi ensimmäisistä tulkkauksen koulutuksen ja kulttuurituottajien yhteishankkeista. Viittomakielen tulkit ovat viittomakielisen kulttuurin asiantuntijoita ja kulttuurituottajat tapahtumien asiantuntijoita. Kulttuurikeskus Stoalle tapahtuma oli merkittävä uuden yleisön tavoittamisen avaus. Viittomakielinen räppäri Signmark kumppaneineen esiintyi sadoille kävijöille Stoan aulassa. (Valokuva: Venla Vihersaari.)

## Osallisuus, vaikuttaminen vai leppoisa yhteiselo?

Vähemmistöpoliittisen keskustelun lähtökohtana on usein oletus siitä, että vähemmistöt kantavat vastuun kulttuuriperinteistään, joita heidän on oikeus vaalia. Vaikka kulttuuria pidetään itseisarvona, siihen aina liittyy yhteiskunnallisia, historiallisia ja poliittisia ulottuvuuksia. Vähemmistöryhmien kulttuuri nähdään usein erillisenä ja kohtalaisen homogeenisena ilmiönä, mitä se ei kuitenkaan ole (Toivanen 2005). Jos tiettyjen ajatus- ja toimintatapojen oletetaan olevan asianomaiseen kulttuuriin kuuluville henkilöille pysyvästi tyypillisiä, päädytään vanhanaikaiseen ja staattiseen käsitykseen kulttuurista. Tällöin vaarana on, että perinteiden vaalimista tulkitaan kulttuurirelativismiksi, jolloin ihmisoikeuksien kaltaisten universaalien arvojen ja vähemmistöryhmän oman kulttuuriperinteen väliin syntyy ylimääräisiä jännitteitä. (Mt., 1.)

Kun viittomakielinen ja puhuttu kulttuuri kohtaavat Helsingin kulttuuri-keskuksessa, se tapahtuu ihmisten toiminnan ja vuorovaikutustilanteiden kautta. Jokainen, joka päättää osallistua tai olla osallistumatta, on ottanut valinnallaan kantaa kulttuurisesti ja kielipoliittisesti, joko tietoisesti tai tiedostamatta. Toivasen (2005, 2–3) mukaan kulttuurin aineosat eivät sinänsä luo identiteettejä, vaan niiden symbolinen arvotus yhteiskunnallisessa kanssakäymisessä. Osa HELsign-tapahtuman esiintyjistä tiedosti tämän ja edusti omia ja ryhmänsä arvoja avoimesti. Esimerkiksi lauluyhtye Kimurantin ohjelmassa painottui suvaitsevaisuus, erilaisuuden hyväksyminen sekä outojen, uusien asioiden kohtaamisen jännittävyys ja ihanuus. Esitystä mainostettiin konserttina toisten ihmisten kunnioittamisesta ja erilaisuuden hyväksymisestä (Helsingin kulttuurikeskus Stoa 2015). Myös rap-artisti Signmark edustaa viittomakielistä kulttuuria taiteilijanimeään myöten ja hän kuvaakin musiikkiaan kantaa ottavaksi, kevyeksi bilemusiikiksi (mt.).

Ihmisten asennoitumista HELsign-tapahtumaan ja heidän valintamahdollisuuksiaan voitaisiin kuvata Antti Poikolan (2010) ehdottamia vaihtoehtoja soveltaen:

- A) kansalainen osallistuu ensisijaisesti sisäisen motivaation takia;
- B) kansalainen osallistuu ensisijaisesti ulkoisen motivaation johdosta;
- C) kansalainen ei osallistu, vaikka sisäinen motivaatio on kohdallaan, koska ulkoisia kannustimia ei ole tai ne ovat jopa negatiivisia;
- D) kansalainen ei osallistu, koska häntä ei kiinnosta, vaikka positiivisia ulkoisia kannustimia on.

Voimme olettaa, että suurin osa HELsign-tapahtuman kävijöistä kuuluu ryhmään A eli sisäisen motivaation vuoksi osallistuneisiin. Kävijäkysely (Holopainen & Saviniemi 2015) osoittaa, että juuri viittomakielisyys ja



yhteisöön kuuluvien muiden jäsenten kohtaaminen olivat osallistujille ensiarvoisen tärkeitä. Ryhmään A kuuluvat myös kaikki, jotka tulivat paikalle esiintyjien vuoksi.

Ulkoisen motivaation vuoksi osallistuneisiin (ryhmä B) voidaan luokitella kävijät, jotka tulivat, koska tapahtuma oli ilmainen ja olisivat jättäneet tulematta, jos sisäänpääsystä olisi pitänyt maksaa. Ulkoisen motivaation kannustamina voidaan myös pitää niitä viittomakielen tulkkiopiskelijoita, jotka suorittivat tapahtuman yhteydessä opintoihinsa liittyviä tehtäviä ja vapaaehtoisesti eivät olisi osallistuneet.

Kategoriaan C (jossa ulkoisia kannustimia ei ole tai ne ovat negatiivisia) sopisi viittomakielisen yhteisön näkökulmasta toisenlainen perhetapahtuma, jossa kaikki ohjelmanumerot esitetään puhutuilla kielillä ja tulkkausta ei olisi järjestetty lainkaan. Tällöin kuuron kävijän osallistuminen olisi epätodennäköistä, vaikka hän pitäisi tapahtuman sisältöä kuinka kiinnostavana. Tietysti yhtenä vaihtoehtona olisi henkilökohtaisen tulkin tilaaminen, mutta silloin tämä kävijä ei enää kuuluisi ryhmään C, vaan vahvan sisäisen motivaationsa vuoksi ryhmään A. Toinen esimerkki ulkoisen kannustimen negatiivisesta vaikutuksesta olisi tapahtuman liiallinen tuputtaminen vääränlaisella, esimerkiksi liian suoralla ja aggressiivisella markkinoinnilla. Vähemmistöryhmän aktiivisimpiakin edustajia karkotetaan, jos he tuntevat olevansa sosiaalisen paineen alla. Vähemmistöryhmiin kuuluvien tulee saada osallistua omana itsenään ilman, että heille määrätään jonkinlainen rooli, johon he eivät pysty samaistumaan.

Kategoriasta D, jossa positiivisia ulkoisia kannustimia löytyy, mutta yksilöllistä kiinnostusta ei, on vaikea antaa esimerkkiä. Ei-kävijät eivät anna palautetta siitä, miksi he eivät ole osallistuneet ja miksi ohjelma ei ollut heidän mielestään riittävän kiinnostavaa.

## **Hyvän tahdon lähettäjäitä, kulttuurimannekiineja vai aktiivisia kansalaisia?**

Viittomakieliselle yhteisölle muiden vähemmistöryhmien tavoin on ominaista se, että mitä useampi yhteisön jäsenistä ilmaisee kiinnostuksensa tapahtumaa kohtaan, sitä varmemmin muutkin innostuvat osallistumaan. Sisäisen motivaation kimmokkeena saattaa toimia juuri yhteisöllisyys ja pyrkimys sen ylläpitämiseen. Viittomakielisten yhteisö on pieni ja sen jäseniin kohdistuu niin ulkoisia kuin sisäisiäkin paineita. Yhteisön jäseniä pyydetään usein osallistumaan tutkimuksiin, vastaamaan kyselyihin, suostumaan haastatteluihin tai ottamaan asiakkaan roolissa vastaan tulkkiopiskelijoita, kun

nämä ovat harjoittelussa. Koska kuuroja on Suomessa noin yksi promille väestöstä (Oikeusministeriö 2011), yksilöllinen paine olla mukana yhteisön ja kielen tunnetuksi tekemisessä on suuri. Luukkainen (2008, 165) kuvaa osuvasti, kuinka viittomakielisen yhteisön aktiivisille ja vastuuntuntoisille jäsenille syntyy näyttämisen tarvetta, koska he kokevat edustavansa valinnoillaan ja ratkaisuillaan koko kuurojen ryhmää.

Viittomakieliset muistavat tänäkin päivänä Albert Tallrothin (1871–1899) ajatuksen siitä, että kuurojen on autettava itse itseään (Salmi & Laakso 2005, 476). Yhteisön jäsenten mielestä viittomakieli, siihen pohjautuva kulttuuri ja visuaalisuuteen perustuva tiedonvälitys ovat edellytyksenä kuurojen täysipainoiseen elämään, jonka puolesta kannattaa taistella (mt., 461). Kaikilla vähemmistöryhmillä on tarve ja oikeus säilyttää kulttuurinsa autenttisenä. Toivasen (2005, 2) ajatusta jatkaen olisi mielenkiintoista selvittää tarkemmin, millaisissa olosuhteissa ja mistä syistä yhteisiä kulttuurisia piirteitä jakavan yhteisön – tässä tapauksessa viittomakielisten – jäsenet aktivoituvat edustamaan omaa kulttuuriaan.

Toivanen (2005, 2) muistuttaa, että autenttiseksi ymmärretyt identiteetit eivät välttämättä sido yksilöä tiettyihin ryhmiin. On myös niitä, jotka eivät identifioitu kuuroihin, vaikka toisten kuurojen mielestä he kuuluisivat yhteisöön (Jokinen 2000, 91). Vähemmistöt harvoin muodostavat niin koherentteja ja homogeenisiä ryhmiä kuin vähemmistöoikeuksiin kirjatut pykälät antavat ymmärtää (Toivanen 2005, 5). Kulttuurioikeudet eivät yksin suojaa heterogeenisiä vähemmistöjä, vaan ne tarvitsevat lisäsuojaa voidakseen nauttia kulttuurista tasavertaisina yhteiskunnan jäseninä (mt.). HELsign-tapahtuman lähtökohtana olikin kohdata viittomakieliset perheet kaikessa moninaisuudessaan ja kirjavuudessaan. Viittomakielisten, samalla tavalla kuin kuulevienkin, kuuluu päästä osallisiksi kulttuuritapahtumiin omana itsenään, aktiivisina ja itsenäisinä kansalaisina.

Mikä saa viittomakielisiä ja muita kävijöitä osallistumaan HELsignin kaltaisiin tilaisuuksiin? Tämän perusteellinen selvittäminen vaatii kattavien kyselyjen tai haastattelututkimuksen tekemistä useasta samankaltaisesta tapahtumasta. Se on kuitenkin varmaa, että HELsignin kaltaisia tilaisuuksia tarvitaan, sillä ne lisäävät viittomakielisen kulttuurin ja valtakulttuurin vuoropuhelua ja tarjoavat kaikille tasapuolisen mahdollisuuden osallistua.

## 8.4 Sanna Sarva & Arto Lindholm: Taidepäivä miesvaltaiselle työpaikalle

Miehiä ei taidelaitoksissa juurikaan käy – ei varsinkaan miesporukoita. Silti taide- ja kulttuurilaitokset eivät ole kokeneet miesten osallistamista tärkeäksi tehtäväkseen. Kenties myyttinen ”keski-ikäinen valkoinen hetero lihansyöjä mies” koetaan muutenkin niin valtautuneeksi ja hyväosaiseksi, että resurssien suuntaaminen hänelle on suorastaan väärin. Tässä tapaustutkimuksessa suuntasimme kuitenkin osallistamiskokeilumme ammattimiehiin. Luontevalta tuntui lähestyä heitä työn kautta ja yrittää liittää taide ja kulttuuri miesvaltaisen työpaikan arkeen ainakin yhtenä päivänä. Erilaisia vaihtoehtoja punnittuamme päätimme järjestää taidepainotteisen työhyvinvointipäivän jollakin miesvaltaisella työpaikalla.

### Miesvaltaisen työpaikan innostaminen ja sitouttaminen

Projektin alkuvaiheessa tavoitteemme oli sekä osallistaa miehiä nykytaiteeseen että lisätä samalla yhteistyökumppanimme IHME-nykytaidefestivaalin tunnettuutta. Aluksi suunnittelimme miesvaltaisille työpaikoille tarkoitettun taidetyöpajan. Pajan idea oli esitellä taiteilija Jeremy Dellerin IHME-teos ”Saa koskea”, jossa ihmiset pääsivät kauppakeskuksissa tutustumaan museoesineisiin. Tämän jälkeen tarkoituksemme oli valita yhdessä esine, jonka ympärille suunniteltaisiin ja toteutettaisiin digitarina. Pajan vetäjäksi löytyi kuvataiteilija ja kuraattori Sanna Sarva, joka osallistui myös pajojen suunnittelutyöhön.

Suunnitelman pohjalta järjestettiin ensin pilottipaja Humanistisen ammattikorkeakoulun opiskelijoille, joiden kuvakerronta oli sujuvaa sekä tekemisen ote hauskaa ja oivaltavaa. Pajastamme kiinnostuneiden miesvaltaisten työpaikkojen löytäminen osoittautui kuitenkin vielä ennakoituakin vaikeammaksi ja lopulta jopa mahdottomaksi. Pajojen takarajaksi oli sovittu IHME-päivien alku, johon mennessä emme olleet onnistuneet sopimaan yhdestäkään pajasta. Saamamme palautteen mukaan ideamme oli joissain paikoissa koettu liian monimutkaiseksi ja vaikeaselkoiseksi. IHME-päivien mentyä ohi päätimme yksinkertaistaa konseptia ja kehitimme miesvaltaisille aloille suunnatun galleriakierroksen, jonka alkuun lupasimme tarjota osallistujille pikkupurtavaa ja vapaamuotoista keskustelua.

Kuten edelliselläkin yrityksellä, taiteesta kiinnostuneita miesvaltaisia työpaikkoja oli vaikea löytää. Soittokierroksen aikana selvisi, että vain muutaman henkilön yritykset olivat ongelmallisia juuri pienen kokonsa vuoksi. Puhelimesta saatettiin esimerkiksi todeta, tavallaan kohteliaasti, että ”kaverit on sen verran erikoista porukkaa, ettei ne taiteesta paljon piittaa.” Soitoista jäi

myös sellainen vaikutelma, että pienissä yrityksissä kaikki tuntevat toisensa ja jos työntekijöille tarjotaan jotain, sen tulee olla mieluisaksi jo tiedettyä.

