

Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijät

Tarkastelussa nuorten aikuisten
teatteripalveluiden käyttämättömyys

Pro gradu -tutkielma

Heli Metsäpelto

Sibelius-Akatemia

Taidehallinto

Syksy 2010



PL 86

00251 HELSINKI

p. 020 75390

TIIVISTELMÄ

x Tutkielma

 Kirjallinen työ

Työn nimi Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijät Tarkastelussa nuorten aikuisten teatteripalvelujen käyttämättömyys	Sivumäärä 94 s. + liitteet 3 s.
Laatijan nimi Heli Metsäpelto	Lukukausi syys 2010
Koulutusohjelma Sibelius-Akatemia Taidehallinnon koulutusohjelma / Kuopio	Suuntautumisvaihtoehto
Tiivistelmä Tutkimuksen tavoitteena on tuoda esille nuorten aikuisten näkemyksiä ja asenteita teatteripalveluiden käyttämättömyydestä. Aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että tyypillinen kulttuuritilaisuuksissa kävijä on keski-ikäinen, korkeasti koulutautunut nainen, joka asuu kaupungissa. Nuoret aikuiset ovat kuitenkin suurien kaupunkien suurimmat ikäluokat ja merkittävä kulttuurin kuluttajaryhmä nyt ja tulevaisuudessa. Tutkimukseeni kokosin yliopisto-opiskelijoista henkilöitä, jotka voisivat taustojensa puolesta olla potentiaalisia teatterissa kävijöitä, mutta jotka eivät käy teatterissa eli he ovat niin sanottuja ei-kävijöitä. Keräsin tutkimusaineiston kahdessa ryhmäkeskustelussa, jotka pidin Oulun kaupunginteatterin tiloissa ennen ja jälkeen katsomamme kaupunginteatterin esittämän näytelmän, Sotaturistit. Tutkimukseni teoreettinen osuus koostuu erilaisista näkemyksistä ja ilmiöistä, jotka vaikuttavat nuorten aikuisten teatterissa käymättömyyteen, kuten maku, vapaa-aika, arvot, asenteet, palvelun käyttöön liittyvät käytännölliset tekijät ja kulttuuritilaisuuksien yleisön ikääntymiseen liittyvät huomiot. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset eivät pysty samaistumaan teatteriyleisöön, koska he mieltävät teatterissa käymisen sofistikoituneen yläluokan ja ikääntyneiden harrastukseksi. Nuoret aikuiset eivät kuluta korkeakulttuuria, koska se ei edusta heille tavoiteltavaa kulttuurista pääomaa. Nuorten aikuisten vapaa-ajan viettoon kuuluu sosiaalisuus sekä spontaanisuus ja teatterissa käyminen ei edusta nuorille aikuisille tätä, vaan he kokevat, että teatteriin menemiseen liittyy ennakoivaltautuminen ja vapaa-ajan aikatauluttaminen. Lisäksi nuoret aikuiset kokivat, että teatteri on paikkana outo ja luotaantyöntävä ja että teatteripalveluiden markkinointi ei ole kohdennettu heille. Tutkimuksen tavoitteena on kuvata kulttuurin kuluttamattomuuden ilmiötä ja tutkimustulokset antavat uusia ideoita kulttuuriorganisaatioille houkuttaa nuoria aikuisia asiakkaikseen ja auttavat ymmärtämään nuorten aikuisten toiveita ja tarpeita, joita he liittävät kulttuuripalveluiden käyttöön.	
Hakusanat nuoret aikuiset, teatteripalvelut, yleisö, ei-kävijä, Bourdieu, Kolb	
Muita tietoja Tutkimuksen empiirinen osa toteutettiin yhteistyössä Oulun kaupunginteatterin ja Oulu 15 -hankkeen kanssa.	

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO	4
2. TUTKIMUKSEN TAUSTA JA LÄHTÖKOHDAT	8
2.1. Yleisötutkimuksesta ei-kävijätutkimuksiin	8
2.2. Kulttuuripalveluiden käyttämättömyyden popularisointia.....	14
2.3. Kulttuuripalvelujen käytön esteet Oulun seudulla	16
2.4. Katsaus teatterin yleisöihin	19
2.5. Tutkimusongelma	22
3. NÄKEMYKSIÄ JA ILMIÖITÄ LIITTYEN NUORTEN AIKUISTEN TEATTERISSA KÄYMÄTTÖMYYTEEN	26
3.1. Sosiodemografiset muutokset; kulttuuritilaisuuksien ikääntyvä yleisö	27
3.2. Maku murroksessa	33
3.2.1. Bourdieulainen lähestymistapa makuun.....	33
3.2.2. Kaikkiruokaisuus yleisty.....	35
3.3. Nuorten arvot, asenteet ja vapaa-aika	37
3.3.1. Nuorten arvot ja asenteet muutoksessa	37
3.3.2. Nuorten vapaa-aika ja ajan hallinta	39
3.4. Palvelun käyttöön liittyvien käytännöllisten tekijöiden vaikutukset	41
3.5. Motivaatio taiteen kokemiseen.....	45
4. METODOLOGIA	47
4.1. Kvalitatiivinen lähestymistapa	47
4.2. Aineiston hankintaprosessi	49
4.3. Ryhmäkeskustelu tutkimusmetodina.....	51
4.4. Aineiston analyysi	53

5.	TUTKIMUSTULOKSET ESITTELY JA ANALYSOINTI.....	56
5.1.	Ensimmäinen ryhmäkeskustelu ennen esitystä	56
5.1.1.	Vapaa-aika – spontaania yhdessäoloa.....	56
5.1.2.	Merkittävä kulttuurielämys sävähdyttää.....	58
5.1.3.	Toiveena seurustella, keskustella ja tavata uusia ihmisiä	59
5.1.4.	Glamourhetkiin valmistautuminen vähentää spontaanisuutta	61
5.1.5.	Paikan ilmapiiri ratkaisee.....	62
5.1.6.	Mielikuva hienostelevasta teatteriyleisöstä.....	64
5.1.7.	Teatteritaiteen tuntemus ei ole välttämätöntä.....	66
5.1.8.	Teatteriesityksen sisältö merkitsee lipun hintaa enemmän	67
5.1.9.	Nuoria puhutteleva markkinointi	68
5.2.	Toinen ryhmäkeskustelu esityksen jälkeen.....	71
5.2.1.	Teatteriesitys kaiken keskiössä.....	71
5.2.2.	Riittävästi tietoa ja ikätovereita yleisössä	73
5.2.3.	Onnistunut kulttuuri-ilta jatkuu kokemuksista vaihtaen.....	74
5.2.4.	Kehittämideoita	75
6.	JOHTOPÄÄTÖKSET	77
7.	LOPUKSI	85
	LÄHTEET.....	89
	LIITTEET	95

1. JOHDANTO

Tutkimukseni käsittelee kaupungissa asuvien nuorten aikuisten valintoja liittyen teatterissa käymiseen. Aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että kulttuuritilaisuuksien yleisöstä suurin osa on hyvin koulutettuja keski-ikäisiä naisia, jotka asuvat kaupungissa ja nuoret ovat olleet kulttuuritilaisuuksien yleisössä vähemmistöinä.

Yleisesti on uskottu, että korkeakulttuuriksi mielletyt kulttuuripalvelut, kuten klassinen musiikki, teatteri ja taidemuseon palvelut, alkavat kiinnostaa ihmisiä kun he ikääntyvät. Tutkimukset ovat kuitenkin osoittaneet, että ikääntyminen ei automaattisesti lisää kiinnostusta kuluttaa kulttuuripalveluita, eikä näin kulttuurin ystäviksi ikääntymisen myötä tulla enää samassa määrin kuin aikaisempina vuosikymmeninä. Mikäli tämänsuuntainen kehitys jatkuu, vaarana on, että yleisöpohja ei uudistu riittävästi ja kulttuuriorganisaatioita uhkaa näivettyminen.

Toinen ikäluokkiin liittyvä vakiintunut käsitys on se, että suuret ikäluokat eli sodan jälkeen syntyneet, ovat lukumäärällisesti suurin ikäryhmä. Näin onkin tilanne valtakunnallisesti, mutta mikäli asiaa tarkastellaan suurien kaupunkien, erityisesti yliopistokaupunkien osalta, tilanne muuttuu toisenlaiseksi. Näissä kaupungeissa, kuten Oulussakin, suuret ikäluokat ovatkin itse asiassa 20-30-vuotiaat nuoret aikuiset. Nuoret hakeutuvat suuriin kaupunkeihin opiskelupaikan, työn sekä monipuolisten palveluiden perässä.

Kulttuurilaitosten ja kulttuuritapahtumien kävijätietoja on jo hyvin saatavilla ja yleisötutkimuksesta on tullut tärkeä tietolähde palveluja suunniteltaessa ja kehitettäessä. Taidehallinnon näkökulmasta on tärkeää tutkia kulttuuritilaisuuksien yleisöjä ja kehittää yleisörakennetta. Tutkimukseni liittyy taidehallinnon alalla yleisörakenteen tutkimiseen ja avaa yleisörakenteen muotoutumisen taustalla olevia syitä. Kulttuuripalvelujen ei-kävijöistä on vielä varsin vähän tutkimustietoa saatavissa. Olenkin kääntänyt tutkimuskysymyksen tarkastelemaan henkilöitä, jotka syystä tai toisesta eivät teatteripalveluita käytä, vaikka he muuten voisivat

olla potentiaalisia kuluttajia. Olen tutkimuskysymysten asettelussa ja tutkimuksen toteutuksessa seurannut yhdysvaltalaisen Bonita Kolbin ja suomalaisen Timo Cantellin jalanjälkiä. He molemmat ovat tutkineet klassisen musiikin ja etnisen musiikin ei-kävijöitä.

Elämme nykyaikana hektisessä ja pitkälle aikataulutetussa maailmassa. Kulttuurin tarjoajat kilpailevat kaiken aikaa yleisönsä vapaa-ajan käytöstä ja tällöin kilpailijoina on laaja-alaisesti vapaa-aikaan liittyvät tuotteet ja palvelut. Erityisesti nuorten aikuisten vapaa-ajan käyttöä leimaa sosiaalisuus ja yhteisöllisyys. Vapaa-aikaa halutaan viettää yhdessä ystävien kanssa esimerkiksi kahviloissa ja ravintoloissa seurustellen ja vapaa-aikaan halutaan jättää spontaaniuden tunne; vapaa-aikaa ei haluta aikatauluttaa. Sosiaalisuuden ja spontaaniuden vaatimusten vuoksi kulttuuritilaisuudet eivät ehkä näyttäydy nuorille aikuisille houkuttelevana vapaa-ajanviettotapana ja -paikkana.

Oulun seudulla toimiva kulttuurin ja luovien alojen kehittämishanke, Oulu 15 -hanke, teetti kesällä 2009 Suomen Kyselytutkimuksella tutkimuksen kulttuuripalvelujen käytöstä ja kulttuurin tiedotuksesta. Tutkimuksen mukaan Oulun seudun asukkaat olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä alueen kulttuuritarjontaan, mutta tarkasteltaessa ikäryhmien välisiä eroja kävi ilmi, että nuoret ikäryhmät kaipaivat monipuolisempaa kulttuuritarjontaa. 81 % 15-24-vuotiaista ja 83 % 25-34-vuotiaista piti kiinnostavan sisällön puutetta erittäin merkittävänä tekijänä tarkastellessa kulttuuripalvelujen käytön esteitä. Tutkimuksen mukaan nuoret ikäryhmät (15-34-vuotiaat) kokivat, että kulttuuripalvelujen tarjonta oli liian vähäistä verrattaessa muiden ikäryhmien kokemuksiin vastaavista palveluista. (Kyselytutkimus kulttuuripalvelujen käytöstä ja kulttuurin tiedotuksesta Oulun seudulla, 2009.)