Isompien yrityksen kohdalla vastaanotto oli vaihtelevampaa. Oli yrityksiä, joiden henkilöstöasioista vastaavan ihmisen puhelinnumero oli salainen ja hänelle saattoi vain jättää soittopyynnön. Näissä tapauksissa soittopyyntöihin ei kuitenkaan vastattu. Oli myös tilanteita, joissa jo puhelinvaihteen kanssa ilmeni hankaluuksia. Joissain isoissa yrityksissä henkilöstöasiat oli jaettu useamman työntekijän kesken eikä puhelinvaihteen työntekijä aina jaksanut kuunnella kovinkaan hyvin, mitä asia tarkalleen ottaen koski. Niinpä puhelu saattoi ohjautua jopa henkilöstöasioiden lainopilliselle asiantuntijalle.

Hankaluutta tuottivat myös tilanteet, joissa henkilöstöasiat oli ulkoistettu ja yksi ihminen vastasi useamman yrityksen henkilöstöasioista. Yhdessä tällaisessa tapauksessa työntekijä sattui vielä olemaan ulkomaanmatkalla ja hyvin kiireinen, mutta lupasi sentään soittaa takaisin. Mitään takaisinsoittoa ei kuitenkaan koskaan kuulunut.

Pohdimme projektia myös vapaa-ajallamme. Galleriakierrosta olisi esimerkiksi ollut mahdollista ehdottaa yrityksiin niissä muutenkin asioitaessa. Ajatus tuntui kuitenkin huonolta, etenkin sellaisten yritysten kohdalla, joissa palvelu oli hyvin henkilökohtaista. Mahdollisuus hyvän palvelutilanteen sotkemiseen vaikutti liian todennäköiseltä, joten tilanteet jäivät käyttämättä.

Galleriakierrosta tarjottiin yhteensä reilulle kymmenelle yritykselle ja työpaikalle, joihin kuului kuljetus- ja it-alan yrityksiä, sähköurakointiliikkeitä, maa-laamoita ja kansalaisten yleisestä turvallisuudesta vastaavia työpaikkoja. Julkisen alan työpaikkojen kanssa ongelmana näytti olevan myös se, että monet työpaikat olivat jo valmiiksi paljon esillä mediassa ja mitään ”ylimääräistä” ei enää oikein kaivattu eikä sille olisi aikaakaan. Lopulta onnistuimme saamaan sopimuksen ennakkoluulottoman tietotekniikan alan yrityksen kanssa.

## **Kokemuksia galleriakierroksesta**

Galleriakierrokselle osallistui neljä miestä, joiden suhde taiteeseen oli vaihteleva. Jollakin oli lähipiirissä harrastelijamaalari, toinen taas oli nuorena toiminut taidemuseon vahtimestarina. Yksi osallistujista oli kohdannut taidetta lähinnä vain ulkomaisissa taidemuseoissa ja yhdellä ei ollut tänäänkään verran kokemusta taidemuseoista.

Aloitimme kierroksen lounaalla. Sen aikana Sarva kertoi yleisesti gallerioista, joihin olimme menossa. Aluksi puhuimme kotimaisten gallerioiden erilaisista profileista ja omistajapohjista. Sarva kertoi niiden hyvinkin erilaisista

pyrkimyksistä tukea taiteilijoidensa myyntiä ja uraa. Myös teosten hinnan muodostuminen kiinnosti osallistujia. Itse gallerioissa Sarva kertoi taiteilijoista, heidän tuotannostaan ja sen muutoksista uran aikana. Lisäksi Sarva avasi esillä olevien teosten edustamia taiteen suuntauksia.

Kierroksen aikana havaitsimme, että miesporukka kyllä keskusteli teoksista. He eivät kuitenkaan juurikaan esittäneet kysymyksiä, vaan vetäytyivät muutaman askeleen syrjään kommentoimaan teoksia keskenään. Gallerian työntekijää selvästikin aristeltiin, mutta omassa porukassa esitettiin karskejakin kommentteja teoksista. Kokemattomimmat vetäytyivät taaemmaksi ja gallerioissa aiemmin käyneet tutkailivat teoksia lähempää.


Kokemattomien vetäytyminen ei ehkä ollut täysin tarpeetonta, sillä galleriassa saattoi saada kokemattomuudesta pienen näpättyksen näyttelyä valvovalta henkilöltä. Hän esimerkiksi arveli yhden osallistujan katseen olevan vielä harjaantumaton, mutta aloittelijakin oppisi kyllä nopeasti. Hiukan suuttumusta äänessään työntekijä kertoi asiakkaista, jotka vipeltävät näyttelyn läpi parissa minuutissa. Hän muistutti siitä, että tauluja pitää katsoa pitkään, jotta ne avautuisivat katsojalle. Keskustelu vilkkauttiin heti, kun työntekijä oli hieman kauempana. Miehet kuitenkin arvelivat, että heidän on naisia helpompi esittää tyhmiä kysymyksiä gallerian henkilökunnalle – hieman samalla tavalla kuin nainen voi heittäytyä ”blondiksi autokaupassa”.

Osallistujat eivät kuitenkaan jääneet välinpitämättömiksi taiteen äärellä. He joko avoimesti pitivät tai eivät pitäneet teoksista. Kiinnostavaa oli myös se, että it-alan ihmiset tunnistivat yhdessä näyttelyssä esillä olleiden abstraktien teosten tekijällä olevaa tietoteknistä osaamista. Kierroksen aikana osallistujat harmittelivat myös sitä, että taiteilijoista ja taiteesta on vaikea saada internet-hakujen kautta kovinkaan luotettavaa tietoa tai muuten hyvää käsitystä.

Käyvätkö osallistuneet miehet gallerioissa useammin kierroksemme jälkeen? Miesten yhteinen mielipide oli, että galleriassa käyminen on mahdollista, mutta se tarvitsee jonkin syyn. Tällainen voisi olla esimerkiksi lahjan ostaminen vaimolle häääpäivänä. Sen sijaan ilman mitään erityistä syytä poikkeaminen galleriassa tuntui yhä varsin vieraalle ajatukselle. Tämä ei sinänsä ole yllättävää, koska gallerioita pidetään edelleen melko hankalasti lähestyttävänä taiteen kehtoina (mm. Hyrkäs 2007).

Ilmeisesti pieni pintaraapaisumme onnistui joka tapauksessa tarjoilemaan taidetta niin, että se herätti ainakin pientä kiinnostusta. Osallistujat eivät missään vaiheessa vaikuttaneet tympääntyneiltä tai näyttäneet odottavan kierroksen päättymistä. Huomattava kuitenkin on, että keskustelu oli vilkkainta gallerioiden välillä, kun puhe siirtyi uusiin teknisiin innovaatioihin autojen kehityksessä. Samoin kuin muissa tapaustutkimuksissamme, pitkän tähtäimen taidekiinnostuksen heräämisen arviointi edellyttäisi kunnollista seurantatutkimusta.

Jos jatkossa teemme yhteistyötä työpaikkojen kanssa, pitää meidän osata selvemmin kertoa mitä tarjoamme ja miksi. Lisäksi yritys yhteistyökontaktin luomisessa olisi tärkeää, että kontaktin hakijalla olisi jonkin verran asiantuntemusta sekä yritys- että taidemaailmasta ja niiden molempien neuvottelustrategioista. Näillä kahdella edellytyksellä olisi hyvinkin mahdollista laajentaa taiteen yleisöjä myös epätyypillisiin ympäristöihin.



# 9 Arto Lindholm

Johtopäätökset: voiko  
ei-kävijöitä osallistaa?

## 9 Arto Lindholm: Johtopäätökset: voiko ei-kävijöitä osallistaa?

Jokseenkin kaikki kulttuurialan toimijat haluavat periaatteessa osallistaa ei-kävijöitä ja tavoittaa epätodennäköisiä yleisöjä. Tämä pätee erityisesti niihin julkista rahoitusta saaviin laitoksiin, joilla on myös yhteiskunnallisia tavoitteita. Taidelaitosten johto ei kuitenkaan yleensä määrittele ei-kävijöiden tai epätodennäköisten yleisöjen osallistamista laitoksen tärkeäksi strategiseksi päämääräksi. Vielä vieraampi on ajatus, että taidelaitosten tulisi kiinnittää huomiota ehkä kaikkein epätodennäköisimpään yleisöönsä, keski-ikäisiin ammattimiehiin. Tällä ryhmällä on yleensä paljon taloudellista pääomaa, vaikka kulttuuripääoma olisikin vähäinen. He eivät siis ole yhteiskunnan vähäosaisia eikä heidän osallistamistaan koeta taidelaitosten yhteiskunnalliseksi tehtäväksi. *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeen alkuvaiheessa meihin kohdistettiin jopa kritiikkiä siitä, että käytämme saavutettavuuden edistämiseen varattuja resursseja liian hyvässä asemassa olevan kohderyhmän huomioimiseen.

Kulttuuri- ja taidelaitoksia usein ärsyttää, että ne ovat ihmisten vanhanaikaisten mielikuvien vankeja. Esimeriksi monet taidemuseot kokevat stereotyyppisen kuvan museoista kertovan niistä kauan sitten. Mielikuvat siitä, miten museoissa tulee käyttäytyä, mitä siellä voi tehdä, miten sinne tulee pukeutua tai mitä opastus tarkoittaa eivät läheskään aina vastaa nykyaikaisen museon käytäntöjä. Tämä ilmenee esimerkiksi yllättymisenä siitä, että nykyaikainen museo-opastus onkin tasavertaista keskustelua eikä museo-oppaan yksinpuhelua. Taidelaitosten asiakasraaditkin usein ehdottavat asioita, joita laitokset jo tekevät. Ilmeisesti ainakin osa ei-kävijyydestä selittyy sillä, että kulttuuri- ja taidelaitokset eivät ole kokonaan onnistuneet karistamaan niihin liitettyä pyhättömyyden viittaa harteiltaan. Galleriakierroksellamme tosin huomaisimme, että taideala saattaa edelleen katsoa epätyypillisiä ja osaamattomia kävijöitä norsunluutornistaan ylhäältä alaspäin.

Yleensä vakiintuneille taidelaitoksille riittää, että niissä käy riittävästi maksavaa yleisöä. Niihin ei juurikaan kohdistu ulkoista painetta muuttaa tavoitteitaan osallistavampaan tai epätyypilliset kävijäryhmät huomioivaan suuntaan. Nyt tilanne on kuitenkin muuttumassa. Esimerkiksi Helsingin kulttuurikeskus on ottanut käyttöön nk. Helsingin mallin, jonka tavoitteena on tuottaa taide- ja kulttuuritarjontaa aktiivisen kantakaupungin lisäksi myös kaupungin tapahtumaköyhiin pohjosiin osiin. Julkilausuttu päämäärä on ”tuoda kulttuuri kaikkien helsinkiläisten arjen ulottuville”. Helsingin



mallissa kannustetaan taidelaitoksia ja muita taiteen ammattilaisryhmiä toimimaan seinensä ulkopuolella yhteistyössä alueiden asukkaiden kanssa. Erityisen merkittävää Helsingin mallissa on se, että lähiöiden asukkaita osallistetaan ”näkiöistä tekijöiksi” eli kävijöistä sisällön tuottajiksi. Isona tavoitteena on tuoda taiteen pariin kokonaan uusia yleisöjä. (Ks. Helsingin kaupunki 2015a.) Ensitietojen mukaan Helsingin kaupunki on suorastaan kehottanut hakemaan avustuksia tähän toimintaan.

Minna Haution artikkeli tässä teoksessa osoittaa, kuinka monenlaisin hankkein myös opetus- ja kulttuuriministeriö pyrkii ohjaamaan alaa osallistavampaan suuntaan. Ei kuitenkaan vaikuta siltä, että näiden hankkeiden tekijöillä olisi valmiiksi mielessään erityisen kekseliäitä keinoja epätyypillisten yleisöjen osallistamiseen. Hautio huomauttaa, että pelkät tilat ja pelkkä toiminta eivät riitä. Epätodennäköinen kulttuurikävijä tarvitsee jonkin kannustimen kokemusmaailmalleen vieraaseen tapahtumaan osallistumiseen. Innovatiivisia kannustimia on lupa odottaa opetus- ja kulttuuriministeriön tukemilta hankkeilta. Lisäksi museoiden, teattereiden ja orkestereiden valtionosuusjärjestelmää ollaan uudistamassa niin, että se kannustaa laitoksia panostamaan mahdollisimman laajan kävijäkunnan tavoittamiseen.

Esitellessäni tämän kirjan ideaa ja *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hanketta alan eri toimijoille huomasin, että ei-kävijyys liitetään hyvin usein köyhyyteen. Tämän ajatusmallin taustalla on uskomus, että taide ja kulttuuri kyllä kiinnostavat, kunhan lippujen hinnat ovat tarpeeksi halpoja. Samalla ei-kävijyys tullaan liittäneeksi syrjäytymiseen, jolloin osallistamisen keinoksi tarjotaan ilmapäiviä ja sosiaalitoimen jakamia kulttuuriseteleitä. Tutkimustieto ei kuitenkaan tue tätä ajatusmallia: lippujen hinta on kynnyskysymys vain hyvin harvalle ei-kävijälle. Lisäksi emme ole saaneet laajoista tutkimuksista huolimatta vahvistusta sillekään uskomukselle, että työtömät olisivat erityisen tyypillisiä ei-kävijöitä.

Ei-kävijyys on paljon laajempi ilmiö kuin syrjäytyminen. Ei-kävijyys liittyy pikemminkin työväenluokkaisuudesta kumpuavaan elämäntapaan kuin syrjäytymiseen, ja työväenluokkaisuus ei tarkoita syrjäytymistä tai huono-osaisuutta. Tästä näkökulmasta on vahinko, että kulttuurikaverin kaltaiset hyvät ja isosti resursoidut ideat supistuvat sosiaalityöhön kiinnittyviksi hankkeiksi. Jos kulttuuriala ajattelisi ei-kävijöitä erilaista, mutta tasavertaista kulttuuria ja elämäntapaa edustavina ihmisinä, voisi kuulu taidelaitoksen ja ei-kävijän välillä alkaa kaventua. Ei-kävijän näkeminen köyhänä tai syrjäytyneenä johtaa ylhäältä alaspäin katsovaan lähestymistapaan.