Tarkastelen työssäni aluksi kulttuuritilaisuuksien yleisötutkimusta ja aikaisempia tutkimuksia ei-kävijöistä sekä sivuan kulttuuripalveluiden käyttämättömyyden popularisointia ja ilmiön esiintyvyyttä Oulun seudulla. Ennen tutkimusongelman määrittelyä esittelen myös teatterin yleisömääriä ja -profiilia. Kappaleessa kol-

me keskityn teoriaosuuteen, joka koostuu näkemyksistä ja ilmiöistä, jotka liittyvät nuorten aikuisten teatterissa käymättömyyteen. Tässä osiossa pureudun kulttuuritilaisuuksien yleisön ikääntymiseen, makujen mukaiseen erotteluun Pierre Bourdieun teorian mukaan sekä maussa tapahtuneeseen muutokseen. Jatkan nuorten arvojen, asenteiden ja vapaa-aikaan liittyvien muutosten tarkastelulla sekä palvelun käyttöön liittyvien käytännöllisten tekijöiden vaikutusten ja taiteen kokemisen motiivien käsittelyllä. Kappaleessa neljä käyn läpi tutkimuksen metodologian eli miten ja keneltä tietoa sain. Molempien haastattelukertojen tutkimustuloksia esittelen ja analysoin kappaleessa viisi. Lopuksi esittelen johtopäätökseni luvussa kuusi ja yhteenvedon tutkimuksesta teen viimeisessä kappaleessa, jossa myös tarkastelen keskeisimpiä tutkimustuloksia.

Tutkimuksen empiirisen osan toteutusta ovat tukeneet Oulun kaupunginteatteri, joka antoi ryhmähaastattelua varten tilat käyttöön ja haastatteluryhmälle vapaa-liput teatteriesitykseen sekä antoi kaupunginteatterin markkinointimateriaaleja tutkimukseen osallistuneiden käyttöön. Lisäksi tutkimuksen empiirisen osan toteutusta on tukenut Oulun kaupungin hallinnoima kulttuurin ja luovien alojen sateenvarjohanke, Oulu 15, joka kustansi haastatteluryhmälle kahvitarjoilun teatteriesityksen väliajalla. Lisäksi tutkimukseni lähdeaineistona olen käyttänyt Oulu 15 -hankkeen tilaamaa tutkimusta kulttuuripalvelujen käytöstä ja kulttuurin tiedotuksesta Oulun seudulla, josta erityisesti nuorten aikuisten kulttuurin kuluttamiseen liittyviä tuloksia olen lähtenyt työssäni tarkastelemaan syvällisemmin.

Olen pyrkinyt tutkimuksessani tuomaan asiaa esille laajemmassa mittakaavassa, siten että tutkimukseni tuloksia voitaisiin hyödyntää muidenkin kulttuuripalveluiden yhteydessä. Kulttuuripalveluilla tarkoitan julkisia kulttuuripalveluita ja teatteripalveluilla tarkoitan julkista ammattiteatteria. Tutkimuksen kohteena on ollut Oulun kaupunginteatteri, mutta en tarkoita tätä yhtä kyseistä teatteria puhuessani teatteripalveluista, vaan laajemmassa mielessä julkisia teatteripalveluita. Tutkimukseni kysymyksen asettelu koskettaa nimenomaan julkista, korkeakulttuuriksi miellettyjä palveluita. Korkeakulttuuriksi miellettyillä kulttuuripalve-

luilla tarkoitan sellaisia palveluja kuten klassinen musiikki, ooppera, baletti, teatteri tai taidemuseon palvelut.

2. TUTKIMUKSEN TAUSTA JA LÄHTÖKOHDAT

2.1. *Yleisötutkimuksesta ei-kävijätutkimukseen*

Kulttuuripalveluiden käyttäjistä ja kulttuuritilaisuuksien yleisöistä on suhteellisen paljon tietoa olemassa. Helposti on saatavissa tilastotietoa esimerkiksi teatterissa, museoissa ja konserteissa kävijöistä. Yleisötutkimukset puolestaan antavat yksityiskohtaisempaa tietoa kävijöiden sukupuolesta, ikärakenteesta, asuinpaikasta ja koulutustaustasta. Yleisötutkimuksen avulla voidaan myös tarkastella kulttuuritilaisuuksissa kävijöiden elämäntapaan liittyviä kysymyksiä ja sitä kuinka nämä vaikuttavat kulttuurin kuluttamiseen.

Taiteen vastaanottoon alettiin kiinnittää huomiota 1970-luvulla, kun ihmisten vapaa-aika lisääntyi ja tasa-arvon huomioiminen eri yhteiskunnan osa-alueilla lisääntyi. Salosen (1990, 8) mukaan monia tuolla aikakaudella syntyneitä alan tutkimuksia on leimannut tarve tutkimuksen keinoin löytää tie osallistumismahdollisuuksien lisäämiseen ja kulttuuriharrastusten demokratisoimiseen. Tutkimuksissa on eri tavoin pyritty löytämään harrastuneisuuden esteitä ja esittämään ratkaisuja niiden purkamiseksi. Taustalla ovat vaikuttaneet yhteiskuntapoliittiset intressit ja viime kädessä on ollut tarve vaikuttaa ihmisten asenteisiin ja käyttäytymiseen.

Erityisesti pohjoismaissa 1970-luvun kulttuuripolitiikassa vallitsi käsitys kulttuurin demokratisoinnista, josta puhuttaessa kulttuuri käsitettiin korkeakulttuuriksi ja tavoitteeksi asetettiin kaikkien kansalaisryhmien oikeus ja mahdollisuus nauttia korkeakulttuurin tuotteista. Kulttuurin demokratisoinnissa pyrittiin kulttuuritoimintojen hajauttamiseen ja se edusti välitöntä vastausta politiikan asettamiin tasa-arvon tavoitteisiin: viedään taidepalvelut niiden ulottuville, joita tarjonta ei muuten tavoita. (Cantell, Linko, Silvanto 2005, 12-13.) Huomattavaa on, että tällöin kulttuurin määrittelijöinä ja kehittäjinä toimivat organisaation työntekijät, eivätkä he, joille kulttuuria viedään (Kangas 1988, 52).

Teatterin osalta yleisötutkimusta on tehty laajasti ja yleisötutkimuksella on pitkät perinteet. Yleisön rakennetta on tarkasteltu jo 1978 Irmeli Niemen ja Leila Lotin julkaisemassa *Kiinteiden ammattiteattereiden katsojakunta keväällä 1977*. Teatteripalveluiden alueellista saavutettavuutta ja sitä kautta myös sisällöllistä saavutettavuutta on tarkastellut Maaria Linko 1986 julkaistussa teoksessa *Katsojien teatteri*. Irmeli Niemi on lähestynyt teatterikenttää katsojan vastaanottokokemuksesta käsin 1983 julkaistussa teoksessa *Pääosassa katsoja*. Lisäksi teatteriyleisöä ja kulttuuripolitiikkaa on tarkastellut Kai Lahtinen teoksessaan *Vem tillhör teatern?* vuodelta 1998. Teatterin yleisötutkimus on ollut vakiintunutta ja tutkimusten tuloksena on kertynyt tietoa teatteriyleisöstä ja tutkimuksiin on jo varhaisessa vaiheessa liittynyt sosiologinen tarkastelukulma teatteriyleisöön.

Suomessa merkittävää kulttuuritilaisuuksien yleisötutkimusta on tehnyt Timo Cantell. Cantellin (1993, 1996, 1998, 2003) tutkimusten pohjalta voidaan yleisellä tasolla todeta, että tyypillinen kulttuuria aktiivisesti kuluttava henkilö on korkeasti koulutettu, ylempi toimihenkilö, keski-ikäinen nainen, joka asuu kaupungissa. Teatteriyleisöissä naisten osuus on myös suuri, kuten Lahtinen (1998, 21) ja Linko (1986, 37) toteavat. Yleisötutkimukset antavat arvokasta tietoa muun muassa kuluttajien arvoista ja asenteista, mutta yleisötutkimuksen kautta ei ole kuitenkaan tavoitettu niitä henkilöitä, jotka syystä tai toisesta eivät kulttuuria kuluta. Tutkimukset eivät ole näin ollen myöskään avanneet käyttämättömyyden taustalla olevia syitä. Kaiken kaikkiaan kulttuuripalvelut on suunnattu kaikille, mutta niitä käyttää vain pieni osa väestöstä.

Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijöiden tutkiminen on varsin uutta. Kansainvälisesti merkittävää tutkimustyötä on tehnyt yhdysvaltalainen tutkija Bonita Kolb, joka on tutkinut nuoria aikuisia, jotka eivät ole koskaan käyneet klassisen musiikin konserteissa ja heidän syitänsä tähän haluttomuuteen. Kolbin (2000) mukaan klassisen musiikin yleisö ikääntyy ja uudet ikäpolvet eivät enää samoissa määrin hakeudu klassisen musiikin konsertteihin kuin aikaisemmat ikäpolvet ovat tehneet ikääntyessään. Kolb on tutkimuksissaan vienyt Englannissa yliopisto-

opiskelijaryhmiä klassisen musiikin konsertteihin ja tutkinut heidän ennakkolehtämöksiään ennen konserttia sekä konsertin jälkeisiä reaktioita. Ei-kävijöitä tutkiessaan Kolb on käyttänyt tiedonsaantimenetelminä useita eri keinoja, kuten haastattelua, puolistrukturoitua lomaketta ja visuaaliseen sekä kirjalliseen esittämistapaan liittyviä keinoja.

Kolbin (2000,2-4) on tutkimuksissaan edennyt siten, että ennen konserttia pitämässään haastattelutilanteessa hän kysyi opiskelijoilta heidän kiinnostustaan taiteisiin, vapaa-ajanviettotavoistaan, ennakkokäsityksistään konserttiyleisöstä ja käsitystään konserttilippujen hinnoista. Opiskelijaryhmät kävivät katsomassa kolmea erilaista klassisen musiikin esitystä. Osallistujien mielipiteet vaihtelivat sen mukaan missä ryhmässä he olivat olleet eli millaista musiikkia he olivat kuulleet.

Johtopäätöksessään Kolb (2000,7-8) toteaa, että hän oli yllätynyt kuinka moni opiskelijoista oli halukas käymään uudestaan klassisen musiikin konsertissa. Klassinen musiikki ei korvautisi opiskelijoiden muuta vapaa-ajan tekemistä, mutta voisi olla satunnaisesti osa heidän vapaa-ajan suunnitelmiaan. Kolbin tutkimukseen osallistuneet opiskelijat eivät pitäneet klassisen musiikin kokemusta erityisen huomionarvoisena ja odottivat, että heitä viihdyttäisi kaikki konsertin osat alueet eikä pelkästään musiikki. Konsertin pitäisi olla ainutlaatuinen kokemus, eikä tavanomainen. Opiskelijat kokivat, että koko konserttitapahtumaa ja sen herättämiä tunteita pitäisi kohentaa, ettei kokemus jää liian laimeaksi.

Kolbin tutkimukseen osallistuneet opiskelijat elävät hyvin erilaisessa maailmassa kuin aiemmat sukupolvet. Kolb (2000,8) toteaa, että nuorille opiskelijoille vanhan korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin raja on murtunut. Tämä näkyy siinä, että he ovat kiinnostuneita korkeakulttuurista, kuten klassisesta musiikista, mutta vaativat myös viihtymistä. Koska nuorten elämäkokemus on laajempi kuin aikaisempien sukupolvien, niin sellaisilla asioilla kuin sosiaaliluokalla, uskonnolla tai kansallisuudella ei ole enää nuorille kulttuurista tai viihteellistä merkitystä. Lisäksi nuorille kuluttajille multimedia ja poikkitaiteellisuus ovat arkipäi-

vää, joten he halusivat konsertteja, joita yhdistettäisiin muihin taidemuotoihin ja joissa käytettäisiin modernia lavatekniikkaa.

Kolb patistaa erityisesti klassisen musiikin organisaatioita kiinnittämään huomiota omaan toimintaansa houkutelakseen nuoria kävijöitä. Kolbin (2000, 8) mukaan musiikkiorganisaatioiden tulee tarjota räätälöityjä konserttitapahtumia tietyille markkinasegmenteille. Organisaatioiden tulee kuunnella mitä nuoret kuluttajat haluavat ja suunnitella konsertteja, jotka tarjoavat moninaisia hyötyjä vastaamaan moninaisten kuluttajien tarpeita. Pysyäkseen elossa näiden organisaatioiden täytyy avata ovensa ja kutsua kaikki katsojat heidän konsertteihin, jopa silloin kun yleisön kulttuurin taju ja tieto eivät ole sitä mitä organisaatiot toivoisivat sen olevan. Organisaatioiden tulee kiinnittää huomiota omaan toimintaansa; olla houkuttelevia, avoimia ja tiedottaa toiminnastaan. Vain tällöin nuoret alkavat käydä konserteissa ja yleisön määrä kaikinensa kasvaa.

Useat ei-kävijöitä käsittelevät tutkimukset tarkastelevat ilmiötä erityisesti klassisen musiikin osalta. Tämä johtunee siitä, että klassisella musiikilla on pitkät perinteet ja vahva korkeakulttuurin status, jonka avulla on kautta aikojen näytetty oppineisuutta ja pitkälle kehittyntä taidemakua. Klassinen musiikki on myös hyvin tarkasti määriteltyä ja ohjelmisto rajallinen, teosten uudelleentulkinnat eivät ole niin yleisiä kuin esimerkiksi teatterin kentällä. Klassisen musiikin konserttiesitykseen liittyy myös paljon kirjoittamattomia sääntöjä. Salonen (1990,20) vertaa sinfoniakonserttia katoliseen messuun. Molemmissa on tarkkaan määritelty kaava ja rituaalinomainen toteutus. Kirkossa julistettu sana pysyy muuttumattomana, kuten musiikkikin ja papit toimivat sanan välittäjänä kuten muusikot toimivat musiikin välittäjinä. Sekä kirkonmenojen että konserttiyleisön odotetaan käyttäytyvän hillitysti, liikkumatta ja mieltään ilmaisematta.

Edellä mainitut syyt vaikuttavat osaltaan siihen, että nuoret eivät koe klassista musiikkia itselleen läheiseksi, vaikka Suomessa on hyvinkin vahva klassisen musiikin opetuksen perinne ja laajaa konserttitoimintaa. Teatterissa erilaisten kohderyhmien huomioiminen on helpompaa, esimerkiksi erilaiset genret mah-

dollistavat teatteritarjonnan monipuolisuuden. Kuitenkin kulttuurin käyttämättömyys ja nuorten aikuisten vähentynyt kiinnostus perinteisiin kulttuuripalveluihin on ollut havaittavissa. On tärkeää siis tutkia ilmiön taustalla vaikuttavia tekijöitä, eikä pelkästään katsoa kulttuurin kuluttamattomuutta vain taidelajikohtaisesti.

Teatteriesityksien ei-kävijöitä on tutkinut australialainen Rebecca Scollen (2008a, 2008b). Hän johti Talking Theatre –tutkimusprojektia, jossa tarkasteltiin teatterin yleisökehitystä Queenslandin ja Pohjois-territorian alueella vuosina 2004-2006. Projektin tavoitteena oli saada uutta yleisöä 14 alueelliselle esittävän taiteen keskukselle ja tutkimuksen pyrkimyksenä oli määritellä ei-kävijä; ymmärtää syitä käymättömyyteen, tunnistaa heidän kulttuuriset ja luovat tarpeet ja tuoda esille heidän vastaanottokokemukset kolmesta live-esityksestä ja keskuksista, jotka niitä esittivät. Tutkimustietoa kerättiin ennen esitystä ja jälkikäteen kysymyslomakkeiden ja ryhmäkeskustelujen avulla. Tutkimukseen osallistui kultakin alueelta 24 henkilöä, jotka kävivät katsomassa pienryhmissä (12 henkilöä) kolme toisistaan poikkeavaa esitystä.

Scollenin (2008b, 50-52) mukaan Talking Theatre –projektiin osallistuneille suurin este teatterissa käymiselle oli lippujen hinnat. Muut syyt olivat vanhemmuuden sitoumukset, esityksen sisällön laadukkuus, työsitoumukset, kiinnostuksen puute ja seuralaisen puuttuminen. Kaikesta huolimatta tärkein syy teatterissa käymättömyyteen oli kuitenkin se, että teatterissa käyminen oli heille outoa. Teatterissa käyminen ei ollut entuudestaan tuttua ja osallistujat kokivat, että teatterikokemus voi olla ajan ja rahan tuhlausta. Tutkimukseen osallistuvat pitivät teatterissa käymistä elitistisenä, he kokivat, että teatteri oli vain niin sanottu valittu joukko ihmisiä tervetulleita. Tutkimus osoitti myös, että ei-kävijät uskoivat, että heille sopisi parhaiten sellainen taidemuoto, joka heille on entuudestaan jottu.

Scollenin (2008a, 6-9) tutkimukseen osallistuneita ei-kävijöitä yhdisti yksi asia. He eivät olleet tekemisissä ikätovereiden tai perheenjäsenten kanssa, jotka olivat käyneet teatterissa ja heitä ei rohkaistu käymään teatterissa. Jopa hyvin

koulutetut ja taloudellisesti hyvin toimeentulevat tutkimukseen osallistuneet eivät olleet käyneet lapsena teatterissa. Heillä ei ole ollut perheenjäseniä tai ikätovereita, joiden kanssa he olisivat voineet keskustella teatterikokemuksista. Sosiaalinen kanssakäyminen oli tutkimukseen osallistuneille tärkeää. Tulosten mukaan keskustelu teatteriesityksestä muiden ihmisten kanssa oli tärkeää sekä oppimisen että viihtymisen kannalta. 77 % vastanneista koki, että heillä oli parempi käsitys esityksestä, kun he olivat keskustelleet siitä ryhmässä. 66 % kävi uudelleen teatterissa, mikäli he tietäisivät, että heillä olisi mahdollisuus keskustella jälkeinpäin esityksestä toisten kanssa.

Suomessa kulttuuritilaisuuksien ei-kävijöistä on saatavissa jonkin verran tietoa. Timo Cantell (2006) on tutkinut nuoria aikuisia, jotka eivät kuluta kulttuuria, vaikka voisivat hyvin olla potentiaalisia kuluttajia; he asuvat kaupungissa, ovat korkeasti koulutettuja ja ovat jopa itse harrastaneet kulttuuria. Cantellin tutkimushankkeista on syntynyt Heini Mielosen pro gradu -tutkielma, *Attracting new audiences: Attitudes and experiences in attending classical music concert of students in their twenties*, joka tarkastelee nuorten aikuisten esteitä olla käymättä klassisen musiikin konserteissa. Mielonen on tutkimuksessaan seurannut Kolbin viitoittamaa tietä ja tutkimustietoa on hankittu opiskelijaryhmältä ennen esitystä ja esityksen jälkeen pidettävissä haastattelutuokioissa.

Mielosen (2003, 77-81) tutkimuksen mukaan nuoret eivät käy klassisen musiikin konserteissa, koska he eivät koe kuuluvansa klassisen musiikin yleisön joukkoon ja koko klassisen musiikin konsertissa käymisen perinteeseen. Heidän maailmansa, arvonsa ja elämäntapansa ovat täysin erilaiset verrattuna aikaisempiin sukupolviin. Lisäksi tutkimuksen mukaan nuoret eivät kokeneet, että markkinointi olisi suunnattu heille tai että se koskettaisi heitä. Tutkimukseen osallistuneet nuoret halusivat vapaa-ajaltaan erityisesti sosiaalisia suhteita, viihtymistä, kanssakäymistä muiden ihmisten kanssa sekä mahdollisuutta tavata uusia ihmisiä. Klassisen musiikin konsertit eivät tarjonneet tähän mahdollisuutta. Konserteissa käyminen vaati myös lippujen ennakkovarausta ja vapaa-ajan aikatauluttamista, jota nuoret eivät halunneet tehdä. Konserttipaikka koettiin

myös vaikeasti lähestyttäväksi ja paikkaan liitettiin negatiivisia ennakkokäsityksiä.

Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijöitä koskettavan tutkimustiedon historia on varsin lyhyt, mutta kulttuuritilaisuuksien yleisöjen kuin myös ei-kävijöiden tutkiminen on tarpeellista sekä taidehallinnon että kulttuuripolitiikan näkökulmasta. Kulttuuripolitiikan näkökulmasta on tarpeellista kysyä kuinka kauan ja kuinka paljon julkisilla varoilla toimivia taidelaitoksia ylläpidetään, mikäli yleisö ikääntyy ja vähenee vähitellen ehkä jopa kokonaan pois? Voitaisiinko tarkastella nuoria aikuisia kulluttajina ja niin sanottuna etujoukkona, joiden valinnat antavat suuntaa valtaväestön valinnoille? Mitä kulttuurialan toimijoilla olisi opittavaa heiltä? Olisiko tarpeellista tarkastella kriittisesti kulttuurin tuotantotapaa, sisältöä ja viestiä, jotta kulttuuripalvelut saataisiin houkuttelevimmiksi? Taustalla vaikuttava iso kysymys on miten ja kuinka paljon kulttuuriyleisö uudistuu, koska se on erityisesti kulttuurilaitosten elinehto.

2.2. Kulttuuripalveluiden käyttämättömyyden popularisointia

Kulttuuripalveluiden tottumaton käyttö ja käyttämättömyyden syyt ovat saaneet yhä enemmän huomiota viime vuosien aikana. Kulttuurin käyttämättömyyttä on lähestytty myös kansanomaisesti. Sanomalehdistä voi lukea juttuja, joissa ensikertalaisia viedään katsomaan oopperaa tai naistenlehdissä on artikkeleita siitä mitä olet aina halunnut kysyä oopperasta tai baletista, muttet ole kehdannut. Nämä kaikki osaltaan hälventävät ennakkoluuloja ja madaltavat kynnystä käydä kulttuuritilaisuuksissa.

Sanomalehti Kaleva julkaisi 17.5.2009 jutun otsikolla *Ilta oopperassa ensikertalaisten kanssa*. Jutussa toimittaja oli vienyt neljä ensikertalaista oopperaan ja jututtanut heitä ennen esitystä ja esityksen jälkeen. Ensikertalaiset olivat iältään 16-49-vuotiaita ja kolme neljästä oli miehiä ja yksi nainen. Esitettävä teos oli Mozartin *Così fan tutte*, joka esitettiin Kansallisoopperassa, Helsingissä. Ensi-

kertalaisten ennakkokäsitysten liittyivät oopperaesityksen pitkään keston ja oopperan luonteeseen. Oopperaan kuvattiin mm. ”kalliiksi, lähinnä eläkeläisten pitkävetoiseksi viihteeksi”. Testiryhmä teki havaintoja mm. yleisön käyttäytymisestä esityksen aikana, laulajien äänialoista ja lippujen hinnoista. Kukaan ryhmästä ei tavallisesti kuuntele klassista musiikkia, mutta Mozartin musiikki kuitenkin miellytti kaikkia. Esityksen jälkeen testiryhmäläisten mukaan esitys oli ollut yllättävän hyvä ja taidokas. Kolme neljästä testiryhmäläisestä menisi uudelleen oopperaan. Yhden testiryhmäläisen palaute oli seuraavanlainen: ”Kokonaisuudessaan upea ilta, joka kumosi monia ennakkoluulojani. Mielestäni oopperaa voi suositella kaikille, eikä klassisen musiikin tuntemusta todellakaan tarvita. Seuraavan kerran voisimme lähteä oopperaan vaimoni kanssa.”

Erilaiset tapahtumajärjestäjät ovat myös madaltaneet tapahtumiin osallistumisen kynnystä ja ovat houkutelleet ensikertalaisia mukaan. Tapahtumajärjestäjien tavoitteena on saada ensikertalaisesta vakituinen tapahtumakävijä ja lisäksi tehdä tunnetuksi tiettyä taidemuotoa tai -lajia. Hyvänä esimerkkinä voidaan mainita Helsingin juhlaviikot -tapahtuma, joka on hakenut nyt kahtena vuonna tiettyä taiteenlajia ensikertaa kokevia ihmisiä erilliseen eka kerta -tilaisuuteen. Vuonna 2008 Helsingin juhlaviikot kutsui ensikertalaisia klassisen musiikin konserttiin Finlandia-taloon. Vuonna 2009 ensikertalaisille oli tarjolla nykytanssia. Ensikertalaisten kokemukset ovat olleet erittäin positiivisia. Kävijöille on avautunut uudenlaisia kokemuksia aiemmin tuntemattoman taidelajin piirissä. Ensikertalaisten taidekokemus on ollut miellyttävä, tunteita herättävä ja usea ensikertalainen aikoi osallistua tilaisuuksiin uudemmankin kerran. Konseptin suosiota kuvastaa se, että hakijoita ekakerta-tilaisuuksiin on satoja. Juhlaviikkojen kotisivuille on listattu ensikertaa koettavan taidelajiin liittyvät FAQ eli usein kysytyt kysymykset. Vastauksia löytyy mm. siihen miten taidelajiin voi suhtautua ja miten itse tilanteeseen pitäisi varautua. (www.helsinginjuhlaviikot.fi/ekakerta.)