Kulttuurilaitokset yleensä tietävät hyvin, ketkä heillä käyvät ja ketkä eivät käy. Kävijätutkimuksia tehdään alalla melko paljon ja nekin laitokset, jotka eivät tee, osaavat suurin piirtein hahmottaa yleisönsä rakenteen. On hyvin tiedossa, että vähemmän koulutetut nuoret miehet, keski-ikäiset

”metallimiehet”, maahanmuuttajat sekä syrjäseuduilla ja lähiöissä asuvat käyvät vain vähän useimmissa kulttuuri- ja taidetapahtumissa. Tietämättömyyden verhon taakse taidelaitokset eivät siis voi piiloutua. Kohtuullinen vaatimus yhteiskunnallisia tavoitteita omaksuneille kulttuurilaitoksille olisikin, että ne avoimesti kertovat yleisönsä valikoituneisuudesta ja keinoista, joilla ne tuota valikoituneisuutta ovat yrittäneet vähentää.

Kaikkien osapuolten on myös hyvä tiedostaa, että epätodennäköisten yleisöjen osallistaminen todellakin on epätodennäköisten yleisöjen osallistamista. Markkinoinnin ja osallistamishankkeiden suuntaaminen epätodennäköisiin asiakkaisiin ei ole kävijämäärien kasvattamisen näkökulmasta kustannustehokasta toimintaa. Markkinoinnin vanhimpien peruseriaatteiden mukaisesti kaikkein epätodennäköisimmät asiakkaat eivät kuulu mihinkään asiakassegmenttiin. Ei-kävijöiden osallistaminen on paljon resursseja vaativaa työtä, jonka tulokset näkyvät vasta pitkän ajan kuluttua – jos silloinkaan.

Isoista yksittäisistä hankkeista huolimatta taidelaitosten arkista yleisötyötä tehdään pienillä resursseilla tai varsinaista yleisötyötä ei tehdä lainkaan. Jos taidelaitoksessa on yleisötyövastaava, hänen on mietittävä työnsä kustannustehokkuutta. Yleisötyövastaavan on mietittävä, sijoittaako hän käytettävissä olevat työtunnit tehokkaasti satojen innokkaiden ihmisten taide-elämyksen syventämiseen vai muutamien ei-kävijöiden osallistamiseen. Valintaan liittyy myös inhimillinen näkökulma: on paljon mukavampi tehdä työtä jo valmiiksi taiteesta kiinnostuneiden kanssa kuin niiden, jotka saattavat osoittaa jopa vihamielisiksi koko taidekenttää kohtaan. Näin ollen ei-kävijöiden osallistaminen on yhteiskunnallista toimintaa, mutta se ei kuitenkaan saisi olla sosiaalityötä. Tässä luvussa kokoamme ensin yhteen olemassa olevat ei-kävijöiden osallistamiskeinot. Lopuksi esittelemme esiin nousseita uusia osallistamisen keinoja ja konkreettisia osallistamisen ohjenuoria.

## 9.1 Osallistamisen nykyiset keinot

Tärkein käytössä oleva menetelmä erilaisten yleisöjen tavoittamiselle on tarjota erilaista sisältöä eri kohderyhmille. Taidelaitokset yleensä tietävät varsin hyvin, minkälaiset sisällöt vetävät mitäkin yleisöä. Esimerkiksi taidemuseoissa suuret klassiset nimet tuovat isoja määriä taiteesta jossain määrin kiinnostunutta kansaa. Taidekentän ytimeen vetoavat kansainvälisesti tunnetut nimet, jotka eivät kuitenkaan ole suuren yleisön tuntemia. Toisinaan sisältövalinnoilla voidaan saavuttaa hyvinkin epätyypillisiä yleisöjä. Kun Espoon modernin taiteen museo EMMA järjesti BMW Art Cars -näyttelyn vuonna 2012, museoon tuli paljon miehiä ja varsinkin isää poikineen. Osa näistä kävijöistä oli selvästikin BMW-autojen harrastajia, jotka kuvasivat

autoja jopa alapuolelta. Tässäkin näyttelyssä keski-ikäiset naiset olivat kuitenkin enemmistö.

Taidelaitoksia on toisinaan syytetty kävijälukujen helposta tavoittelusta. Esimerkiksi kärkevän taidekriitikon Pontus Kyanderin mukaan kävijöiden tavoittelu laajaan kansanosaan vetoavilla lypsylehmänäyttelyillä on huoraaamista, joka unohtaa taiteen ydinyleisön – siis ne, jotka ovat *oikeasti* taiteesta kiinnostuneita (Kanerva 2015). Toisaalta taideala on kriittinen myös sellaisia taidelaitoksia kohtaan, jotka viljelevät taidekentän sisäistä kieltä ja puhuttelevat vain valveutuneinta ydintä (ks. luku 4).

Toinen keino saada epätyypillisiä kävijöitä on markkinoida taidetta epätavallisilla keinoilla. Usein taidelaitokset kohdentavat markkinointinsa ydinyleisölleen eli keski-ikäisille naisille. Esimerkki uuden kohdeyleisön tavoittelemisesta on Kansallisooppera, joka on myynyt Facebookin kautta halpoja lippuja alle 30-vuotiaille ja houkutelut nuorisoa hengaillemaan oopperaan muun muassa pizzatarjoilulla (MTV 2008). Oopperan tavoite on olla mielikuvissa ”iloinen, elämyksellinen, kokonaisvaltainen ja hauska paikka, jossa tavata kavereita ja nauttia elämyksistä yhdessä” (MTV 2008). Edellä mainittua BMW-näyttelyäkin markkinoitiin muun muassa autoalan lehdissä miesten tavoittamiseksi. Pelkän markkinoinnin keinot vaikuttavat kuitenkin olevan hyvin rajalliset.

Kolmas keino on jalkautuminen sinne, missä ei-kävijät ovat. Johdannossa esittelimme jo tehtyjä jalkautumistempauksia. Kulttuurialan toimijat usein pitävät erityisen onnistuneina uuden tanssin keskuksen Zodiakin *Minun nimeni on* -tempausta ja Kansallisteatterin *Reittejä Kontulaan* -hanketta. Näiden projektien tarkoitus oli integroitua lähiöiden arkeen, tarjota mahdollisuuksia osallistua taiteellisiin prosesseihin ja mahdollistaa uusien yhteisöjen muodostuminen. Hankkeisiin sijoitettiin paljon resursseja: ne olivat useamman vuoden kestäviä ja työllistivät isosti taidelaitosten henkilökuntaa.

Neljäs keino on tehdä taidelaitoksissa jotain, mikä ei liity suoraan taiteeseen, mutta voi johdattaa taiteen piiriin hyvinkin epätyypillisiä yleisöjä. Tällaisessa toiminnassa Etelä-Karjalan museot ovat olleet erityisen aktiivisia. Esimerkiksi Lappeenrannan museoissa on kehitetty ”vapaehtoista museomummo- ja vaaritoimintaa, joka tähtää elämykselliseen tiedon ja perinteen siirtoon nuoremmille sukupolville”. Museoissa on kokeiltu myös äijäjoogaa, joka on yksi harvoista miehiä osallistavista toiminnoista. (Elävä museo 2012; Suomela 2015, 31.) Museoalan tulevaisuudenkuviin kuuluukin ajatus museoista sosiaalisina kohtaamispaikkoina eikä pelkinä taide-elämysten tuottajina.

Viides keino on tarjota ohjelmaa, johon voivat osallistua ainoastaan ensikeräiläiset. Esimerkiksi Kansallisooppera ja -baletti käynnistivät *Ensikertalaiset*-projektin syksyllä 2015. Projektin värvättiin vain niitä, jotka eivät olleet

koskaan käyneet katsomassa balettia eivätkä oopperaa. Ensikertalaisia ei kutsuttu ainoastaan kävijöiksi, vaan myös kurkistamaan työpajoissa oopperan ja baletin kulisseihiin – ja samalla haastamaan omat ennakkoluulonsa. (Ks. Ooppera – Baletti 2015.) Hankkeen perimmäisissä tavoitteissa oli paljon samaa kuin meidän toteuttamassamme Käräyttäjäkaverissa.

## 9.2 Osallistamisen ohjenuorat

Jos ei-kävijöiden osallistamiseen olisi tarjolla helppo ja yksiselitteinen konsepti, se olisi jo koko kulttuurialan tiedossa. Kulttuuri- ja taideala ei ole helpon tehtävän edessä yrittäessään vähentää yleisönsä valikoituneisuutta, koska taideharrastusten keskittymisellä yhteiskunnan eliitille on vuosisataiset perinteet. Toisaalta tehtävä ei myöskään ole mahdoton jo yksin sen tiedon mukaan, että monissa muissa länsimaissa eliitin taideharrastukset eivät ole yhtä paljon korkeakulttuuriin painottuneet kuin Suomessa. *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeen puitteissa keräsimme havaintomme yhteen ja muodostimme näkemyksen siitä, miten kulttuurilaitokset voisivat monipuolistaa yleisörakennettaan. Ohjenuorat eivät ole sellaisia, että niistä valittaisiin yksi, vaan useimmissa osallistamishankkeissa tarvitaan niiden erilaisia yhdistelmiä.



Uskalla osallistaa.

**Uskalla osallistaa.** Osallistumismahdollisuuksien tarjoaminen ja uusien yleisöjen tavoittaminen edellyttää totuttujen toimintatapojen rikkomista. Osallistumismahdollisuuksien tarjoaminen vaatii sen pelon voittamista, että osa vallasta siirtyy asiakkaille ja oma kulttuuriryöntekijän asiantuntijarooli häviää (Haatainen 2012). On myös helppoa vedota vähäisiin työntekijäresursseihin silloin, kun torjutaan epäkonventionaalisten osallistamis-, markkinointi- ja jalkautumistempauksien kokeileminen. Resurssipulaa voitaisiin kompensoida oppilaitosyhteistyöllä: esimerkiksi nuoren polven kulttuurituottajat saattavat hyvinkin onnistua kehittämään uusia ja innovatiivisia osallistamismenetelmiä, jos heitä siihen rohkaistaan. Osallistamisen palon pitäisikin lähteä kulttuurilaitoksen johdosta eikä pelkästään yksittäisestä yleisöryöntekijästä. *Vetovoimaa kulttuurikeskuksiin* -hankkeessa esimerkiksi Kanneltalo osoitti rohkeutta toteuttaessaan Humakin kanssa Käräyttäjäkaverikokeilun ja Stoa jalkautuessaan Itä-Helsingin pubeihin.



Löydä linkki kävijän ja ei-kävijän välillä.

**Löydä linkki kävijän ja ei-kävijän välillä.** Ei-kävijät eivät tule taidelaitoksiin oma-aloitteisesti. Taide- ja kulttuurilaitosten tulisi löytää linkki, välittävä tekijä laitoksen ja ei-kävijän välillä. Hyvä linkki on aktiivinen kulttuurikuluttaja, mutta ei alan konventioihin sosiaalistunut taiteen ammattilainen. Hyvällä linkillä tulee olla halu auttaa taidelaitosta uudistumaan ja halu tuoda uusia ihmisiä taiteen pariin. Käräyttäjäkaveri oli meidän kokeilumme välittävästä tekijästä ja se osoittautui monin tavoin toimivaksi. Linkit voivat löytyä omasta kanta-asiakaskunnasta tai vaikkapa alueen asukasyhdistyksen puuhaihmisistä, opettajista, kansalaisaktivisteista, urheilujoukkueen valmentajista tai paikallisista yrityksistä. Sekä linkille että linkitetyille kannattaa tarjota kannustimeksi jokin etu.



Luota ei-kävijöiden osaamiseen.

**Luota ei-kävijöiden osaamiseen.** Kun suunnittelimme jalkautumistamme itähelsinkiläisiin baareihin, olimme täynnä monenlaisia ennakkoluuloja. Uskoimme asiakkaiden olevan elämässään epäonnistuneita ja humalassa vaarallisia ihmisiä, jotka pitävät meitä heidän alueelleen tunkeutuvina snobeina. Jalkautuminen näihin baareihin oli pelottavaa kokeneille ja elämää nähneille tekijöillekin. Jos siis ei-kävijöillä on stereotyyppisiä mielikuvia taideyleisöistä, voivat stereotypiat olla yhtä voimakkaita toisinkin päin. AfoPub-kokeilumme kuitenkin osoitti, että jopa baariympäristöihin tiivistyy paljon erilaista osaamista, elämänviisautta ja yhteisöllisyyttä. Ihmisten erilaiset normit, arvot ja uskomukset ovat osa monikulttuurisuutemme kirjoja. Ei-kävijöiden osallistamisen tulisi perustua erilaisten kulttuuristen koodien kohtaamiseen eikä kenenkään puutteellisuuden poistamiseen.



Jalkaudu yllättäviin paikkoihin.

**Jalkaudu yllättäviin paikkoihin.** Jos jalkautumistempauksilla on tarkoitus tavoittaa epätodennäköisiä yleisöjä, on jalkauduttava epätyypillisiin paikkoihin. Esimerkiksi päiväkodit ja palvelutalot ovat tyypillisiä ja epäilemättä tärkeitä jalkautumiskohteita, mutta epätodennäköisimmät yleisöt ovat ehkä jossain muualla. Me jalkauduimme baareihin ja miesvaltaisille työpaikoille, mutta yhtä hyvin olisimme voineet valita vaikkapa kauppakeskuksen, lähion ostarin, urheilutapahtuman tai muun, taiteelle merkitsemättömän paikan.



Tarjota nuorille mahdollisuus omaehtoiseen sisällön tuottamiseen.

**Tarjota nuorille mahdollisuus omaehtoiseen sisällön tuottamiseen.** Alueelliset kulttuurikeskukset eivät ole nuorten mielestä kiinnostavia paikkoja – eivätkä useimmat muutkaan etabloituneet kulttuurilaitokset. Tämä voisi muuttua jos nuoret voisivat tuottaa itse sisältöä kulttuurilaitoksissa. Tutkimuksemme mukaan juuri nuoria tällainen sisällöntuotanto voisi kiinnostaa. Hyviä sisällöntuottamismahdollisuuksia voisivat olla esimerkiksi paikalliset talentti- tai bändikilpailut (ks. Parkkisenniemi 2012). Tällöin esiintyvät nuoret ovat linkejä kävijän ja ei-kävijän välillä, koska yleisö usein koostuu esiintyjien kavereista ja heidän kavereistaan. Humakin kokemuksen mukaan taidelaitosten ei kuitenkaan kannata liian tarkasti suunnitella nuorten puolesta mitä sisältö voisi olla. Nuorille kannattaa antaa mahdollisuudet itse suunnitella tapahtumia taidelaitoksiin.



Tarjoo vapaaehtoistyön mahdollisuutta taidelaitoksissa.