Edellä kuvattu toiminta laajentaa tapahtumien yleisöpohjaa ja mahdollistaa uusien asiakkuuksien syntyä. Perinteisesti on koettu, että klassinen musiikki ja nykytanssi ovat vaikeasti avautuvia taiteenlajeja, eivätkö siksi ole suuren yleis-

sön suosiossa. Erilliseen, ensikertalaisille tarkoitettuun tilaisuuteen on helppoa ja turvallista osallistua; ei haittaa, vaikka ei tiedä kaikkia kirjoittamattomia käytäytymissääntöjä tai kokee, ettei ymmärrä teosta, sillä tilaisuudessa on muitakin ensikertalaisia. Helsingin juhlatuokkien Eka kerta -konseptin ympärille on rakennettu nuorekas ilme ja kielenkäyttö, esimerkiksi ensikertalaista taiteenkokijaa nimitetään neitsyeksi ja klassisesta musiikista puhutaan klasarina. Nuorekkaalla ilmeellä ja perinteisestä poikkeavalla kielenkäytöllä halutaan rikkoa ennakkokäsityksiä, joita perinteisesti korkeakulttuuriin kuuluviin taiteenlajeihin yhä ihmisten mielissä liitetään. Lisäksi tehtävänä on jakaa tietoa, joka auttaa ensikertalaisia sopeutumaan uuteen tilanteeseen. Ensimmäisen osallistumiskerran jälkeen toinen kerta on jo helpompi.

2.3. *Kulttuuripalvelujen käytön esteet Oulun seudulla*

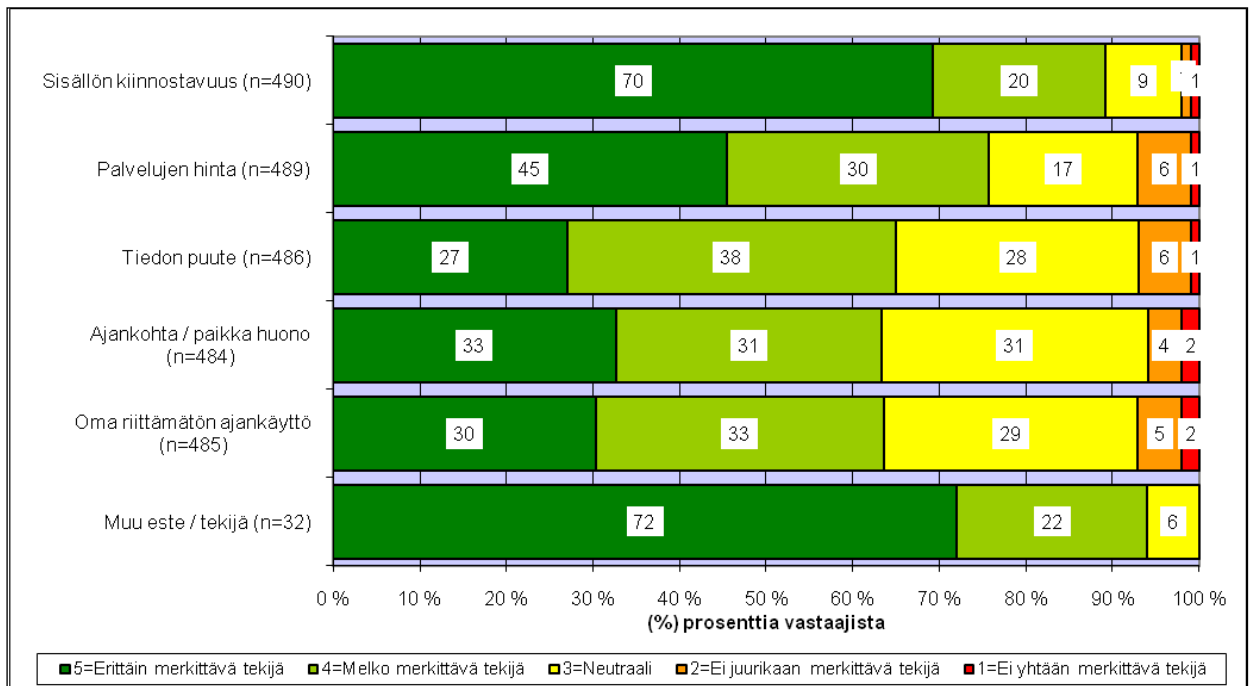
Kulttuuritilaisuuksien käyttäjätutkimusten osana on myös yhä useammin kysymys kulttuuripalveluiden käytön esteistä. Kerätyn tiedon ansiosta on mahdollista saada kulttuuripalveluiden käytön esteistä hyvinkin paikallista tietoa. Oulun seudulla toimiva kulttuurin ja luovien alojen kehittämisen sateenvarjohanke, Oulu 15 -hanke, tilasi tutkimuksen kulttuuripalveluiden käytöstä ja kulttuurin tiedotuksesta Oulun seudulla. Tutkimuksen toteutti Suomen Kyselytutkimus kesällä 2009. Tutkimus toteutettiin puhelinhaastattelututkimuksena ja se kohdistettiin yhteensä 500:lle Oulun seudulla asuvalle 15-79-vuotiaalle kuluttajalle. Tutkimuksessa tarkasteltiin kulttuuripalveluita laajasta näkökulmasta ja kulttuuripalveluiksi luettiin niin julkisen sektorin kuin yksityisen ja kolmannen sektorin tarjoamat palvelut. Myös kulttuuritapahtumat luettiin osaksi kulttuuripalveluita.

Tutkimuksen mukaan teatteri oli toiseksi suosituin kulttuuripalvelu heti kirjastopalveluiden jälkeen. Teatterissa oli käynyt 45 % kaikista vastaajista vähintään kerran viimeisen vuoden aikana. Tutkimuksen mukaan naisista teatteripalveluja oli käyttänyt 56 % ja miehistä 34 %. Aktiivisimmat teatteripalveluiden käyttäjät löytyivät 45-54-vuotiaiden ikäryhmästä, joka muodosti 60 % kaikista kuudesta

ikäryhmästä 15-79 ikävuoden välillä. Tämä tulos vahvistaa aikaisempia tutkimustuloksia, joiden mukaan kulttuuripalveluita käyttää eniten keski-ikäiset ja siitä hieman vanhemmat naispuoliset henkilöt.

Osana Kulttuuripalvelujen käyttö ja kulttuurin tiedotus Oulun seudulla - tutkimusta haluttiin selvittää vastaajien henkilökohtaisia esteitä kulttuuripalvelujen ja kulttuuritapahtumien käytölle. Keskeisiksi tekijöiksi muodostuivat vastaajien omat henkilökohtaiset syyt, kuten liikuntarajoitteisuus, terveys, vuorotyö, kulkuyhteydet ja lapset. 32 tutkimukseen vastannutta ilmoitti muut esteet erittäin merkittäväksi tekijäksi tarkasteltaessa henkilökohtaisia esteitä kulttuuripalvelujen käytölle. Kun tarkastellaan koko vastaajajoukkoa (vastaajamäärä 485-490 henkilöä) keskeisiksi esteiksi muodostuivat palvelujen sisällön kiinnostavuus, joka oli erittäin merkittävä tekijä 70 %:lle vastaajista. Naisille (72 %) sisällön kiinnostavuus oli hieman tärkeämpi tekijä kuin miehille (68 %). Ikäryhmittäin tarkasteltuna 25-34-vuotiaille sisällön kiinnostavuus oli hieman merkittävämpää kuin muille ikäryhmille. Palvelujen hinta oli 45 %:lle kyselyyn vastanneista erittäin merkittävä este kulttuuripalvelujen käytölle. Erityisesti 15-24-vuotiaiden vastaajien keskuudessa palvelun hinta oli merkittävä este. 15-24-vuotiaille myös tiedon puute ja ajankohdan tai paikan epäsopivuus olivat muita ikäryhmiä useammin merkittävänä tekijänä henkilökohtaiselle kulttuuripalveluiden käytölle.

Oheisen taulukon on tuottanut Suomen Kyselytutkimus tarkasteltaessa esteitä ja niiden merkittävyyttä kulttuuripalveluiden henkilökohtaiselle käytölle Oulun seudulla. Taulukossa n kuvaa kysymykseen vastanneiden määrää.



Taulukko 1. Henkilökohtaiset esteet esteet kulttuuripalvelujen käytölle Oulun seudulla (Suomen Kyselytutkimus).

Tarkasteltaessa vastauksia alueellisesti tutkimuksen mukaan tiedon puute on 46 %:lle Oulun seudun kunnissa asuville ihmisille erittäin merkittävä este kulttuuripalveluiden käytölle. Sitä vastoin vain 18 % oululaisista nimeää tiedon puutteen erittäin merkittäväksi esteeksi kulttuuripalvelujen käytölle. Tästä voidaan päätellä, että Oulussa asuvat ihmiset kokevat saavansa kulttuuripalveluista niin paljon tietoa, että tiedon puute ei muodostu heille merkittäväksi esteeksi käyttää palveluita. Oulun seudulla asuvat ihmiset sitä vastoin saavat tietoa niin vähän, että kokevat tiedon puutteen erittäin merkittäväksi esteeksi kulttuuripalveluiden käytölle. Mikäli Oulun seudulla asuvia ihmisiä haluttaisiin enemmän käyttämään kulttuuripalveluita, heille tulisi enemmän kohdentaa tiedotusta ja markkinointia kulttuuripalveluista.

Myös ajankohdan tai paikan huonouden koki 52 % Oulun seudulla asuvista ihmisistä erittäin merkittäväksi tekijäksi, kun oululaisista 24 % nimesi ajankohdan tai paikan epäsopivuuden erittäin merkittäväksi henkilökohtaisen kulttuuripalvelu-

luiden käytön esteeksi. Oulun seudulla asuvat kokevat myös, että kulttuurin kokemisen ajankohdat ja paikat muodostuvat heille erittäin merkittäviksi esteiksi kulttuuripalveluiden käytölle. Kulttuuripalveluiden saavutettavuuteen niin ajallisesti kuin fyysisesti tulisi enemmän kiinnittää huomiota, mikäli haluttaisiin palvelulla myös Oulun seudun kunnissa asuvia ihmisiä. Kulttuuripalveluiden ajankohdan ja paikan epäsopivuuden kokemiseen liittyy varmasti myös sellaiset asiat kuin julkisten kulkuneuvojen saatavuus. Esimerkiksi teatteriesitykset ovat usein illalla ja viikonloppuisin, jolloin esimerkiksi linja-autovuoroja ajetaan harvemmin. Lisäksi Oulun seudun kunnista käydään paljon töissä Oulussa, joten jos työssäkäyntimatkat ovat itsessään jo pitkiä, niin kulttuuripalveluja ei ehkä lähdetä helposti käyttämään saman matkan päähän uudestaan työpäivän jälkeen.

2.4. Katsaus teatterin yleisöihin

Koko väestön tasolla teatterissa käymisen yleisyydessä ei ole tapahtunut suuria muutoksia 1990-luvun aikana. Teatterissa käyminen on hieman vähentynyt 1980-luvulta tultaessa 2000-luvulle. Vuonna 2002 teatterissa oli vuoden aikana käynyt 36 % kymmenen vuotta täyttäneistä. Edelleen naiset käyvät teatterissa miehiä yleisemmin, naisista teatterissa oli käynyt 44 % ja miehistä 27 %. Sosiaaliryhmittäin käymisessä ei ole juuri tapahtunut muutoksia, eniten käyvät ylemmät toimihenkilöt ja vähiten tuotantotyöntekijät sekä työttömät. Teatterissa käynnit suuntautuvat edelleen valtaosaltaan oman alueen ammattiteattereihin. Suurempiin keskuksiin, erityisesti Helsinkiin, kävijöitä tulee myös muualta. (Liikanen 2005, 72.)