### **Tarjoo vapaaehtoistyön mahdollisuutta taidelaitoksissa.**

Tutkimuksemme osoittivat, että erityisesti seniorit voisivat olla kiinnostuneita vapaaehtoistyöstä kulttuurikeskuksissa. Tämä on alikäytetty resurssi, joka lähentäisi kulttuurilaitoksia alueen asukkaisiin. Vapaaehtoiset itse tuskin ovat nk. ei-kävijöitä, mutta he voisivat olla juuri välttämättömiä linkkejä ei-kävijän ja taidelaitoksen välillä.



Luovu hetkeksi taiteesta.

**Luovu hetkeksi taiteesta.** Kulttuuri- ja taidelaitosten pieni tragedia on, että sekä sana taide että kulttuuri voivat nostaa ei-kävijöiden negatiiviset ja torjuvat tunteet pintaan. Ei-kävijöiden osallistamisessa ei aina kannata mennä taide edellä, vaan kärkenä tulisi olla jokin muu asia. Yksi esimerkki tästä on edellä mainittu äijäjooga taidemuseossa, mutta se voi olla laajamittaisempikin hanke. Päivi Ruutiainen ja Kaisa Suomela kuvaavat tässä

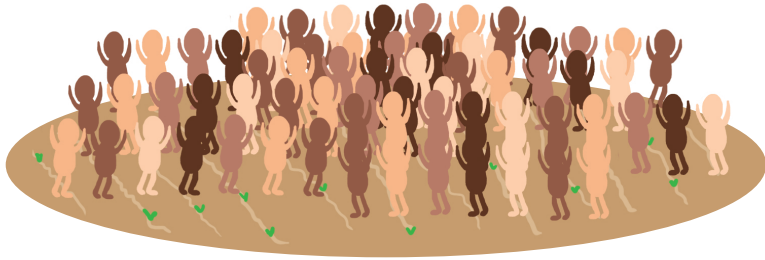


teoksessa *Cascoland*-hanketta Amsterdamin huonomaineisessa lähiössä. Hanke aloitettiin lähiön viihtyisyyttä ja yhteisöllisyyttä parantavilla toimilla ja varsinainen taide tuli vasta tämän jälkeen. Tällaisia monien erilaisten toimijoiden yhteisiä *Cascoland*-hankkeita tarvittaisiin myös useiden suomalaisten kaupunkien eriytyneisiin lähiöihin, joista hyvinvoipa keskiluokka on alkanut paeta.



Anna ei-kävijän kokea, että hän on taiteellisen tuotoksen omistaja.

**Anna ei-kävijän kokea, että hän on taiteellisen tuotoksen omistaja.** Kun teimme AfoPub-kokeiluamme, oli yksi aforismin kirjoittamisen suurimmista kannustimista se, että aforismi saattaa päätyä oikeaan, painettuun kirjaan. Tuossa hetkessä baarin asiakas omaksui uuden roolin: hetken ajan hän oli oikea runoilija ja julkaisuun tähtäävä aforistikko. Hänen ajatuksiaan kuunneltiin ja ehkä hän itsekkin huomasi pystyvänsä johonkin, mihin ei uskonut pystyvänsä. Jyväskylän taidemuseo taas väräsi työvoimatoimiston kautta nuoria, työttömiä ja kouluttamattomia miehiä tekemään videoita omasta elämästään. Tämä *Viikko elämästäni* -hanke korosti miesten osaamista ja taidemuseon mukaan rohkaisi heitä näkemään itsensä osana yhteiskuntaa. (Suomela 2015, 27–28.) Nämä esimerkit osoittavat, että amatöörien taiteelliset teokset eivät aina edellytä taiteen harrastajia, vaan ne voivat kummuta myös hyvin epätodennäköisistä taideyleisöistä.



Tee osallistumisesta elämyksellistä.

**Tee osallistumisesta elämyksellistä.** Ihmiset tuskin innostuvat vapaa-aikanaan kokouksista ja palavereista, vaikka niissä käsiteltäisiin tärkeitä asioita. Elämyksellisyyden avaimet ovat moniaistillisuus ja kokonaisvaltaisuus. Esimerkiksi taiteilija Kaisa Salmi kokosi 22.000 ihmistä Fellmanin pelolle Lahteen, jonne koottiin vastaava määrä antautuneita punaisia sisällissodassa vuonna 1918. Uskoakseni kannustin osallistua tällaiseen tapahtumaan kumpusi juuri yhteisöllisyyden ja elämyksellisyyden kaipuusta.



Tee osallistuminen helpoksi.

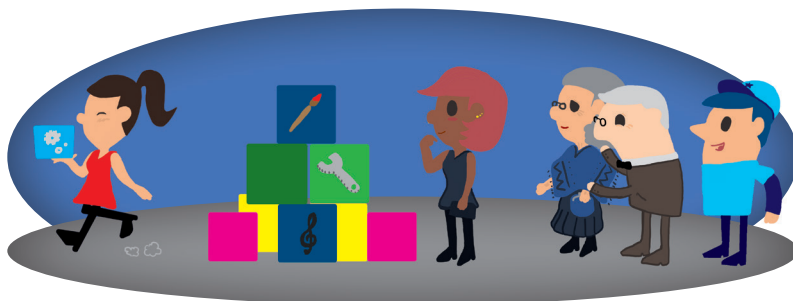
**Tee osallistuminen helpoksi.** Nykyihminen on elämshakuinen, spontaani ja ärsykkeillä kyllästetty. Osallistumisen kynnyksen kannattaa höylätä mahdollisimman ohueksi. Parasta olisi, jos osallistumisen ensimmäisen askel olisi yhden klikkauksen päässä. Jussi Linkola ja Päivi Timonen

kuvaavat artikkelissaan mahdollisuuksia osallistua uuden tekniikan keinoin: hyödyntää voi esimerkiksi kevyttä pelillisyyttä verkkoläsnäolon luomiseen. Pelin ei tarvitse suoraan liittyä taidelaitoksen sisältöihin. Käräyttäjäkaveri-pilotissamme huomasimme, että teimme siitäkin turhan monimutkaisen: olisimme päässeet määrällisesti parempaan tulokseen jos liput olisi saanut parilla klikkauksella suoraan puhelimeen.



Löydä myös marginaalin marginaalit.

**Löydä myös marginaalin marginaalit.** Voimme toteuttaa kulttuurin kulutuksen ytimestä syrjään jääneille ryhmille tapahtumia ja jalkautumistempauksia, mutta tavoitammeko silloin ei-kävijät vai marginaaliryhmän aktiivisen ytimen? HELsign-tapahtumamme tavoitti viittomakielisen yhteisön, mutta epäselvää oli, tavoitimmeko myös ne kuurot, jotka eivät yleensä käy tapahtumissa? Osallistavissa tapahtumissa ja jalkautumistempauksissa olisi tärkeää miettiä, miten myös kohdeyleisön ulkokehät saadaan mukaan tapahtumiin. Tässä tehtävässä yksi tärkeä tekijä on edellä mainitun linkin löytäminen tapahtumajärjestäjän ja marginaalin marginaalin väliin.



Suunnittele erilaisia osallistumisen mahdollisuuksia.

**Suunnittele erilaisia osallistumisen mahdollisuuksia.** Tutkimuksemme osoitti, että erilaiset ihmiset haluavat osallistua eri tavoin. Ei-kävijöille kannattaa suunnata erilaisia osallistumisen tapoja kuin aktiivikävijöille. Kannattaa myös suunnitella osallistumisen mahdollisuuksia kaikille ”osallistumisen portaille”: miten ihmisten mielipiteitä kuunnellaan, miten he pääsevät osallistumaan suunnitteluun ja miten päätöksentekoon tai toimintaan. On myös hyvä miettiä, miten osallistumismahdollisuuksia avataan tuotannon suunnittelu-, toteutus- ja jälkivaiheissa. Hyvä idea on laatia erityinen *osallistamissuunnitelma*, kuten esimerkiksi Kotkan meripäivät on tehnyt (Salonen 2015).

## 9.3 Lopuksi

On vaikea sanoa, ovatko osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus vain ohimeneviä muodikkaita iskusanoja vai onko kyse perustavanlaatuisesta muutoksesta kansalaisten ja instituutioiden välisessä suhteessa. Osallistamisen eetos on kuitenkin ollut niin voimakas, että olisimme odottaneet nopeampaakin muutosta muun muassa alueellisten kulttuurikeskusten toiminnassa. Osallistamista voisi hyvin viedä hyvinkin pitkälle: voisivatko ihmiset esimerkiksi päättää kulttuurikeskuksen budjetista?

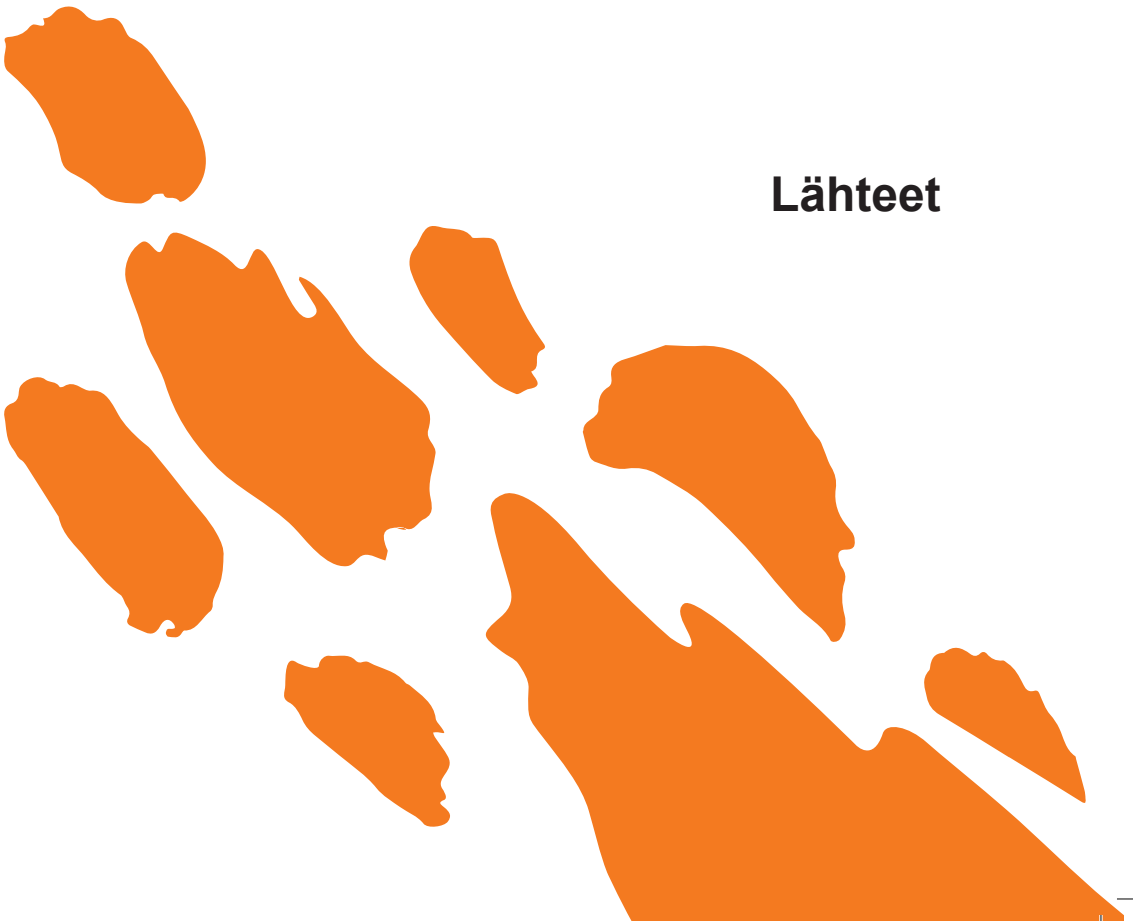
Luultavasti ainakin ei-kävijöiden osallistaminen edellyttää paljon nykyistä voimakkaampaa julkisen vallan ohjausta, jos merkittäviä tuloksia aiotaan saada. Kulttuurilaitoksilla on vain hyvin vähän painetta vähentää yleisöjensä valikoituneisuutta. Lisäksi kulttuurilaitoksille on 1990-luvun puolivälin jälkeen asetettu yhä tiukempia tuloksellisuuden vaatimuksia ja omarahoituneisuutta, mikä on jossain määrin ristiriidassa yleisöpohjan laajentamisen tavoitteen kanssa. Myös se keskustelu pitäisi käydä, vaaditaanko alueellisilta kulttuurilaitoksilta korkeaa laatua ja mitä korkea laatu tarkoittaa. Kuuluuko

siihen esimerkiksi paikallisten nuorten oikeus ilmaista itseään taiteen keinoin?

Ei-kävijöiden osallistamiselle voisi olla nyt paikkansa, kun laaja Suomalainen maku -tutkimus osoittaa eliitin kulttuuriharrastusten edelleen olevan korkeakulttuuriin painottunutta. Näin ei välttämättä ole muissa länsimaissa (ks. Purhonen 2014). Sosiologinen tutkimus ei kuitenkaan kerro, miksi korkeakulttuurinen maku on juuri Suomessa juuri sellainen kuin on. Sosiologit ovat myös haluttomia tai kyvyttömiä ottamaan kantaa siihen, onko suomalaisessa kulttuuripolitiikassa jokin pielessä tai tekevätkö kulttuurilaitokset jotain, mikä sulkee osan väestöstä ulkopuolelleen.

Osallistamisessa, ja erityisesti epätodennäköisten yleisöjen osallistamisessa, on eräitä tärkeitä piirteitä: osallistaminen on hauskaa, se uudistaa taidelaitoksia ja luo positiivista mielikuvaa taidelaitoksesta. Osallistamistempauksia usein arvostetaan sekä taiteen kentän ytimessä että laajemmin yhteiskunnallisessa keskustelussa. Tempaukset saavat hyvin medianäkyvyyttä positiivisessa valossa. Hauskuudella tarkoitan omakohtaista kokemusta Käräyttäjäkaverin suunnittelusta tai sitä, kuinka AfoPub tuntui seikkailulta eikä työltä – tai mielihyvän kokemusta, kun kulttuurikeskus Stoa täyttyi viittomakielisistä kävijöistä. Osallistamisen ei tarvitse olla kulttuurilaitoksille välttämätön nykyajan rasite, vaan se olla myös väline tehdä omasta työstä mielekkäämpää ja keino uudistaa organisaatiota.