Teattereiden kävijöistä on kerätty tietoja systemaattisesti jo kuudenkymmenen vuoden ajan. Teatterin tiedotuskeskuksen keräämässä vakiotilastossa ovat mukana valtiosuuslainsäädännön piirissä olevat teatterit (45 puheteatteria ja 11 tanssiteatteria) sekä Suomen Kansallisteatteri ja Suomen Kansallisooppera. Mikäli mukaan otetaan rahoituslain ulkopuoliset teatteri- ja tanssiryhmät, kesä-

teatterit, alueopperat ja sirkukset, oli katsojia yhteensä 3,9 miljoonaa vuonna 2008. Teatteri-, tanssi-, ooppera- ja sirkusesitysten kokonaismäärä oli 19 635 esitystä. Katsojiin ja esityskertoihin on laskettu mukaan myös ilmaisesitykset ja vierailijaesitykset. (Teatteritilasto 2008, 56.)

Teatteritilaston mukaan puheteattereissa kävi vuonna 2008 yhteensä 2,977 265 katsojaa, mikä on 2,9 % vähemmän kuin vuonna 2007. Rahoituslain piiriin kuuluvissa puheteattereissa ja Suomen Kansallisteatterissa katsojamäärä oli 57 % kaikista teatteri-, tanssi-, ooppera- ja sirkusesitysten katsojista. Teatteritilaston mukaan teattereiden (VOS-teatterit, Kansallisteatteri, Kansallisooppera) esityskerrat ja myydyt liput vähenivät vuodesta 2007. Esityskertoja vuonna 2008 oli 2,7 % vähemmän kuin edellisellä vuonna ja lippuja myytiin 3,2 % vähemmän kuin vuonna 2007. (Teatteritilasto 2008, 61.)

Euroopan tasolla tarkasteltuna vuonna 2007 teatterissa käyminen oli kuudenneksi suosituin kulttuuriaktiiviteetti. Suosituin kulttuuriaktiiviteetti oli kävijämäärän mukaan historialliset vierailukohteet (54 %), seuraavaksi suosituin oli elokuvat (51 %) ja kolmanneksi museot ja galleriat (41 %). Lisäksi konserteissa (37 %) ja kirjastossa (35 %) kävi useampi ihminen kuin teatterissa (32 %). Eurooppalainen teatteriyleisö koostuu johtavassa asemassa olevista (58 %), opiskelijoista (46 %), muista esimiesasemassa olevista (36 %), yrittäjistä (34 %), eläkeläisistä (25 %), suorittavan työn tekijöistä (24 %), kotona olevista (22 %) ja työttömistä (14 %). (Eurostat Pocketbooks, Cultural statistics 2007, 134-137.)

Harrastajateatteritoiminta on Suomessa aktiivista. Vuonna 2009 ensimmäistä kertaa Teatterin tiedotuskeskus keräsi harrastajateatterikentän esitys- ja katsojatilastoja vuodelta 2008. Harrastajateattereiden tilastot koottiin yhteistyössä Työväen Näyttämöiden Liiton, Suomen Harrastajateatteriliiton ja Finlands Svenska Ungdomsförbund:n sekä alueellisten taidetoimikuntien kanssa. Tilastoinnissa mukana olevista teattereista 380 on suomenkielisiä ja 57 ruotsinkielisiä. (Hämäläinen 2009, 3.)

Kokonaiskatsojamäärä Suomen harrastajateattereissa oli yhteensä 867 096, joista 766 808 oli suomenkielisten harrastajateattereiden katsojia ja 100 288 ruotsinkielisten harrastajateattereiden katsojia. Suomenkielisissä harrastajateattereissa oli yhteensä 7 381 esityskertaa ja keskimäärin yhdessä esityksessä oli noin 104 katsojaa. (Hämäläinen 2009, 11.) Yhden esityksen keskimääräinen katsojamäärä on aika korkea, 104 katsojaa per esitys. Monille ammattiteattereillekin tällaisen yleisömäärän saaminen esitykseen on haasteellista. Harrastajateattereiden yhteydessä katsojaluvuista puhuttaessa on muistettava, että harrastajateatteri toiminta perustuu puhtaasti harrastukseen, joten usein katsojat voivat tulla ensisijaisesti katsomaan sukulaisen tai ystävän esiintymistä, eikä välttämättä niinkään itse näytelmää.

Teatterin tiedotuskeskuksen harrastajateattereiden tilastoissa on mukana myös kesäteatteriesitykset, jotka muodostavat merkittävän osan Suomen harrastajateatteritoiminnasta. Suomenkielisissä harrastajateattereissa 77 % näytelmistä esitettiin sisänäyttämöllä ja ulkoilmanäyttämöllä esitettiin 22 % näytelmistä. Suomalaisten harrastajateattereiden katsojista 48 % oli sisänäyttämöillä esitettyjen esitysten katsojia ja ulkonäyttämöiden esitysten katsojia oli 51 %. Tästä voidaan todeta, että kesäteatterit ovat merkittäviä toimijoita suomalaisessa harrastajateatterikentässä. (Hämäläinen 2009, 14.)

Kesäteatteriesitykset keräävät katsojia ja ovat yleisön suosiossa. Syitä tähän on varmasti useita, joista merkittävimmät voisivat löytyä kesäteattereiden kevyestä ohjelmistosta ja vapaasta, normittomasta teatterissäkäyntiprosessista. Suomenkielisten harrastajateattereiden esityksistä 49 % oli puhenäytelmiä, lastennäytelmiä oli ohjelmistosta 19 % ja musiikkinäytelmiä 14 %. Ohjelmistosta nuorille oli suunnattu 6 % ja muut, kuten improvisaatioesitykset, erilaiset koosteesitykset, sirkusesitykset ja runoesitykset, muodostivat 12 % ohjelmistosta. Vastaavasti katsojamäärät eri näytelmälajeittain suomenkielisissä harrastajateattereissa olivat puhenäytelmät 50 %, musiikkinäytelmät 28 %, lastennäytelmät 13 %, nuortennäytelmät 3 % ja muut 6 %. (Hämäläinen, 2009, 14-15.) Tämän tilaston valossa tarkasteltuna suomenkielisten harrastajateattereiden ohjelmiston

tarjonta ja kysyntä vastaavat toisiaan. Katsojamääriä tarkastelemalla musiikki- näytelmien kysyntä näyttäisi olevan korkeampaa kuin niiden tarjonta ja puolestaan muut-ryhmään kuuluvaa ohjelmistoa tarjottiin suhteessa enemmän kuin oli katsojia. Tämä on ymmärrettävää, että teatterit etsivät uusia yleisöjä kokeilemalla erilaisia ohjelmistoja ja muut-ryhmään kuuluu juuri perinteisestä tarjonnasta poikkeavia esityksiä, kuten improvisaatiota ja sirkusta.

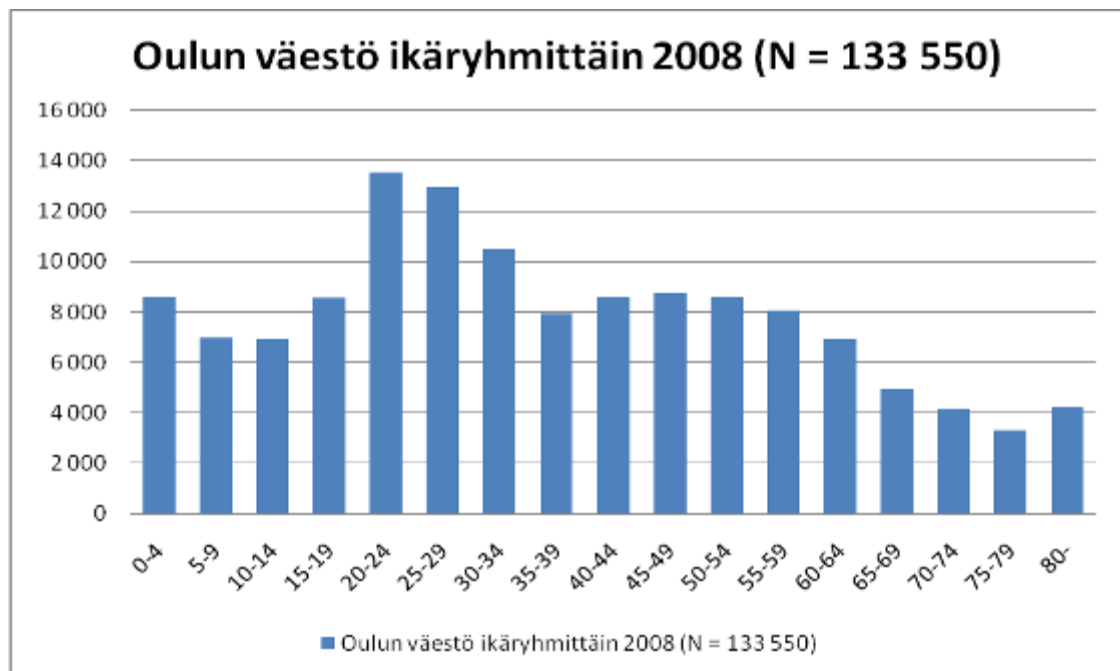
2.5. Tutkimusongelma

Aikaisempien tutkimusten valossa on osoitettu, että tyypillinen kulttuuripalveluita käyttävä henkilö on keski-ikäinen, korkeasti koulutettu nainen, joka asuu kaupungissa (Cantell 1996, 54). Tiedossa on myös se, että koulutustaustalla on suuri merkitys siihen kuinka paljon kulttuuria kuluttaa ja kuinka kiinnostunut on kulttuurista (Lahtinen 1998, 26-27). Tämän vuoksi valitsin tutkimukseeni yliopisto-opiskelijoita, jotka tulevat saamaan akateemisen tutkinnon ja siten edustavat korkeakoulutusta. Pyrin siihen, että tutkimukseen osallistuvat nuoret aikuiset vastaisivat muuten tyypillistä kulttuurin kuluttajaa; he asuvat kaupungissa ja ovat koulutettuja. Lisäksi pyrin saamaan tutkimukseen tasapuolisesti sekä miehiä että naisia. Pääsen paremmin pureutumaan kulttuurin kuluttamattomuuden taustalla vaikuttaviin syihin, kun sosiodemograafiset tekijät vastaavat pääosin tyypillisen kulttuuripalveluiden käyttäjien tietoja.

Tutkimusongelman asettelun kannalta oli erittäin tärkeää ottaa erityisesti nuoret aikuiset tutkimuksen kohderyhmäksi. Tämä sen vuoksi, että tutkimuksen taustalla vaikuttava tekijä on nuorten suhtautuminen kulttuuritarjontaan. Ainakin joissakin kulttuurilaitoksissa uskotaan näkemykseen, että nuoret tulevat kulttuurilaitoksen asiakkaiksi myöhemmässä elämänsä vaiheessa. Uskotaan, että iän myötä kulttuurimaku muuttuu ja viimeistään keski-ikässä perinteiset korkeakulttuuriin laskettavat tilaisuudet, kuten konsertit, teatteriesitykset ja taidemuseon näyttelyt alkavat kiinnostaa. Bonita Kolb (2001) on omissa tutkimuksissaan haastanut tämän näkemyksen klassisen musiikin kohdalla ja osoittaa laajoihin

tilastoaineistoihin perustuen, että ikääntyminen ei automaattisesti lisää kiinnostusta käydä klassisen musiikin konserteissa. Kolbin tutkimukset osoittavat, että enää nykyään ei ikääntyessä hakeuduta klassisen musiikin konsertteihin samoissa määrin kuin aikaisemmat sukupolvet ovat tehneet. Tämän suuntainen kehitys johtaisi siihen, että yleisöpohja ei enää uusiutuisi samassa määrin ja klassisen musiikin yleisöt vähentyisivät pikku hiljaa.