## Lähteet



- Aalto, Maija 2014. Kulttuurikaverit torjuvat yksinäisyyttä. Helsingin Sanomat 13.9.2014. <http://www.hs.fi/kaupunki/a1410504283460>. (Viitattu 11.9.2015.)
- Alasuutari, Pertti 2009. Snobismista kaikkiruokaisuuteen: Musiikkimaku ja koulutustaso. Teoksessa Mirja Liikkanen (toim.) Arjen ilot ja valinnat. Helsinki: Gaudeamus, 81–100.
- Anttiroiko, Ari-Veikko 2003. Kansalaisten osallistuminen, osallisuus ja vaikuttaminen tietoyhteiskunnassa. Teoksessa Pia Bäcklund (toim.) Tietoyhteiskunnan osallistuva kansalainen. Tapaus Nettimaunula. Tutkimuksia 5. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 11–32.
- Auvinen, Ari-Matti & Liikka, Piia 2015. Osallistamisen käsikirja. Hämeenlinna: Suomen eOppimiskeskus ry.
- Balling, Gitte & Kann-Christensen, Nanna 2013. What is a non-user? An analysis of Danish surveys on cultural habits and participation. *Cultural Trends* 22 (2), 67–76.
- Barbosa, Belem & Brito, Pedro Quelhas 2012. Do open day events develop art museum audiences? *Museum Management and Curatorship* 27 (1), 17–33.
- Bauman, Zygmunt 1996. *Postmodern Ethics*. Oxford: Blackwell Science.
- Beck, Ulrich 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. New Delhi: Sage.
- Belfiore, Eleonora 2002. Art as a means of alleviating social exclusion: Does it really work? A critique of instrumental cultural policies and social impact studies in the UK. *International Journal of Cultural Policy* 8 (1), 91–106.
- Bennett, Oliver 1997. Cultural policy, cultural pessimism and postmodernity. *International Journal of Cultural Policy* 4 (1), 67–84.
- Bennett, Tony & Savage, Mike & Silva, Elizabeth & Warde, Alan & Gayo-Cal, Modesto & Wright, David 2009. *Culture, Class, Distinction*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre 1979. *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre 1986. The Forms of Capital. Teoksessa John G. Richardson (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press, 241–258.
- Bourdieu, Pierre 1992. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre & Darbel, Alain 1996. *The Love of Art*. Gronwall: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre & Passeron, Jean-Claude 1964. *Les héritiers: les étudiants et la culture*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre & Passeron, Jean-Claude 1990. *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage.

- von Brandenburg, Cecilia 2008. Kulttuurin ja hyvinvoinnin välisistä yhteyksistä. Näköaloja taiteen soveltavaan käyttöön. Opetusministeriön julkaisuja 2008:12. Helsinki: Opetusministeriö.
- Bäcklund, Pia & Häkli, Jouni & Schulman, Harry 2002. Osallisuuden jäljillä. Teoksessa Pia Bäcklund & Jouni Häkli & Harry Schulman (toim.) Osalliset ja osajat. Kansalaiset kaupungin suunnittelussa. Helsinki: Gaudeamus, 7–17.
- Cantell, Timo 1993. Musiikkijuhlien yleisöt: Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari. Tilastotietoa taiteesta -julkaisusarja, nro 7. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, Timo 1996. Kaupunkifestivaalien yleisöt: Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock. Tilastotietoa taiteesta -julkaisusarja, nro 14. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, Timo 1998. Yleisfestivaalien yleisöt – Helsingin Juhlaviikot, Joensuun Lauujuhlat. Tilastotietoa taiteesta -julkaisusarja, nro 19. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Cantell, Timo 2007. Uusiutuva ja sitoutunut yleisö. Tarkastelussa Helsingin juhlatuokkien kävijät. Teoksessa Satu Silvanto (toim.) Festivaalien Helsinki. Urbanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 166–173.
- Cantell, Timo 2015. Suomalainen kulttuuriin osallistuminen kansainvälisessä vertailussa. Luento Humakissa 29.4.2015.
- Cantell Timo & Lindholm, Arto 2011. Sosiologisia tulkintoja kulttuurin yleisöistä. Teoksessa Arto Lindholm & Jyrki Simovaara & Timo Cantell & Helena Mielonen. Yleisötutkimus kulttuurialan opinnäytetyönä. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Sarja C. Oppimateriaaleja 27. Helsinki: Humak, 21–33.
- Cantell, Timo & Linko, Maaria & Silvanto, Satu 2005. Alueelliset kulttuurikeskukset – kulttuuridemokratian perilliset. Teoksessa Satu Silvanto & Maaria Linko & Vesa Keskinen & Timo Cantell (toim.) Kaupunkilaisten kulttuurikeskus: tarkastelussa Stoa, Malmitalo ja Kanneltalo. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus ja Helsingin Kulttuuriasiainkeskus.
- CERN 2015. The birth of the web. <http://home.web.cern.ch/topics/birth-web>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Chan, Tak Wing 2010. Social Status and Cultural Consumption. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chan, Tak Wing & Goldthorpe, John 2007. Social stratification and cultural consumption: The visual arts in England. *Poetics* 35, 168–190.
- Communities in the driving seat: a study of Participatory Budgeting in England. Final report. 2011. Department for Communities and Local Government. [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/6152/19932231.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/6152/19932231.pdf). (Viitattu 9.9.2015.)
- Coulangeon, Philippe & Lemel, Yannick 2007. Is 'distinction' really



- outdated? Questioning the meaning of the omnivorization of musical taste in contemporary France. *Poetics* 35 (2–3), 93–111.
- Eduskunta 2014. Kansalaisaloite eduskunnalle avioliittolain, rekisteröidystä parisuhteesta annetun lain ja transseksuaalin sukupuolen vahvistamisesta annetun lain muuttamisesta. <https://www.eduskunta.fi/FI/Vaski/sivut/trip.aspx?triptype=ValtiopaivaAsiat&docid=m+10/2013>. (Viitattu 25.8.2015.)
- Elävä museo 2012. Museomummit ja -vaarit vertaisihmettelijöinä. Lappeen rannan museoiden blogi. <http://elavamuseo.blogspot.-fi/2012/03/museomummit-ja-vaarit.html>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Eskola, Marjo 2014. Kaverille kanssa: Uusien kävijöiden osallistaminen Käräyttäjäkaveri-pilotissa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.
- Facebook 2015. Company Info. <http://newsroom.fb.com/company-info/> (Viitattu 27.8.2015.)
- Feder, Tal & Katz-Gerro, Tally 2015. The cultural hierarchy in funding: Government funding of the performing arts based on ethnic and geographic distinctions. *Poetics* 49, 76–95.
- Finlex 2015a. Laki kuntien kulttuuritoiminnasta 1992/728. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1992/19920728>. (Viitattu 15.6.2015.)
- Finlex 2015b. Nuorisolaki 27.1.2006/72. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060072>. (Viitattu 18.8.2015.)
- Finlex 2015c. Suomen perustuslaki (731/1999). <https://www.finlex.fi/fi/-laki/ajantasa/1999/19990731>. (Viitattu 15.6.2015.)
- Finlex 2015d. Viittomakielilaki. 359/2015. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2015/20150359#Pidm2111056>. (Viitattu 8.8.2015.)
- Finlex 2015e. Laki vammaisten henkilöiden tulkkaukspalvelusta. 133/2010. [http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100133?search\[type\]=pika&search\[pika\]=Laki%20vammaisten%20henkil%C3%B6iden%20tulkkaukspalvelusta](http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100133?search[type]=pika&search[pika]=Laki%20vammaisten%20henkil%C3%B6iden%20tulkkaukspalvelusta). (Viitattu 10.8.2015.)
- Fletcher, Adam 2011. The Freechild Project. Ladder of Youth Voice. <http://www.freechild.org/ladder.htm>. (Viitattu 9.9.2015.)
- García-Álvarez, Ercilia & Katz-Gerro, Tally & López-Sintas, Jordi 2007. De constructing cultural omnivorousness 1982–2002: Heterology in Americans’ musical preferences. *Social Forces* 86 (2), 417–443.
- Giddens, Anthony 1990. *Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Google 2015. Our history in depth. <http://www.google.com/about/company/history/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Gronow, Jukka & Purhonen, Semi & Rahkonen, Keijo 2009. Social differentiation of musical and literary taste patterns in Finland. *Research on Finnish Society* 2, 39–49.
- Gronow, Pekka 1976. *Kulttuuripolitiikan käsikirja*. Helsinki: Otava.
- Gummesson, Evert 2005. *Many-to-many -markkinointi*. Helsinki:

Talentum.

- Haatainen, Marjo 2012. Kansalaisosallistumisen kehittäminen Stoa ohjelmistosuunnittelussa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma (ylempi AMK). Helsinki: Humak.
- Hakunilan kansainvälinen yhdistys 2015. Taidetta Itä-Vantaan lähiöihin. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Halonen, Katri 2011. Kulttuurituottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa. *Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research* 411. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Harisalo, Risto & Aarrevaara Timo & Stenvall Jari & Virtanen Petri 2007. Julkinen toiminta – Julkinen politiikka. Tampere: Tampere University Press.
- Harju, Aaro 2003. Yhteisellä asialla: Kansalaistoiminta ja sen haasteet. Helsinki: Kansanvalistusseura.
- Hautio, Minna (toim.) 2014. Sähköä kulttuuripalveluihin. Selvitys kuntien kulttuuripalveluiden sähköisen tuottamisen mahdollisuuksista. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Sarja B. Projektiraportit ja selvitykset 36. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-456-178-5>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Heikkilä, Riie 2008. Puhuva ryhmä: Esimerkkitapaus ryhmähaastattelun käytöstä sosiaalitieteellisessä tutkimusasetelmassa. *Sosiologia* 45 (4), 292–305.
- Heikkilä, Riie 2011. Bättre folk, bättre smak? Suomenruotsalaisten maku ja kulttuuripääoma. *Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja* 5. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Heikkilä, Riie & Kahma, Nina 2008. Defining legitimate taste in Finland: Does mother tongue matter? *Research on Finnish Society* 1, 29–42.
- Heinonen, Jouko & Lahti, Markku 2001. *Museologian perusteet*. 3. uudistettu painos. Suomen museoliiton julkaisuja 49. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Heiskanen, Mia & Lehikoinen, Sari 2010. *Muutosviestinnän voimapaperi*. Helsinki: Talentum.
- Hellsten, Villiina & Martikainen, Tuomo 2001. Nuoret ja uusi politiikka. Tutkimus pääkaupunkiseudun nuorten poliittisista suuntauksista. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Helsingin kaupunki 2015a. Helsingin malli. Kohti tasa-arvoisempaa Helsinkiä. Helsingin kulttuurikeskuksen tiedote. <http://www.hel.fi/www/kulke/fi/kulttuuripolitiikka/helsingin-malli/helsingin-malli>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Helsingin kaupunki 2015b. Vapaaehtoistoiminta, kulttuurikaveri. <http://www.hel.fi/www/helsinki/fi/kaupunki-ja-hallinto/hallinto/-palvelut/palvelukuvaus%26current=true%26id=3415>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Helsingin kulttuurikeskus Stoa 2015. [http://www.stoa.fi/tapahtuma/5812907F0613CoFADEE3F48F719474B2/fi/HELsign\\_-Viittoma-](http://www.stoa.fi/tapahtuma/5812907F0613CoFADEE3F48F719474B2/fi/HELsign_-Viittoma-)

- kielisen kulttuurin tapahtuma. (Viitattu 17.7.2015.)
- Hietala, Heidi 2014. Osallistavan kaupunkikulttuurin kehittäminen Arabian katufestivaalin toiminnassa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma (ylempi AMK). Helsinki: Humak.
- Hilliaho, Lauri & Puolitaival, Johanna 2015. Ilmiön kaava. Helsinki: Talentum.
- Hirvonen, Olli 2009. Turun filharmonisen orkesterin jalkautuminen. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.
- Holopainen, Hanna & Saviniemi, Anni 2015. Kielellinen saavutettavuus HELsign -viittomakielisen kulttuurin tapahtumassa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Viittomakielentulkin koulutusohjelma. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201504305628>. (Viitattu 2.8.2015.)
- Honkanen, Minna & Niemi, Pauliina 2010. Äänetön kulttuuri. Viittomakieliset kulttuuripalvelut. Jyväskylän ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Matkailun koulutusohjelma. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201102282700>. (Viitattu 1.8.2015.)
- Howe, Jeff 2006. The Rise of Crowdsourcing. Wired Magazine 14 (6), 1–4. [http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html?pg=2topic=crowdstopic\\_set=](http://archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html?pg=2topic=crowdstopic_set=). (Viitattu 11.9.2015.)
- HypeCon 2015. Hypecon? <http://www.hypecon.net/hypecon/>. (Viitattu 28.8.2015.)
- Hyrkäs, Antti 2007. Taiteen kentän kaksoisagentit. Galleriat talouden ja taiteen yhdistäjinä. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta. Sosiologian laitos. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe200804111231>. (Viitattu 3.4.2011.)
- Hyypä, Markku T. 2013. Kulttuuri pidentää ikää. Helsinki: Duodecim.
- Iltanen, Kaarina 2000. Mainonnan suunnittelu. Helsinki: WSOY.
- Isokangas, Antti & Karvala, Kaappo & von Reiche, Markus 2000. City on sinun: Kuinka uusi kaupunkikulttuuri tuli Helsinkiin. Helsinki: Tammi.
- Janakkalan kunta 2014. Harvialan kartano luovan toimialan kulttuurikeskukseksi. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Joensuu, Mika 2014. Joukkoistaminen ja verkon parvet nuorisotyön välineinä – HypeCon-toiminta ja Impulssi-toimintamalli. [http://www.nuorisotutkimusseura.fi/sites/default/files/Mika\\_Joensuu.pdf](http://www.nuorisotutkimusseura.fi/sites/default/files/Mika_Joensuu.pdf). (Viitattu 17.8.2015.)
- Jokinen, Markku 2000. Kuurojen oma maailma – kuurous kielenä ja kulttuurina. Teoksessa Anja Malm (toim.) Viittomakieliset Suomessa. Helsinki: Finn Lectura, 79–101.
- Jokinen, Markku 2002. Viittomakieliset – yksi suomalaisista kielellisistä vähemmistöistä. Teoksessa Sirkka Laihiala-Kankainen & Sari Pietikäinen & Hannele Dufva (toim.) Moniääninen Suomi. Kieli, kulttuuri ja identiteetti. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Soveltavan

- kielentutkimuksen keskus, 65–89.
- Jyväskylän kaupunki 2015. Kulttuurikolmio. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Jämsén, Arja & Pyykkönen, Anne (toim.) 2014. oSallisuuden jäljillä. Saarijärvi: Pohjois-Karjalan Sosiaaliturvayhdistys ry.
- Kahma, Nina 2011. Yhteiskuntaluokka ja maku. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 8. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Kaitavuori, Kaija 2009a. From Accessibility to Participation. Engage Journal 24/2009. London: Cornerhouse Publications.
- Kaitavuori, Kaija 2009b. Museo ja yleisö. Teoksessa Pauliina Kinanen (toim.) Museologia tänään. Helsinki: Suomen museoliiton julkaisuja 57, 270–294.
- Kaitavuori, Kaija 2012. Yleisöjen osallistamisen tasot ja yhteiskunnallinen vaikuttaminen. Arvoisa yleisö -verkkosivusto. Suomen Kansallisgalleria. <http://www.fng.fi/arvoisayleiso/museojayleisovuorovaikutuksessa/yleisojenosallistamistasot>. (Viitattu 2.9.2014.)
- Kalela, Esa 2006. Keitä huonokuuloiset oikein ovat? Lähtökohtia huonokuuloisten sosiaalisten identiteettien tutkimukselle. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Käyttätymistieteellinen tiedekunta. Soveltavan kasvatustieteen laitos, Opettajankoulutuslaitos. Helsinki: Kuulonhuoltoliitto.
- Kalliala, Eija & Toikkanen, Tarmo 2009. Sosiaalinen media opetuksessa. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.
- Kanerva, Arla 2015. Taidehistorioitsija Pontus Kyander lyttää suomalaiset taidemuseot: ”Ne eivät edes halua olla kansainvälisiä”. Helsingin Sanomat 15.6.2015. <http://www.hs.fi/kulttuuri/a1305963236078>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Kangas, Anita 1988. Keski-Suomen kulttuuritoimintakokeilu tutkimuksena ja politiikkana. Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research 63. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Kangas, Anita 2012. Cultural citizenship and local cultural policy. Proceeding of the ICCPR – the 7th International Conference on Cultural Policy Research, Spain, 9–12 July 2012.
- Kangas, Anita & Jakonen, Olli & Havimäki, Sari-Minna 2014. Osallistumista ja aktivointia. KUULTO-toimintakokeilun matkassa. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2014:11. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Kansallisgalleria 2015. Kansallisgalleria - Taidekokoelmat. <http://kokoelmat.fng.fi/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kansallisteatteri 2015. Kansallisteatteri jalkautuu kaupunginosaan. [http://www.kontula.com/ajankohtaista\\_-arkisto/kansallisteatteri\\_jalkautuu\\_kontulaan.html](http://www.kontula.com/ajankohtaista_-arkisto/kansallisteatteri_jalkautuu_kontulaan.html). (Viitattu 10.2.2015.)
- Kantonen, Lea 2005. Teltta: kohtaamisia nuorten taidetyöpajoissa. Taideteollisen korkeakoulun julkaisu A 54. Helsinki: Like.
- Karhio, Päivi 2003. Miten lähestyä käymättömiä? [http://www.fng.fi/instance/data/prime\\_product\\_julkaisu/vtm/embeds/vtmwwwstructu](http://www.fng.fi/instance/data/prime_product_julkaisu/vtm/embeds/vtmwwwstructu)

- re/15781\_raportti1.pdf. (Viitattu 21.2.2015.)
- Karisto, Antti 1988. Liikunta ja elämäntyyli. Teoksessa Esa Sironen (toim.) Uuteen liikuntakulttuuriin. Tampere: Vastapaino.
- Karstulan kunta 2014. Aluetaitelija hyvinvoinnin edistäjänä. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Karttunen, Sari 2012. Uudenlaisilla menetelmillä uutta tietoa kulttuurin saavutettavuudesta. Hyvinvointikatsaus 2/2012. Helsinki: Tilastokeskus.
- Katz-Gerro, Tally 2002. Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States. *Social Forces* 81 (1), 207–229.
- Katz-Gerro, Tally & Jaeger, Mads Meier 2013. Top of the Pops, Ascend of the Omnivores, Defeat of the Couch Potatoes: Modeling Change in Cultural Consumption. *European Sociological Review* 29 (2), 243–260.
- Kawashima, Nabuko 2000. Beyond the division of attenders vs. non-attenders: a study into audience development in policy and practice. Working Paper. Coventry: University of Warwick. Centre for Cultural Policy Studies. Research papers, Vol.6. <http://wrap.warwick.ac.uk/35926/>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Keski-Uudenmaan teatterin kannatusyhdistys ry 2014. LÄHELLÄ-hanke. Kulttuurista yhteistyötä ja saavutettavuutta kunnissa. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Kettunen, Pekka 2002. Miksi osallistumisesta puhutaan? Osallistumisen kehittäminen suomalaisissa kunnissa. Teoksessa Pia Bäcklund & Jouni Häkli & Harry Schulman (toim.) Osalliset ja osajat. Kansalaiset kaupungin suunnittelussa. Helsinki: Gaudeamus, 18–35.
- Kiasma 2008. Kivikko-projekti – museo tulee kylään. Lehdistötiedote 8.5.2008. Helsinki: Kiasma.
- Kiasma 2015a. Kiasma – Nykyaikaisen Museo. <http://www.kiasma.fi/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kiasma 2015b. Kiasma. <https://www.facebook.com/KiasmaMuseum>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kiasma 2015c. Kiasma (@KiasmaMuseum) | Twitter. <https://twitter.com/kiasmamuseum>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kiasma 2015d. Kiasma (@kiasmagram) • Instagram-kuvat ja -videot. <https://instagram.com/kiasmagram/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kiasma-blogi 2015. <http://blog.kiasma.fi/blog/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kiasma Tunteella 2015. <http://kiasmatunteella.fi/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kiilakoski, Tomi & Nivala, Elina & Rynnänen, Aimo & Gretsches, Anu & Matthies, Aila-Leena & Mäntylä, Niina & Gellin, Maija & Jokinen, Kimmo & Lundbom, Pia 2012. Demokratiaremontin työkaluja. Teoksessa Anu Gretsches & Tomi Kiilakoski (toim.) Demokratiapöytäkirja. Lasten ja nuorten kunta 2010-luvun alussa. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/Nuorisotutkimusseura,

- julkaisuja 118, 249–272.
- Kirchberg, Volker 1996. Museum Visitors and non-visitors in Germany: A representative survey. *Poetics* 24 (2–4), 239–258.
- Kivijärvi, Antti 2015. Etnisyyden merkityksiä nuorten vertaisuhteissa. Tutkimus maahanmuuttajataustaisten ja kantaväestön nuorten kohtaamisista nuorisotyön kentillä. Helsinki: Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 162.
- Kolb, Bonita M. 2001. The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestras' responses in the UK and US. *Cultural Trends* 11 (41), 1–35.
- Koordinaatti – Nuorten tieto- ja neuvontatyön kehittämiskeskus 2015a. Tietoa palvelusta - Nuortenideat.fi. <https://www.nuortenideat.fi/fi/tietoa-palvelusta/24>. (Viitattu 5.8.2015.)
- Koordinaatti – Nuorten tieto- ja neuvontatyön kehittämiskeskus 2015b. Idea: Brädi esiintymään Porvooseen! - Nuortenideat.fi. <https://www.nuortenideat.fi/fi/ideat/8/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Kortesuo, Katleena & Kurvinen, Jarkko 2011. Blogimarkkinointi – Blogilla mainetta ja mammonaa. Helsinki: Talentum.
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2015. [http://www.cultureforall.info/doc/tarkistuslistat/viittomakielisten\\_asiakkaiden\\_huomioiminen\\_tapahtumissa\\_tarkistuslista.pdf](http://www.cultureforall.info/doc/tarkistuslistat/viittomakielisten_asiakkaiden_huomioiminen_tapahtumissa_tarkistuslista.pdf). (Viitattu 1.8.2015.)
- Kulttuuria kaikille -palvelu 2014. Mitä on saavutettavuus? [http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus](http://www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus). (Viitattu 7.11.2014.)
- Kulttuuriosuuskunta Uulu 2014. Taidebussi. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Lahire, Bernard 2004. *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Découverte.
- Lahire, Bernard 2008. The individual and the mixing of genres: Cultural dissonance and self-distinction. *Poetics* 36 (2–3), 166–188.
- Lamont, Michèle & Lareau, Annette 1988. Cultural capital: Allusions, gaps and glissandos in recent theoretical developments. *Sociological Theory* 6 (2), 153–168.
- Levä, Kimmo 2012. Luento museoalan teemapäivillä 16.2.2012.
- Lietsala, Katri & Sirkkunen, Esa 2008. *Social media – Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: University of Tampere.
- Liikanen, Hanna-Liisa 2010. Taiteesta ja kulttuurista hyvinvointia – ehdotustoimintaohjelmaksi 2010–2014. Opetusministeriön julkaisuja 2010:1. Helsinki: Opetusministeriö.
- Lindholm, Arto 2005. *Maailman parantajat. Globalisaatiokriittinen liike Suomessa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Lindholm, Arto 2009. *Taidemuseo Tennispalatsin ei-kävijät pääkaupunki seudulla. Julkaisematon tutkimus*. Helsinki: Helsingin taidemuseo.
- Lindholm, Arto 2011. *Ei-kävijäystutkimukset*. Teoksessa Arto Lindholm & Jyrki Simovaara & Timo Cantell & Helena Mielonen:

- Yleisötutkimus kulttuurialan opinnäytetyönä. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Sarja C. Oppimateriaaleja 27. Helsinki: Humak, 49–60.
- Lindholm, Arto & Humanistisen ammattikorkeakoulun opiskelijoiden tutkimusryhmä 2008. Taidemuseo Tennispalatsin ei-kävijät pääkaupunkiseudulla. Helsinki: Helsingin taidemuseo.
- Lindholm, Arto & Simovaara, Jyrki & Cantell, Timo & Mielonen, Helena 2011. Yleisötutkimus kulttuurialan opinnäytetyönä. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Sarja C. Oppimateriaaleja 27. Helsinki: Humak.
- Linko, Maaria 1998. Aitojen elämysten kaipuu. Yleisön kuvataiteelle, kirjallisuudelle ja museoille antamat merkitykset. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja 57. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Liukkonen, Eija 2004. Museoyleisö tutkimuksen kohteena. Teoksessa Marjatta Levanto & Susanna Pettersson (toim.) Valistus/museope dagogiikka/oppiminen. Taidemuseo kohtaa yleisönsä. Helsinki: Taidemuseoalan kehittämissyksikkö KEHYS, 145–154.
- Liutu, Jarkko 2015a. Savonlinnan kuntataiteilijahanke 2015. Väliraportti. Ei julkaistu.
- Lizardo, Omar & Skiles, Sara 2012. Reconceptualizing and Theorizing Omnivorousness: Genetic and Relational Mechanisms. *Sociological Theory* 30 (4), 263–282.
- López-Sintas, Jordi & García-Álvarez, Ercillia 2002. Omnivores Show Up Again: The Segmentation of Cultural Consumers in the Spanish Social Space. *European Sociological Review* 18, 353–368.
- López-Sintas, Jordi & Katz-Gerro, Tally 2005. From exclusive to inclusive elitists and further: Twenty years of omnivorousness and cultural diversity in arts participation in the USA. *Poetics* 33, 299–319.
- Luukkainen, Minna 2008. Viitotut elämät. Kuurojen nuorten aikuisten kokemuksia viittomakielisestä elämästä Suomessa. Helsinki: Kuurojen Palvelusäätiö.
- Maarianvaaran nuorisoseura ry 2014. Kulttuuri kuuluu maaseudulle. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Malmelin, Nando & Wilenius, Markku 2008. Välittäjät. Helsinki: Gaudeamus.
- Markkinointi&Mainonta 2015. Kamppi ottaa Snapchatin käyttöön – täydentää kaupakeskuksen digipresenssiä. <http://www.marmai.fi/uutiset/kamppi+ottaa+snapchatin+kayttoon++taydentaa+kaupakeskuksen+digipresenssia/a2308826>. (Viitattu 28.8.2015.)
- Martikainen, Liisa & Rainö, Päivi 2014. Sisäkorvaistutetta käyttävien lasten ja nuorten kuntoutus- ja tulkkauspalvelujen toteutuminen ja tarve tulevaisuudessa. Helsinki: Kelan tutkimusosasto. <https://helda.-helsinki.fi/bitstream/handle/10138/144490/Selosteita89.pdf?sequence=28>. (Viitattu 25.7.2015.)
- Matthies, Aila-Leena 2013. Osallistuminen ja palvelut. Julkaisussa Aila-Leena Matthies & Niina Rantamäki (toim.) Muut kirjoittajat Kai-