Toinen tutkimusongelman asettelun kannalta mielenkiintoinen havainto on se, miten nuoret aikuiset sijoittuvat suuriin kaupunkeihin. Cantell (2006, 9) toteaa, että vakiintuneen käsityksen mukaan Suomessa suuret ikäluokat eli välittömästi sodan jälkeen syntyneet, ovat lukumääräisesti dominoiva ikäryhmä. Valtakunnallisesti tilanne onkin tämä, mutta kun tarkastellaan suuria kaupunkeja, tilanne on eri. Erityisesti yliopistokaupungeissa nuorten aikuisten osuus on niin suuri, että suuret ikäluokat ovatkin itse asiassa kaksi- ja kolmekymmentävuotiaat aikuiset. Edellä kuvattu tilanne toteutuu myös Oulun kohdalla, kuten oheisesta taulukosta voidaan havaita.



Talukko 2. Oulun kaupungin väestömäärä ikäryhmittäin vuonna 2008 (N=133 550). Taulukossa käytettyjen tietojen lähde: Tilastokeskus.

Oulun kaupungissa suurin yksittäinen ikäryhmä on 20-24-vuotiaat ja seuraava ikäryhmä on 25-29-vuotiaat. Tutkimusongelman asettelun kannalta on siis erittäin tärkeää tutkia juuri näihin ikäryhmiin kuuluvia ei-kulttuurin kuluttajia. Määrällisesti nuoret aikuiset ovat enemmistönä Oulun kaupungissa, mutta tarkastellessa kulttuurilaitosten asiakaskuntaa, nuoret ovat vähemmistössä.

Tutkimukseni tarkastelee siis nuorten aikuisten teatterissa käymättömyyden syitä. Tutkimusongelmani on: mitkä tekijät vaikuttavat nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyyteen? Lähestyn käymättömyyden syitä useasta eri näkökulmasta. Tutkimukseni on siis monitieteellinen ja siksi se muodostuu osa-alueista, jotka vaikuttavat toisiinsa. Lähestyn tutkimusongelmaani kulttuuriin sidoksissa olevien makuvalintojen kautta ja mitä niillä halutaan viestittää tai mitä halutaan viestittää kulttuuripalveluiden käyttämättömyydellä? Lähestyn tutkimusongelmaa sosiologisesta näkökulmasta. Millaisia makuvalintoja nuorten mielestä tyypillinen teatterissakävijä tekee? Millainen on tyypillisen teatterissakävijän elämäntyyli ja vastaako se nuorten omaa elämää? Mitä makuun perustuvat valinnat kertovat? Tarkastelen näitä kysymyksiä Pierre Bourdieun distinktioteoriasta käsin ja Pertti Alasuutarin esittämien nykypäivän makuun liittyvien näkemysten kautta.

Toisaalta lähestyn tutkimusongelmaani nuorten vapaa-aikaan liittyvien asioiden kautta. Tuon tutkimuksessani esille nuorten arvojen, asenteiden, elämäntyylin ja ajan hallintaan liittyviä näkökulmia. Tutkimusongelmani tarkentuu kysymykseen millaisia muutoksia on tapahtunut nuorten asenteissa, arvoissa ja elämäntyyllissä, jotka voisivat osaltaan vaikuttaa kulttuuripalveluiden käyttöön?

Kolmas osa-alue tutkimuksessani ovat kulttuuripalvelujen tuottamiseen liittyvät käytännön kysymykset. Lähestyn tätä osa-aluetta kulttuurituottamisen näkökulmasta. En käy läpi kaikkia tuotantoon liittyviä tekijöitä, vaan käsittelen aikaisempien tutkimusten valossa esille tullutta muutamaa palvelun käyttöön liittyvää käytännöllistä tekijää, joita ovat esityspaikkaan liittyvät ennakkokäsitykset, lippujen hinnan suhde sisältöön ja markkinointi. Miten ei-kävijät kokevat teatterilippu-

jen saatavuuden ja hinnan ja millainen se on suhteessa sisältöön. Lisäksi tarkastelen sitä, että saavuttaako teatteripalveluiden markkinointi nuoret aikuiset ja miten ei-kävijät kokevat teatterin paikkana.

Tarkastelen myös motiiveja taiteen kokemiseen hyvin yleisellä tasolla. Tämä osa-alue vastaa tutkimusongelmani alakysymykseen: mitkä ovat motiivit, jotka kannustavat nuoria aikuisia teatterissa käymiseen? Tuon esille kolme erilaista päämotiivia, joiden merkitys voi painottua eri tavoin juuri nuorilla aikuisilla.

Tutkimuksen taustalla oleva oletukseni on se, että kulttuuripalveluiden käyttö on vapaaehtoista ja siten yksilön valintojen varassa olevaa. Tutkimuksessa pyrin kiinnittämään huomiota erityisesti niihin tekijöihin ja vaikuttimiin, jotka ovat ei-kävijöiden valintojen taustalla. Uskon, että syyt ovat moninaiset yksilön yksittäisistä valinnoista laajempiin, koko sukupolvea koskeviin arvoihin ja asenteisiin liittyviin tekijöihin. Uskon, että tutkimuksen tulokset liittyvät vahvasti nuorten aikuisten makuvalintoihin ja vapaa-ajanviettoon liittyviin odotuksiin, erityisesti vapaa-ajan sosiaalisiin ja elämyksellisiin ulottuvuuksiin. Uskon, että ei-kävijöitä tutkittaessa saadaan hyödyllistä tietoa sekä kulttuuripalveluita tilaaville että tuottaville tahoille siitä, mitkä ovat käyttämättömyyden taustalla olevat syyt. Lisäksi tutkimukseni valottaa nuorten kaupunkilaisten valintoihin liittyviä tekijöitä ja samalla antaa eväitä kulttuuripalveluiden tarjoajille; mitä tulisi tehdä toisin, mikäli nuoria halutaan asiakkaiksi.

3. NÄKEMYKSIÄ JA ILMIÖITÄ LIITTYEN NUORTEN AIKUISTEN TEATTERISSA KÄYMÄTTÖMYYTEEN

Seuraavaksi tarkastelen niitä teemoja, jotka vaikuttavat nuorten aikuisten teatterissa käymättömyyteen. Koska teatteripalveluiden käymättömyyteen ei voida nimetä yhtä tiettyä syytä, tarkastelen aihetta eri näkökulmista. Olen valinnut käsiteltävät teemat aikaisempien tutkimusten ja aiheen kirjallisuuden pohjalta.

Amerikkalainen yksityinen voittoa tavoittelematon (nonprofit) tutkimusorganisaatio Rand Corporation julkaisi 2001 McCarthyn, Brooks, Lowelin ja Zakarasin laatiman raportin *The Performing Arts in a New Era*. Raportti on ensimmäinen yli 35 vuoteen, missä analysoidaan koko esittävän taiteen alaa. Raportissa on tutkittu trendien vaikutusta yleisöön, taiteilijoihin, organisaatioihin ja rahoitukseen sekä tunnistettu näiden trendien poliittinen merkitys. McCarthy, Brooks, Lowell ja Zakaras (2001, 19) tiivistävät neljä tekijää, joita on käytetty taideorganisaatioissa selittämään muutoksia osallistujamäärissä. Tekijät ovat:

1. Sosiodemografiset muutokset, joita ovat esimerkiksi muutokset väestön koossa ja rakenteessa.
2. Muutokset maussa, esimerkiksi mieltymykset taiteessa ja taidemuodoissa.
3. Käytännöllisten tekijöiden muutokset, kuten taiteellisten tapahtumien ja tuotteiden tarjonta, niiden hinta, vapaa-ajan määrä, tulotaso ja tiedon saatavuus.
4. Yksilöllisten kokemusten muutokset, esimerkiksi taidekasvatus, aikaisemmat kokemukset ja tieto.

Tutkimukseni teoreettinen viitekehys muodostuu edellä esitettyjen teemojen pohjalta. Olen myös lisännyt joidenkin teemojen alle asioita, jotka olen katsonut tutkimuksen kannalta tarpeellisiksi. Tutkimukseni teoriaosuus pohjautuu monilaisiin tutkimuksiin, sillä täten voidaan käsitellä tarkemmin syitä nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyyteen.

3.1. Sosiodemografiset muutokset; kulttuuritilaisuuksien ikääntyvä yleisö

Bonita Kolb (2001, 3-13) painottaa artikkelissaan *The Effect on Generational Change on Classical Music Concert Attendance and Orchestras' Responses in the UK and US*, että sellaisten toimenpiteiden, kuten hinnan alennuksien, markkinoitkampanjoiden ja koulujen tavoittelun vaikutukset ovat uusien asiakkaiden tavoittelussa vähäiset, mikäli muutokset yleisömäärissä johtuvat muutoksista sosiodemograafisissa tekijöissä ja maussa. Kolbin mukaan on yleisesti todettu ja hyväksytty, että klassisen musiikin konserttien yleisö on ikääntymässä ja että nuoret käyvät yhä vähenemässä määrin konserteissa. Olettamuksena on kuitenkin ollut, että nuoret alkavat käydä konserteissa kun tulevat vanhemmiksi.

Kolb (2001, 13) vertasi tutkimuksessaan väestön keski-ikää eri taidemuotojen yleisöjen keski-ikään ja totesi, että klassisen musiikin osalta vuodesta 1982 vuoteen 1997 yleisön keski-ikä oli kasvanut kaksi kertaa nopeammin kuin väestön keski-ikä. Klassisen musiikin yleisö oli ikääntynyt enemmän kuin muiden esittävän taiteiden yleisöjen, kuten oopperan, musikaalien ja teatterin, mutta vähemmän kuin baletin, museoiden ja jazzin. Teatterin osalta siis keski-ikäen kasvu ei ollut yhtä nopeaa kuin klassisen musiikin yleisön, mutta kuitenkin nopeampaa kuin väestön keski-ikäen kasvu.

Tarkasteltaessa eri ikäryhmiä ja niiden osuutta klassisen musiikin yleisömäärissä suhteessa koko väestön osuuteen kolmena tarkasteluvuotena 1982, 1992 ja 1997 Kolb (2001, 15-16) havaitsi, että nuoret ikäryhmien osuus yleisömäärissä väheni tarkasteluajanjaksolla. Verrattaessa 20-29-vuotiaiden ikäryhmän osuutta koko väestöstä siihen mikä tämän saman ikäryhmän osuus klassisen musiikin konserttien yleisöstä oli voidaan todeta, että nuorten ikäryhmä (20-29-vuotiaat) olivat klassisen musiikin konserteissa aliedustettuina 2,5 % vuonna 1982. Vuonna 1992 sama luku oli jo 5,3 % ja vuonna 1997 nuorten osuus yleisömäärissä suhteessa koko väestöön oli laskenut jo 11,4 %:iin. Yleisesti ottaen nuorten ikäryhmän osuus koko väestöstä väheni melkein 2 %. Suurin muutos on

kuitenkin nähtävissä 30-39-vuotiaiden ikäryhmässä. Tämän ikäryhmän osuus yleisöstä oli vuonna 1992 yliedustettuna 3,9 %, mutta vuonna 1997 tämän saman ikäryhmän osuus oli aliedustettuna 13,1 %. Tämän ikäryhmän osuus yleisöstä väheni eniten tarkasteluajanjaksolla.

Kun jatketaan tutkimustulosten tarkastelua eri ikäryhmien näkökulmasta Kolbin (2001, 16) mukaan 40-49-vuotiaiden ikäryhmän osuus yleisöstä vuonna 1982 oli yliedustettuna 2,8 % ja vuonna 1997 edelleen yliedustettuna 1,7 %, vaikka laskua oli hieman tapahtunut. Merkittävää kasvua edusti 50-59-vuotiaiden ikäryhmä. Tämä ikäryhmän yliedustavuus kasvoi 1 %:sta 4,9 %:iin vuosien 1982-1997 välillä. Tämän ikäryhmän osuus väestöstä oli 14,6 %, samaan aikaan kun 50-59-vuotiaiden osuus klassisen musiikin yleisöstä oli 19,5 %. 60-69-vuotiaiden ikäryhmä oli aliedustettuina tarkastelujakson alussa 3,1 %, mutta kasvoi siten, että tarkastelujakson lopussa vuonna 1997 ikäryhmä oli yliedustettuna yleisöstä 3,8 %. Vanhin ikäryhmä 70 + oli aliedustettuna 2,5 % vuonna 1982 ja vuonna 1997 ikäryhmä oli yliedustettuna 3,4 %.