- Eerik Käsälä & Johanna Lång & Saara Perälä & Anne Ruuttula-Vasari. Hyvinvointitalkoot – Miten kuntalaisten osallistuminen tukee palveluita. Hyvinvointipalvelujen kehittäminen kansalaisosallistumisen ja yhteisöllisyyden pohjalta maaseudulla. Kokkola: Jyväskylän yliopisto & Kokkolan yliopistokeskus Chydenius & KAMPA-hanke, 11–14.
- The Metropolitan Opera 2015. Metropolitan Opera | In Cinemas. <https://www.metopera.org/Season/In-Cinemas/>. (Viitattu 28.8.2015.)
- MTV 2008. Nuorisoa houkuttelee oopperaan pizzalla. <http://www.mtv3.fi/uutiset/kulttuuri.shtml/2008/11/753121/nuorisoa-houkuttelee-oopperaan-pizzalla>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Mulari, Leena 2015a. Hyvinvointia ja elinvoimaa ikäihmisille. Ylä-Savon aluetaitelija -hanke. Väiliraportti. Ei julkaistu.
- Museoliitto 2009. Kävijätutkimus. <http://www.museoliitto.fi/index.php?k=7968>. (Viitattu 3.5.2011.)
- Mykkänen, Mira 2015. Luovaa voimaa luonnosta. Sähköposti minna.hautio@humak.fi 28.8.2015.
- Myllyniemi, Sami (toim.) 2015. Ihmisarvoinen nuoruus. Nuorisobarometri 2014. Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2015.
- Mäkelä, Jaana 2015. Käydään kylässä! Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.
- Nuorten laturi 2015. Kuinka paljon voi osallistua? <http://www.nuortenlaturi.fi/osallistujavaikuta/perustietoaosallisuudesta/kuinkapaljonvoi-osallistua>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Nytin toimitus 2015. Nytin Whatsapp-uutisviestillä on lähes 3000 tilaajaa – liity sinäkin kerhoon! <http://nyt.fi/a1305916902881>. (Viitattu 28.8.2015.)
- Oikeusministeriö 2011. Viittomakielisten kielelliset oikeudet. Oikeusministeriön julkaisu 24/2011. Mietintöjä ja lausuntoja. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-130-2>. (Viitattu 11.8.2015.)
- Oikeusministeriö 2013. Kansalaisaloite tasa-arvoisesta avioliittolaista. <https://www.kansalaisaloite.fi/fi/aloite/192>. (Viitattu 25.8.2015.)
- Oikeusministeriö 2015. Kansalaisaloitepalvelu. <https://www.kansalaisaloite.fi>. (Viitattu 5.8.2015.)
- OKM 2011. Valtioneuvoston selonteko kulttuurin tulevaisuudesta. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2011:8. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Ollila, Maija-Riitta 2008. Lauman valta. Helsinki: Edita.
- Ooppera – Baletti 2015. Onko ooppera outoa? Eikö baletti sytytä? – Tule mukaan Ensikertalaiset-projektiin, koe itse tekemällä ja ihastu! Kansallisoopperan ja Kansallisbaletin ilmoitus. <http://www.ooppera.fi/filebank/3170-Ensikertalaiset-projekti.pdf>. (Viitattu 17.9.2015.)
- Opas kaupunkiaktivismiin 2014. Helsinki: Koneen säätiö. <http://www.sompasauna.fi/wp-content/uploads/2015/01/kaupunkiaktivismiopas->



- \_finaali.pdf. Viitattu 9.9.2015.
- Opetusministeriö 2009. Kulttuuripolitiikan strategia 2020. Opetusministeriön julkaisuja 2009:12. Helsinki: Opetusministeriö.
- Osaamistehdas Oy 2015. Hygieniapassi.fi asiakaspalvelu WhatsAppissa. <http://www.hygieniapassi.fi/whatsapp>. (Viitattu 28.8.2015.)
- Pajula, Elina 2014. Tositarinoita osallisuudesta. Julkaisussa Arja Jämsén & Anne Pyykkönen (toim.) *Osallisuuden jäljillä*. Saarijärvi: Pohjois-Karjalan Sosiaaliturvayhdistys ry, 11–21.
- Pajunen, Jussi 2011. Blogikirjoitus. <http://blogs.hel.fi/pajunen/2011/08/-kulttuurin-uusi-kultakausi.html>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Paldanius, Jari 1992. Kansalaisten osallistuminen energiapolitiikkaan: institutionaalisen ja omaehtoisen osallistumisen kehittämisenäkökohtia. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 11.
- Parker, John 2008. The Age of Mass Intelligence. *Intelligent Life Magazine*. [http://moreintelligentlife.com/story/age-mass-intelligence#\\_](http://moreintelligentlife.com/story/age-mass-intelligence#_). (Viitattu 9.9.2015.)
- Parkkisenniemi, Minna 2012. Young Talents - Tapahtumatuotannon kehittäminen Sellon kirjastossa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.
- Pelastakaa Lapset ry 2015. <http://www.pelastakaa.fi/nuorisotoiminta>. (Viitattu 19.8.2015.)
- Pelttari, Antti 2015. Esipuhe. Teoksessa Antti Pelttari & Anu Soini (toim.) *Pubiaforismikirja*. Helsinki: Humak.
- Pelttari, Antti & Soini, Anu (toim.) 2015. *Pubiaforismikirja*. Helsinki: Humak.
- Peterson, Richard A. 1992. Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics* 21, 243–258.
- Peterson, Richard A. & Kern, Roger M. 1996. Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review* 61 (5), 900–907.
- Peterson, Richard A. & Simkus, Albert 1992. How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups. Teoksessa Michèle Lamont & Marcel Fournier (eds.) *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: University of Chicago Press, 152–186.
- Petäjäveden kunta 2014. *Kuntataiteilija (Petäjävesi-Keuruu-Multia)*. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Pirkanmaan festivaalit ry 2015. *Lähi(ö)artisti*. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Poikola, Antti 2010. Osallistaa vai mahdollistaa? <http://www.mahdollista.fi/2010/12/15/osallistaa-vai-mahdollistaa/>. (Viitattu 1.8.2015.)
- Purhonen, Semi & Gronow, Jukka & Heikkilä, Riie & Kahma, Nina & Rahkonen Keijo & Toikka, Arho 2014. *Suomalainen maku. Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.

- Purhonen, Semi & Gronow, Jukka & Rahkonen, Keijo 2009. Nordic democracy of taste? Cultural omnivorousness in musical and literary taste preferences in Finland. *Poetics* 38, 266–289.
- Purhonen, Semi & Wright, David 2013. Methodological issues in national-comparative research on cultural tastes: The case of cultural capital in the UK and Finland. *Cultural Sociology* 7 (2), 257–273.
- Puustinen, Liina 2011. Pyyhkäisikö digiaalto yleisön? Pääkirjoitus. *Media & viestintä* 34 (4), 2–7.
- Pääministeri Juha Sipilän hallituksen ohjelma 29.5.2015.
- Rainò, Päivi 2012. Language choices and the need for interpreting services for deaf children and young people with cochlear implants. Series F, HUMAK publications 13, 2012. <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/47570/978-952-456-138-9.pdf?sequence=1>. (Viitattu 25.7.2015.)
- Raivio, Helka & Karjalainen, Jarno 2013. Osallisuus ei ole keino tai väline, palvelut ovat! Osallisuuden rakentuminen 2010-luvun tavoite- ja toimintaohjelmissa. Julkaisussa Taina Era (toim.) *Osallisuus – oikeutta vai pakkoa?* Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 156, 12–34.
- Rapo, Ari 2015. Open IdeaboxI | Ingress pedagogisessa käytössä. <http://opedia.mobi/blog/2015/08/ingress-pedagogisessa-kaytossa/>. (Viitattu 28.8.2015.)
- Rautio, Pauliina 2005. Taidemuseo vakituudessa käytössä. Ikääntyvien naisten kertomaa harrastuksestaan. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Käyttäytymistieteellinen tiedekunta. Kasvatustieteen laitos. Helsinki: Taidemuseoalan kehittämisyksikkö.
- Riihimäen kaupunki 2014. Yhteiskuntataiteilija. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Riihimäen kaupunki 2015. Kulttuuriviritys. Lähiöasukkaiden ja maahan muuttajien osallistaminen kulttuurisen toiminnan avulla. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Riimala, Martta & Vihersaari, Venla 2015. Se parhaiten nauraa, joka viimeksi nauraa? – Tapaustutkimus suomalaiselle viittomakielelle tulkatusta stand up -komiikkaesityksestä. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Viittomakielentulkin koulutusohjelma. Helsinki: Humak.
- Riitamaa, Timo 2012. Sosiaalinen media hunajakennona – toimivan vuorovaikutuksen edellytykset. Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Journalismin koulutusohjelma. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012091713675>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Rosenlöf, Anna-Mari 2014. Rakenteita ratkomassa. Kulttuurisen seniori- ja vanhustyön käytäntöjä ja toimintamalleja. Helsinki: Taiteen edistämiskeskus. [http://issuu.com/rakenteitaratkomassa/docs/rakenteitaratkomassa\\_2ee04e26e63a58](http://issuu.com/rakenteitaratkomassa/docs/rakenteitaratkomassa_2ee04e26e63a58). (Viitattu 23.8.2015.)

- Ruoppila, Sampo & Cantell, Timo 2000. Ravintolat ja Helsingin elävöityminen. Teoksessa Stadipiiri (toim.) URBS – kirja Helsingin kaupunkikulttuurista. Helsinki: Edita, 35–53.
- Ruuti 2013. Nuorisoasiainkeskus lanseeraa osallistuvan budjetoinnin pilotin – RuutiBudjetin. Helsingin nuorisoasiainkeskuksen tiedote. [http://www.hel.fi/static/helsinki/demokratiapilotit/Tiedote\\_RuutiBudjetti.pdf](http://www.hel.fi/static/helsinki/demokratiapilotit/Tiedote_RuutiBudjetti.pdf). (Viitattu 9.9.2015.)
- Räisänen, Petteri 2014. Taide keskittyy keskustaan. Helsingin kulttuuri- ja kirjastolautakunnan avustusten alueellinen jakautuminen vuonna 2013. Helsinki: Helsingin kulttuurikeskus.
- Räisänen, Petteri 2015. Kanneltalon kävijät kartalla. Julkaisematon tutkimus. Helsinki: Helsingin kulttuurikeskus.
- Sairinen, Rauno 2000. Regulatory Reform of the Finnish Environmental Policy. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja, Sarja A 27. Espoo: Teknillinen korkeakoulu.
- Saksala, Elina 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like.
- Salmenkivi, Sami & Nyman, Niko 2007. Yhteisöllinen media ja muuttuva markkinointi 2.0. Helsinki: Talentum.
- Salmi, Eeva & Laakso, Mikko 2005. Maahan lämpimään. Suomen viittoma kielisten historia. Helsinki: Kuurojen Liitto ry.
- Salonen, Tiina 2015 (tulossa). Kohti asiakaslähtöistä tapahtumatuotantoa. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma (ylempi AMK). Helsinki: Humak.
- Satakunnan ammattikorkeakoulu 2014. Pohjois-Satakunnan yhteisötaiteilija. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Saukkonen, Pasi 2014. Vankka linnake, joustava sopeutuja vai seisova vesi? Suomalaisen kulttuuripolitiikan viimeaikainen kehitys. Cuporen verkkojulkaisuja 23. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämisyhteistyö. <http://www.cupore.fi/documents/Kulttuuripolitiikankehitys.pdf>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Sauruger, Sabine 2010. The social construction of the participatory turn: The emergence of a norm in the European Union. *European Journal of Political Research* 49 (4), 471–495.
- Savonlinnan kaupunki 2014. Kuntataiteilijapilotti. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Schoultz Vera 2010. Nuorten poliittinen osallistuminen ja sen murros. Teoksessa Anu-Hanna Anttila & Kristiina Kuussaari & Tiina Puhakka (toim.) 2010. Ohipuhuttu nuoruus? : Nuorten elinolot -vuosikirja. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto/ Nuorisotutkimusseura, Terveiden ja hyvinvoinnin laitos THL, Valtion nuorisoasiain neuvottelukunta Nuora.
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Seirala, Viivi 2012. Eläköön taidekasvatus! Helsinki: Suomen Kuntaliitto.
- Silva, Elizabeth B. & Wright, David 2005. The judgement of taste and social

- position in focus group research. *Sociologia e ricerca sociale* 76–77, 1–15.
- Silvanto, Satu 2007. Tervetuloa kaupunkifestivaaleille. *Urbaanin festivaalikulttuurin nousu*. Teoksessa Satu Silvanto (toim.) *Festivaalien Helsinki*. *Urbaanin festivaalikulttuurin kehitys, tekijät ja kokijat*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 9–15.
- Snapchat 2015. Snapchat | Support. <https://support.snapchat.com/ca/snaps>. (Viitattu 28.8.2015.)
- Soininvaara, Osmo 2008. Mikä kuuluu maksaa itse? Osmo Soininvaaran blogi. <http://www.soininvaara.fi/2008/08/30/mika-kuuluu-maksaa-itse/>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Sorjonen, Hilppa & Sivunen, Outi 2015. Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus. *Cuporen verkkojulkaisuja 27*. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätö.
- Spotify 2015. Musiikkia kaikille – Spotify. <https://www.spotify.com/fi/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Stout, Margaret 2010. Climbing the ladder of participation: establishing local policies for participatory practice. <http://www.spaef.com/file.php?id=1127>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Stranius, Leo 2008. Epämuodollinen kansalaistoiminta – järjestötoiminnasta kevytaktivismiin. Teoksessa *Suomalaiset osallistujina. Katsaus suomalaisen kansalaisvaikuttamisen tilaan ja tutkimukseen*. Oikeusministeriön julkaisuja 2009:5. Helsinki: Oikeusministeriö.
- Suomela, Kaisa 2015. Benchmarking-tutkimus ei-kävijöiden osallistamisen menetelmistä Suomessa, Tanskassa ja Hollannissa. *Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö*. Kulttuurituotannon koulutus ohjelma. Helsinki: Humak.
- Suonenjoen kaupunki 2014. Luovaa voimaa luonnosta. *Hankehakemus*. Ei julkaistu.
- Super Kiasma Monster 2015. <http://www.kiasma.fi/superkiasmamonster/>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Talvitie, Heli 2015. Kysely: esimerkkejä sähköisistä kulttuuripalveluista. Sähköposti [minna.hautio@humak.fi](mailto:minna.hautio@humak.fi) 27.4.2015.
- Tampereen kaupunki 2015. Otetta elämään kulttuurin keinoin – Tessun kulttuurihöntsyt. *Hankehakemus*. Ei julkaistu.
- Tilastokeskus 2014a. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö. Helsinki: Tilastokeskus. [http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi\\_2014\\_2014-11-06\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_tie_001_fi.html). (Viitattu: 22.6.2015.)
- Tilastokeskus 2014b. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintäteknikan käyttö, 3. Sosiaalisen median sosiaalisuus. Helsinki: Tilastokeskus. [http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi\\_2014\\_2014-11-06\\_kat\\_003\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2014/sutivi_2014_2014-11-06_kat_003_fi.html). (Viitattu 28.8.2015.)