Edellä esitetyn Bonita Kolbin tutkimusten mukaan klassisen musiikin yleisö on ikääntymässä. Taideyleisön ikääntyminen on todettu myös National Endowment for the Arts (NEA) julkaisemassa 2008 Survey of Public Participation in the Arts (SPPA), joka ilmestyi vuonna 2009. Survey of Public Participation in the Arts tutkimus on tehty jo neljä kertaa, jolloin tarkasteluvuosina ovat olleet 1982, 1992, 2002 ja 2008. Jokaisen, myös viimeisimmän tutkimuksen mukaan, 40-50-vuotiaat osallistuvat todennäköisemmin taiteelliseen toimintaan kuin nuoret aikuiset (NEA 2009, 15).

Tarkasteltaessa teatterin osalta NEA:n (2009) tutkimusta voidaan todeta, että kaiken kaikkiaan teatterissa kävijöiden määrä on laskenut 2,5 % vuodesta 1982 vuoteen 2008. Tarkasteltaessa teatterissa kävijöiden ikäryhmiä, niin erityisesti huomioitavaa on se, että nuorten aikuisten osuus on vähentynyt, kun puolestaan iäkkäämpien osuus on kasvanut. Oheisessa taulukossa on esitetty USA:n aikuisväestön ikäryhmien osuus teatterissakävijöistä tarkasteluvuosina 1982,

1992, 2002 ja 2008. Eniten on vähentynyt 35-44-vuotiaiden osuus teatterissa-kävijöistä. Tämän ikäryhmän osuus ja sekä 25-34-vuotiaiden osuus on ollut koko tarkastelujakson vähenevä, kun muilla ikäryhmillä on nähtävissä välillä vähentymistä ja kasvua.

Ikäryhmä	1982	1992	2002	2008	muutos % (1982-2008)
18-24	10,7 %	13,2 %	11,4 %	8,2 %	- 2,5 %
25-34	12,2 %	12,2 %	10,7 %	9,2 %	-3,0 %
35-44	15,3 %	13,9 %	13,0 %	8,9 %	-6,4 %
45-54	13,4 %	17,2 %	15,2 %	8,7 %	-4,7 %
55-64	11,5 %	14,9 %	13,8 %	12,3 %	0,8 %*
65-74	9,9 %	13,3 %	13,0 %	11,0 %	1,1*
75 +	5,2 %	6,7 %	5,4 %	7,4 %	2,2*

*tilastollisesti merkityksetön

Taulukko 3. USA:n aikuisväestön osallistumisprosentti näytelmiin (non-musical plays) ikäryhmittäin tarkasteltuna vuosina 1982, 1992, 2002 ja 2008. Lähde: NEA 2009, Survey of Public Participation in the Arts.

Bonita Kolbin (2001, 16-18) mukaan aikaisemmissa yleisötutkimuksissa on tul-
lut esille hypoteesi, jonka mukaan ei ole väliä vaikka yleisö olisikin varsin iäkäs-
tä, sillä nuoret alkavat käyttää kulttuuripalveluita kunhan tulevat vanhemmiksi.
On vain odotettava, että nuoret vanhenevat ja he alkavat käyttää palveluita. Na-

tional Endowment for the Arts lähti tutkimuksissaan testaamaan tätä hypoteesia ja selvitti kuinka todennäköistä se oli, että nuoremmat ikäryhmät alkaisivat käyttää palveluita tullessaan iäkkäämmiksi. Tutkimuksen tulokset romuttivat uskomuksen, että aikuisikä toisi automaattisesti kasvavan mielenkiinnon käydä klassisen musiikin konserteissa.

Kolb on tutkinut asiaa erityisesti klassisen musiikin osalta. Tarkastelen seuraavaksi National Endowment for the Artsin tutkimusta Age and Art Participation 1982-1997 teatterin osalta. Seuraavassa taulukossa on tarkasteltu eri ikäryhmien osuutta kaikista teatterissakävijöistä tarkasteluvuosina 1982, 1992 ja 1997. Ikäryhmiä tarkastellaan syntymävuoden perusteella, jolloin voidaan havaita aina tietyn ikäryhmän osuuden muutos kun he ikääntyvät.

	1982	1992	1997
1976-1980			5,0 (+0,4)
1966-1975		10,6 (-4,6)**	14,8 (-2,6)**
1956-1965	22,8 (+0,7)	20,6 (-1,9)**	20,9 (-2,6)**
1946-1955	22,3 (+0,5)	22,1 (+1,8)**	23,7 (+3,0)**
1936-1945	20,5 (+4,5)**	18,7 (+ 4,4)**	15,5 (+2,6)**
1926-1935	15,1 (+0,6)	16,0 (+4,0)**	10,8 (+0,2)
1916-1925	11,6 (-1,3)**	9,6 (-0,4)	7,0 (-0,7)
ennen 1916	7,7 (-5,0)**	2,4 (-3,2)**	2,3 (-0,3)
	100,0	100,0	100,0

Arvot sulkeiden sisässä kuvastavat tutkittavana olevien prosenttimäärien eroa ikäryhmän ”odotettuun” prosenttimäärään koko otoksesta. Eroavaisuudet ovat tilastollisesti merkittäviä kun on viitattu (** $p < 0,01$). Tilastollisesti merkittävä eroavaisuus tarkoittaa että tämän eroavaisuuden todennäköisyys tapahtuu vain kun muutos on vähemmän kuin 5 % ($p < 0,05$) tai vähemmän kuin 1 % ($p < 0,01$), perustuen tähän otokseen.

Taulukko 4. Ikäryhmien prosentuaalinen osuus kaikkiin teatterissakävijöihin verrattuna tarkasteluvuosina 1982, 1992, 1997. Lähde: Peterson, Hull, Kern 2000, 34.

Taulukossa 4 on esitetty teatterissakävijöiden osuuksia kävijöiden syntymävuoden perusteella. Suluissa oleva luku kuvastaa suhdetta ikäryhmän odotettuun prosenttimäärään yleisöstä. Odotettu prosenttiosuus on saatu kun on tarkasteltu saman ikäryhmän osuutta koko väestöstä. Vuonna 1976-1980 syntyneet olivat liian nuoria osallistumaan tutkimukseen ensimmäisinä tarkasteluvuosina 1982 ja 1992. Vuonna 1997 he olivat 17-21-vuotiaita, milloin heidän osuus teatteriyleisöstä oli 5,0 % ja he olivat yliedustettuina 0,4 %. Seuraava ikäryhmä, jotka olivat syntyneet 1966-1975, olivat 17-26-vuotiaita ensimmäisenä tarkasteluvuonna 1992. Tällöin he olivat aliedustettuina 4,6 % ja tarkasteluvuonna 1997 he olivat aliedustettuina 2,6 % ollessaan 22-31-vuotiaita. Vuosina 1956-1965 syntyneet olivat ensimmäisenä tarkasteluvuonna 1982 17-26-vuotiaita. Tällöin he olivat yliedustettuina 0,7 %. Seuraavana tarkasteluvuonna 1992 he olivat 27-36-vuotiaina aliedustettuja 1,9 % ja viimeisenä tarkasteluvuonna he olivat myös aliedustettuina 2,6 % ollessaan 32-41-vuotiaita. Tämän ikäryhmän osuuden muutos teatterikävijöistä kuvastaa sitä, että ikääntyminen ei kasvata kiinnostusta käydä katsomassa teatteriesityksiä.

Vuonna 1946-1955 syntyneet olivat yliedustettuina 0,5 % vuonna 1982, kun he olivat 27-36-vuotiaita. Huomion arvoinen asia on, että vuoden 1955 jälkeen syntyneet ikäryhmät olivat saman ikäisinä aliedustettuina. Tarkasteluvuonna 1992 he olivat 37-46-vuotiaita, jolloin he olivat 1,8 % yliedustettuina ja kasvu jatkui siten, että vuonna 1997 he olivat yliedustettuina 3,0 %, kun he olivat 42-51-vuotiaita. Vuosina 1936-1945 syntyneet olivat ensimmäisenä tarkasteluvuotena 1982 yleisössä yliedustettuina suurimpana prosentuaalisena osana kaikista ikäryhmistä eli 4,5 % kun he olivat 37-46-vuotiaita, 4,4 % kun he olivat 47-56-vuotiaita ja 2,6 % kun he olivat 52-61-vuotiaita. Vuosina 1926-1935-syntyneet olivat vuonna 1982 yliedustettuina 0,6 % ollessaan 47-56-vuotiaita. 1992 he

olivat yliedustettuina peräti 4,0 % ollessaan 57-66-vuotiaita ja vuonna 1997 he olivat yliedustettuina 0,2 % ollessaan 62-71-vuotiaita. Seuraava ikäryhmä, 1916-1925, oli aliedustettuna koko tarkastelujaksolla. Vuonna 1982 he olivat aliedustettuina 1,3 % ollessaan 57-66-vuotiaita, vuonna 1992 0,4 % ollessaan 67-76-vuotiaita ja vuonna 1997 0,7 % ollessaan 72-81-vuotiaita.

Edellä esitettyjä tuloksia verrattaessa Kolbin esittämiin tuloksiin eri ikäryhmien osuuksista klassisen musiikin konsertteihin voidaan todeta kehityksen olleen samansuuntaista. Sekä klassisen musiikin kuin teatterin osalta voidaan todeta, että ikääntyminen ei automaattisesti lisää kiinnostusta kuluttaa näitä kulttuuri-palveluita. Tämän suuntainen kehitys johtaa yleisön ikääntymiseen.

Suomessa vastaavanlaista, yhtä kattavaa tutkimustietoa ei ole kerätty, vaikkakin Suomen tilastokeskus kerää tietoa muun muassa ihmisten vapaa-ajan käyttötottumuksista. Vuonna 2005 ilmestyneessä artikkelikokoelmassa *Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä, Vapaa-ajan muutokset 1981-2002* tarkastellaan teatterissa käyntien määrää kuluneen 12 kuukauden aikana eri ikäryhmissä. On muistettava, että tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimus perustuu haastatteluihin, eikä siis todellisiin kävijälukuihin. Huomioitavaa tuloksissa on, että nuorten teatterissa käyminen on vähentynyt vuodesta 1981 vuoteen 2002. Jos tarkastellaan esimerkiksi kahta eri ikäryhmää; 20-24-vuotiaita ja 55-64-vuotiaita. Vuonna 1981 teatterissa ilmoitti käyneensä yhden kerran edellisen 12 kuukauden aikana 14 % 20-24-vuotiaista, kun vuonna 2001 sama luku oli 11 %. Merkittävämpiä muutoksia on havaittavissa, kun tarkastellaan nuorten teatterissa käyntikertoja. Vuonna 1981 kaksi kertaa 12 kuukauden aikana teatterissa ilmoitti käyneensä 12 % ja vuonna 2002 enää vain 9 %. Suurin vähennys on tapahtunut niin sanotuissa heavy usersseissa eli 3-5 kertaa teatterissa ilmoitti käyneensä 13 % vuonna 1981 ja vuoteen 2002 vähennystä oli tapahtunut 7 %. Verrattaessa 55-64-vuotiaiden ikäryhmään voidaan todeta, että kehitys ei ole ollut samanlaista. Vuonna 1981 teatterissa ilmoitti käyneensä yhden kerran edellisen 12 kuukauden aikana 14 %, 55-64-vuotiaista vuonna 2001 luku oli sama. Tämän ikäryhmän osalta usein teatterissa (6 kertaa tai useammin) ilmoitti käyvän 4 % vuonna

1981, mistä se kasvoi 6 %:iin vuonna 2002. 55-64-vuotiaista ilmoitti 12 % käyneensä 3-5 kertaa teatterissa kuluneen 12 kuukauden aikana. 20-24-vuotiailla tämä sama luku oli puolet vähemmän eli 6 %. (Liikkanen, Hanifi, Hannula (toim.) 2005, 268.)