- Toivanen, Reetta 2005. Vähemmistöt oikeuksiensa paineessa. Tieteessä tapahtuu 4/2005. <http://www.tieteessatapahtuu.fi/0405/Toivanen.pdf>. (Viitattu 31.7.2015.)
- Tomka, Goran 2012. Do we need audience at All? Analyzing Narratives about Audience. Teoksessa *The Cultural Component of Citizenship: an inventory of challenges*. Access to Culture Platform, 164–180. <http://www.houseforculture.eu/upload/Docs%20ACP/ACPtheculturalcomponentofcitizenshiponlinecopy.pdf>. (Viitattu 2.9.2014.)
- TS 2015. Lehdet: Suomalaiset leikkaisivat maahanmuutosta, kehitysyhteistyöstä ja kriisinhallinnasta. *Turun Sanomat* 7.2.2015.
- Tuukkanen, Terhi 2014. Lapset elävät kansalaisuutta verkossa. Artikkelijulkaisussa *Nuorisotutkimus* 32 (4). Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto.
- Unruh, David 1983. *Invisible Lives: Social Worlds of the Aged*. Beverly Hills: Sage.
- Upright, Craig 2004. Social capital and cultural participation: Spousal influence on attendance at arts events. *Poetics* 32, 129–143.
- Uusi-Kartano, Ellinoora 2013. Joukkorahoitus luovien projektien mahdollistajana. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.
- Valkokari, Katri & Salminen, Jaakko & Rajala, Anni & Koskela, Merja & Kaunisto, Kari & Apilo, Tiina (toim.) 2014. *Ekosysteemit ja verkostojen parviäly. Tulevaisuuden liiketoiminnan suuntaviivoja*. Espoo: VTT Technology 152.
- Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2014. *Tapahtuma on tilaisuus*. Helsinki: Tietosanoma.
- The Verge 2014. iPhone: A visual history. <http://www.theverge.com/2014/9/9/6125849/iphone-history-pictures>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Vieremän kunta 2014. Hyvinvointia ja elinvoimaa ikäihmisille. Hankehakemus. Ei julkaistu.
- Viittomakielinen kirjasto 2013. Identiteetti-sarja. <http://www.viittomakielinenkirjasto.fi/fi/haku/identiteetti>. (Viitattu 1.8.2015.)
- Villi, Mikko 2014. Medialla töissä. Teoksessa Mikko Lehtonen & Katja Valaskivi & Hanna Kuusela (toim.) *Tehtävä kulttuurille*. Talouden ja kulttuurin muuttuvat suhteet. Helsinki: Vastapaino, 326–343.
- Virolainen, Jutta 2015. Kulttuuriosallistumisen muuttuvat merkitykset. Katsaus taiteeseen ja kulttuuriin osallistumiseen, osallisuuteen ja osallistumattomuuteen. Cuporen verkkojulkaisuja 26. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätö.
- Wahlberg, Emilia 2012. Yhteisöllinen kaupunkitapahtumakulttuuri Helsingissä. Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyö. Kulttuurituotannon koulutusohjelma. Helsinki: Humak.
- Weissenfelt, Jukka & Huovinen, Juha 2015. Suosituimmat sosiaalisen

- median palvelut. SoMe ja nuoret 2015. <http://www.ebrand.fi/so-mejanuoret2015/2-suosituimmat-sosiaalisen-median-palvelut>. (Viitattu 22.6.2016.)
- WhatsApp 2015. <https://www.whatsapp.com/>. (Viitattu 28.8.2015.)
- Wikipedia 2015a. Blog. <https://en.wikipedia.org/wiki/Blog>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Wikipedia 2015b. Wiki. <https://en.wikipedia.org/wiki/Wiki>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Wikipedia 2015c. Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>. (Viitattu 27.8.2015.)
- Wikipedia 2015d. Twitter. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Twitter>. (Viitattu 12.9.2015.)
- Wikipedia 2015e. Ingress (video game). [https://en.wikipedia.org/wiki/Ingress\\_\(video\\_game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Ingress_(video_game)). (Viitattu 28.8.2015.)
- Wright, David & Purhonen, Semi & Heikkilä, Riie 2013. Comparing “cosmopolitanism”: Taste, nation and global culture in Finland and the UK. *Comparative Sociology* 12 (3), 330–360.
- Yhteismaa 2015. <http://yhteismaa.fi/>. (Viitattu 9.9.2015.)
- Yle Uutiset 2015. Verottaja hullaantui: Meni Snapchatiin ja järjestää lounasdiskon. [http://yle.fi/uutiset/verottaja\\_hullaantui\\_meni\\_snapchatiin\\_ja\\_jarjestaa\\_lounasdiskon/8217901](http://yle.fi/uutiset/verottaja_hullaantui_meni_snapchatiin_ja_jarjestaa_lounasdiskon/8217901). (Viitattu 28.8.2015.)
- YleX 2015. Aprillipäivän some-heitosta kehkeytyi kuin varkain satojen sinkkujen deittitapahtuma. [http://yle.fi/ylex/uutiset/aprillipai- van\\_so\\_me-heitosta\\_kehkeytyi\\_kuin\\_varkain\\_satojen\\_sinkku- jen\\_deittitapahtuma/3-7947826](http://yle.fi/ylex/uutiset/aprillipai- van_so_me-heitosta_kehkeytyi_kuin_varkain_satojen_sinkku- jen_deittitapahtuma/3-7947826). (Viitattu 9.9.2015.)
- YouTube 2015. About YouTube. <https://www.youtube.com/yt/about/>. (Viitattu 27.8.2015.)

## **Haastattelut:**

- Aholainen, Mari 2015. Kulttuurijohtaja, Jyväskylän kaupunki. Jyväskylä, 13.8.2015. Minna Hautio.
- Asp, Virva 2015. Vapaa-aikasihteeri, Keuruun kaupunki. Petäjavesi, 19.8.2015. Minna Hautio.
- Haapaoja, Sirpa 2015. Projektikoordinaattori, Harvialan kartano luovan toimialan kulttuurikeskukseksi -hanke. Janakkala, 13.8.2015. Minna Hautio.
- Hamdon, Burhan 2015. Toiminnanjohtaja, Hakunilan kansainvälinen yhdistys ry. Hakunila, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Hetemäki, Laura 2015. Kuvataiteilija. Karstula, 20.8.2015. Minna Hautio.
- Huhtilainen, Heidi 2015. Kulttuurisihteeri, Kiuruveden kunta. Vieremä, 17.8.2015. Minna Hautio.
- Juutilainen, Niina 2015. Tuottaja, Keski-Uudenmaan teatteri. Kerava, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Juvonen, Johanna 2015a. Kuvataiteilija. Petäjavesi, 9.7.2015. Laura-Kristiina Moilanen.

- Juvonen, Johanna 2015b. Kuvataiteilija. Petäjävesi, 19.8.2015. Minna Hautio.
- Kemppainen, Maija-Leena 2015. Kansalaisopiston rehtori, Vieremän kunta. Vieremä, 17.8.2015. Minna Hautio.
- Kenttä, Tiina 2015. Tsemppari-hankkeen hankevastaava, Vantaan kaupunki. Hakunila, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Koponen, Olli 2015. Kulttuuriohjaaja, Petäjäveden kunta. Petäjävesi, 19.8.2015. Minna Hautio.
- Kuusimäki, Tomi 2015. TKI-koordinaattori, Satakunnan ammattikorkeakoulu. Kankaanpää, 27.8.2015. Minna Hautio.
- Leinonen, Ville 2015. Muusikko. Valkeakoski, 18.8.2015. Minna Hautio.
- Liutu, Jarkko 2015b. Kuvataiteilija, Savonlinnan kaupunki. Puhelinhaastattelu, 18.6.2015. Laura-Kristiina Moilanen.
- Marin-Kainulainen, Sanna 2015. Kulttuuritoimenjohtaja, Iisalmen kaupunki. Vieremä, 17.8.2015. Minna Hautio.
- Mulari, Leena 2015b. Kuvataiteilija. Vieremä, 8.7.2015. Mira Mykkänen.
- Mulari, Leena 2015c. Kuvataiteilija. Vieremä, 17.8.2015. Minna Hautio.
- Mustaniemi, Saija 2015. Yhteisötaiteilija. Kankaanpää, 27.8.2015. Minna Hautio.
- Pahkin, Metsälintu 2015. Varapuheenjohtaja, Keski-Uudenmaan teatteri ry. Kerava, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Pajunen, Eila 2015. Rahastonhoitaja, Hakunilan kansainvälinen yhdistys ry. Hakunila, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Patamaa, Hannu 2015. Kansalaisopiston rehtori, Kulttuurivastaava, Karstulan kunta. Karstula, 20.8.2015. Minna Hautio.
- de Roberti, Larissa 2015. Hallituksen jäsen, Hakunilan kansainvälinen yhdistys ry. Hakunila, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Rosa, Biagio 2015a. Kuvataiteilija. Petäjävesi, 9.7.2015. Laura-Kristiina Moilanen.
- Rosa, Biagio 2015b. Kuvataiteilija. Petäjävesi, 19.8.2015. Minna Hautio.
- Räsänen, Henry 2015. Toiminnanjohtaja, Maarianvaaran kesäteatteri ja Ohjelmapaja. Outokumpu, 15.8.2015. Minna Hautio.
- Seitonen, Ilari 2015. Projektipäällikkö, Peltosaari-projekti. Riihimäki, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Sundvall, Maija 2015. Sivistystoimenjohtaja, Konneveden kunta. Rautalampi, 15.6.2015. Mira Mykkänen.
- Vekki, Eeva 2015. Projektityöntekijä, Kulttuuriviritys-hanke. Riihimäki, 11.8.2015. Minna Hautio.
- Vesén, Anna 2015. Kulttuurituottaja, Riihimäen kaupunki. Riihimäki, 11.8.2015. Minna Hautio.



## **Kirjoittajat**



**Marjo Eskola**, kulttuurituottaja (AMK) ja FM, on toiminut muun muassa eurooppalaisia identiteettejä käsittelevässä tutkimushankkeessa ja tietojärjestelmäasiantuntijana Helsingin yliopistossa.

**Minna Hautio**, FM, on Humanistisen ammattikorkeakoulun lehtori. Hän on toteuttanut lukuisia taiteeseen ja kulttuuriin liittyviä osallistavia projekteja erilaisten kohderyhmien kanssa.

**Riie Heikkilä**, FM, VTT, toimii tutkijatohtorina Helsingin yliopistolla, Sosiaalitieteiden laitoksella. Hän on tutkinut muuan muassa kulttuurimaun muodostumista, kulttuurin kulutusta sekä makukysymysten nivoutumista sosiaalisiin hierarkioihin.

**Zita Kóbor-Laitinen**, FM, KM, on Humanistisen ammattikorkeakoulun lehtori, lingvisti, etnografi ja tulkki. Hänen kiinnostuksensa kohteena ovat kielet, kulttuurit ja ihmiset.

**Arto Lindholm**, VTT, on Humanistisen ammattikorkeakoulun lehtori. Hän on tutkinut muun muassa kansalaisaktivismia ja osallisuutta yhteiskuntaan sekä toiminut taiteen ja kulttuurin saavutettavuutta edistävässä hankkeissa.

**Jussi Linkola**, medianomi (ylempi AMK), työskentelee Metropolia Ammattikorkeakoulussa projektisuunnittelijana. Hän tekee monipuolisesti verkkojulkaisemista ja -viestintää ja on perehtynyt verkon hyödyntämiseen yhteistoinnin välineenä.

**Antti Manninen**, KM, on Kanneltalon ja Malmitalon johtaja Helsingin kulttuurikeskuksessa.

**Panu Mäenpää**, FM, on Seta ry:n puheenjohtaja. Koulutukseltaan Mäenpää on mm. puhe- ja ilmaisukasvattaja. Hän on toiminut lasten ja nuorten taidekasvatuksen parissa opettajana, kouluttajana ja kulttuurisäätiön toiminnanjohtajana yli viisitoista vuotta.

**Päivi Ruutiainen**, FM, TaT, on Humanistisen ammattikorkeakoulun lehtori ja kuvataidekriitikko. Hänen erityinen kiinnostuksen kohteensa kulttuuri-tuotannossa on taiteen tuottaminen ja erityisesti nykykoru.

**Sanna Sarva**, KuM, TaM, on kuvataiteilija ja kuraattori, joka on kiinnostunut yksilön suhteesta sosiaaliseen ja kulttuuriseen ympäristöönsä. Sarva on osallistunut niin kotimaisiin kuin kansainvälisiin näyttelyihin ja kuratoinut näyttelyitä kotimaassa. Ansa opetustyötä Sarva tekee mm. Kuvataideakatemiasa.

**Kaisa Suomela** on kulttuurituotannon opiskelija Humanistisessa ammattikorkeakoulussa.

**Päivi Timonen** on verkkopedagogi ja Humanistisen ammattikorkeakoulun lehtori. Hän kehittää digitaalista oppimista. Timosta kiinnostavat avoimen verkko-opetuksen mahdollisuudet nuorten parissa työtä tekevien digitaitojen kehittämisessä (MOOC ym.).

**Jutta Virolainen, YTM,** on tutkija Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämmissäätiössä (Cupore). Virolainen on toteuttanut useita selvityksiä kulttuuripolitiikan alalla. Hänen viimeaikaisin tutkimuksensa keskittyy kulttuuriin osallistumiseen ja osallisuuteen sekä kulttuurin vientiin ja kansainvälistymiseen.



Osallisuudessa ja osattomuudessa on paljon juuri tälle ajalle ominaista. Yhteiskunnan on läpäissyt halu osallistaa erilaisia ryhmiä muun muassa yhdyskuntasuunnitteluun, liiketoimintaan ja yhteiskuntapolitiikan eri osa-alueisiin. Kulttuurialan yksi avainkysymys on, miten myös kaikkein epätodennäköisimmät yleisöt saadaan mukaan tapahtumiin. Lisäksi taide ja kulttuuri voivat olla välineitä, joilla erilaisissa elämäntilanteissa olevat saadaan osallisiksi yhteiskuntaan. Tämä teos kertoo tutkimuksen ja toimintakokeiluiden avulla, miten kulttuuriala voi nykyistä enemmän avautua ympäröivään yhteiskuntaan – myös yllättäviin paikkoihin, yllättävin keinoin.

Teos on tarkoitettu kaikille osallisuudesta kiinnostuneille. Se soveltuu myös ammattikorkeakoulujen ja yhteiskuntatieteiden oppikirjaksi sekä kulttuurialan ammattilaisten käsikirjaksi.



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU



Kanneltalo



Stoa



Vuotalo

Opetus- ja  
kulttuuri-  
ministeriö



Undervisnings-  
och kultur-  
ministeriet

KULTTUURIESPOO. *fi*