Suomalainen teatterikenttä ei ole vielä havahtunut yleisön ikääntymiseen ja sen tuomiin uusiin haasteisiin. Vuonna 2006 tehdyn tutkimuksen mukaan, täyskunnallisista teattereista 89 % uskoi yleisön määrän lisääntyvän tulevaisuudessa, kyselyyn vastanneilla yksityisillä teattereilla vastaava luku oli 58 % (Kanerva, Ruusuvirta 2006, 30).

3.2. Maku murroksessa

3.2.1. Bourdieulainen lähestymistapa makuun

Maun ja sosiaalisten erojen tarkastelussa kuuluisin on Pierre Bourdieun teoria, jossa erilaisten ryhmien makuun pohjautuvat hierarkiat ovat pohjana erilaisten elämäntyylien muotoutumiselle ja jatkumiselle. Bourdieun julkaisi vuonna 1984 teoksen *Distinction, a social critique of the judgement of taste*, jossa hän esitteli kritiikkiä herättäneen distinktioteoriansa. Bourdieun distinktioteoria perustuu ajatukseen, että yhteiskunnan eri osa-alueet rakentuvat pelikentän tavoin. Ihmiset toimivat sosiaalisessa maailmassa ja sen eri kentillä vahvistaen niitä ominaisuuksiaan ja sitä pääomaa, joka tällä kyseisellä kentällä on kaikkein arvokkainta. Tarkoituksena on voittojen maksimointi ja pääoman kasaaminen, vaikka ihmiset eivät sitä myöntäisi tai tiedostaisikaan. Kamppailu kulttuurisista makuvalinnoista on yksi keskeinen kamppailun muoto ja sillä pyritään erottautumaan toisista. (Roos 1985, 11-12.)

Yksi Bourdieun keskeisimmistä käsitteistä on habitus, joka muodostuu koko elämän varrella kertyneistä kokemuksista ja sisäistyneistä asenteista ja suhtautumistavoista (dispositiot) (Roos 1985, 11-12). Habitus kuvaa yhteiskunnassa

vallitsevaa toiminta-, ajatus- ja tunnepohjaista järjestelmää, joka ei ole herkkä muutoksille. Tietyn luokan tai ryhmän erilaiset käytännöt, elämäntyyli, pukeutuminen, maut ja tavat harmonisoituvat ja yhdenmukaistuvat, joten eri yhteiskuntaluokissa olevien yksilöiden habitus on erilainen. Perhesuhteiden myötä ihminen kasvaa tiettyyn habitukseen. Yhteiskuntaluokan tai tietyn ryhmän habituksen määrittää symbolinen järjestys, jonka puitteissa ryhmän jäsenet ymmärtävät omia ja toistensa toimintoja. (Sulkunen 1982, 108.)

Laajan empiirisen aineiston pohjalta Bourdieu (1984, 16-17) erottaa kolme erilaista makua, jotka karkeasti noudattelevat jakoa yhteiskuntaluokkiin. Yläluokkaan kuuluvat ne, jotka edustavat niin sanottua legitiimiä makua. Heillä on täydellinen erojen taju ja erottelutietoisuus. Legitiimi maku – hyvä maku – on abstraktia ja itseisarvoista. Sen sisällä tapahtuvat erottelut ovat hyvin hienojakoisia ja yläluokka toimii myös makujen määrääjinä. Keskiluokkaa luonnehtii hyvä kulttuuritahto. Se jäljittelee ja omaksuu yläluokan makua ja käytäntöjä pyrkimyksensä kuitenkin erottautuminen eikä niinkään itseisarvoinen esteettinen nautinto. Keskiluokka elää jatkuvassa epävarmuudessa ja riittämättömyyden tilassa. Työväenluokan populaarin ja naiviin maun osaksi jää välttämättömyyden valitseminen. Rahvas seuraa hyvää ja hallitsevaa makua tyyliä välttämättömyydestä. Maku on käänteisessä suhteessa koulutuksen määrään.

Bourdieun teorian mukaan on olemassa kolmenlaista pääoman lajia: taloudellista, kulttuurista ja sosiaalista. Taloudellinen pääoma määrittyy yksinkertaisesti rahaksi ja varallisuudeksi sekä ominaisuuksiksi, jotka ovat vaihdettavissa rahaksi. Kulttuurinen pääoma voi esiintyä ruumiillistuneessa (esimerkiksi tiedot, taidot ja makutottumukset), objektivoituneessa (esimerkiksi taideteokset, kuten kirjat ja maalaukset) tai institutionaalisessa (esimerkiksi tutkintotodistukset) muodossa. Sosiaalinen pääoma viittaa Bourdieulla resursseihin ja etuihin, joita yksilöt voivat saada sosiaalisten suhteiden, organisaatioiden ja verkostojen kautta. Tiettyyn rajaan asti kaikki kolme pääoman muotoa ovat vaihdettavissa keskenään. (Purhonen, Rahkonen, Roos 2006, 34.)

Kulttuurinen pääoma on keskeinen osa Bourdieun teoriassa. Se koostuu habitukseen sisältyvistä makutottumuksista. Kulttuurisen pääoman käsite sisältää uskon siihen, että ihmiset ovat halukkaita investoimaan niihin arvoihin, joita nämä positiot edustavat. (Salonen 1990, 27.) Eri pääoman muodot saadaan osittain perheen kautta kasvatuksen ja perinnön muodossa, mutta osittain ne hankitaan kentällä taistelussa muiden kentällä toimivien kanssa. Kentälle pääsee sisälle vain omaksumalla kulloinkin vallitsevat säännöt ja osoittamalla hallitsevan sa ne. Uusien tulokkaiden intressissä on pitää huoli siitä, että sääntöjä muutetaan niin, että heidän suhteellinen asemansa paranee, mutta ei niin paljoa, että koko kenttä romahtaa. Todella rajut mullistukset merkitsevät sitä, että jotkut pääoman lajit menettävät täysin arvonsa kun taas aikaisemmin täysin tuntemattomat tulevat arvokkaiksi. (Roos 1985, 12.)

Suomessa Bourdieun teoria oli suosittu erityisesti 1980-luvulla, jolloin J.P. Roos sovelsi Bourdieuta omiin elämäntutkimuksiinsa. Tämän lisäksi hän tutki suomalaista uutta keskiluokkaa Keijo Rahkosen kanssa. He päätyivät tulokseen, että suomalaisen keskiluokan maku ei ole yhtä sofistikoitunut kuin ranskalaisen keskiluokan eikä Suomessa ole yhtä paljon erottautumispyrkimystä kuin Ranskassa. Suomalaisen ja ranskalaisen yhteiskunnan erilaisuutta on pääasiassa selitetty maiden erilaisella historialla. Suomessa sekä talonpojilla että työväestöllä on ollut harvinaisen vahva asema, mikä on heikentänyt makujen sosiaalisesti järjestyneen hierarkian syntymistä. (Sanaksenaho 2006, 37.)

3.2.2. *Kaikkiruokaisuus yleistyy*

Bourdieun teorian mukaan kulttuurinen maku on vahvasti sidoksissa yhteiskuntaluokkiin, sosiaalisiin suhteisiin ja yhteiskunnallisiin hierarkioihin. Tämän suuntainen ajattelutapa koetaan nykyään vanhanaikaiseksi ja makujen muutosta tutkittaessa viitataan usein Richard A. Petersonin, Albert Simkusin ja Roger Kernin tutkimustuloksiin musiikkimakujen kaikkiruokaistumisesta.

Tilastokeskuksen vuoden 2002 vapaa-aikatutkimuksesta saadut tulokset osoittavat, että Suomessa korkeakulttuurinen orientaatio korreloi koulutustason kanssa, mutta yhtäältä nuorimmilla ikäluokilla ja toisaalta korkeimmin koulutetuilla ei ole enää samanlaista tarvetta korostaa suuntautumistaan korkeakulttuuriin. Tämä osoittaa, että korkeakulttuurinen maku ei enää näytä suoraan kytkeytyvän yksilön koulutukseen tai korkeaan asemaan yhteiskunnassa. Erityisesti korkeasti koulutetut suosivat ja harrastavat kyllä edelleen perinteistä korkeakulttuuria, mutta yhteys korkeakulttuurisen maun ja koulutustason sekä korkean yhteiskunnallisen aseman välillä ei enää ole yhtä selvä ja lineaarinen. (Alasuutari 2009, 83.)

Alasuutari (2009, 84) viittaa Petersonin tutkimustuloksiin, joiden mukaan viime vuosikymmenten aikana musiikkimaussa on siirrytty snobismista kaikkiruokaisuuteen. Tällä tarkoitetaan sitä, että korkeakulttuurista taidemakua edustavat eivät enää kuuntele pelkästään klassista taidemusiikkia, vaan sen rinnalla useita populaarimusiikin lajeja. Tämä ei siis tarkoita, että eliitti olisi hylännyt korkeakulttuurin, vaan että se harrastaa sekä taidetta että viihdettä. Tärkeää on huomata, että tällainen asenne erottaa korkeasti koulutetut vähemmän koulutetuista, jotka tyypillisesti kuuntelevat vain yhtä populaarimusiikin lajityyppiä.

Alasuutari (2009, 99-100) päätyy havaintoon, että kaikkiruokaisuus on yleistynyt tapa suhtautua erilaisiin makuihin ja tyyliin, kuten eri maiden kulttuureihin ja näiden ilmenemismuotoihin. Laajemmassa mielessä kaikkiruokaisuus tarkoittaa myös sitä, että perustiedot viihteen ja populaarikulttuurin maailmasta ovat muuttuneet yleissivistykseksi. Kulttuurin asiantuntijalta edellytetään taidemaailman perustietojen ohella tietoa esimerkiksi tv-sarjoista, viihdemaailmasta, urheilusta ja eri maiden ruokakulttuurista. Korkeakulttuuri ei ole kuitenkaan menettämässä arvostustaan eikä korkean ja matalan välinen erottelu jää kokonaan historiaan. Myös kaikkiruokaisilla on arvojärjestyksiä, joihin he sijoittavat erilaiset musiikkilajit ja kulttuurituotteiden lajityypit. Toisin kuin snobistinen taiteen harrastaja, kaikkiruokainen valitsee monenlaisia tuotteita, mutta erottelu korkean ja matalan välillä on silti osa sitä tapaa, jolla hän puhuu näkemästään ja kokemastaan.

Kaikkiruokaisuus ei myöskään tarkoita, ettei maku olisi edelleen tapa ilmaista yhteiskunnallista asemaa ja keino kohota sosiaalisessa hierarkiassa. Nimenomaan kaikkiruokaisuus eli suvaitsevaisuus ja monipuolisuus, ovat nykyään kulttuuripääomaa.

3.3. Nuorten arvot, asenteet ja vapaa-aika

3.3.1. Nuorten arvot ja asenteet muutoksessa

Nuorten arvoista ja asenteista ja niiden muuttumisesta on saatavissa runsaasti tutkimustietoa. Arvojen ja asenteiden muuttuminen voi vaikuttaa kulttuuripalvelujen käytön kiinnostavuuteen. Koska suoraan nuorten kulttuurin liittyvien arvojen ja asenteiden muutosten vaikutuksista kulttuuripalvelujen käyttöön ei ole saatavissa tutkimustuloksia, on tarpeellista tarkastella asiaa arvojen, asenteiden ja elämäntyyli muutosten kautta. Edellä olen esittänyt tilastoja kulttuuripalveluiden yleisöjen ikääntymisestä. Ikääntyminen ei myöskään näytä automaattisesti lisäävän kiinnostusta kulttuuripalvelujen ja tässä tapauksessa erityisesti teatteripalvelujen lisääntyvään käyttöön. Seuraavaksi tarkastelen muutoksia nuorten arvoissa, asenteissa ja elämäntyyliissä sekä näiden vaikutusta kulttuuripalveluiden käyttöön.

Tarkasteltaessa suomalaisten nuorten arvoja ja asenteita on syytä muistaa, että suomalaisen yhteiskunnan suurista muutoksista on vasta varsin vähän aikaa. Selvää on, että nuorten suhtautumiseen kulttuuriin ovat osaltaan vaikuttaneet mm. 1960-luvun kaupungistuminen, vahvasti poliittisesti väritynyt 70-luku ja 80-luvun anarkistinen kapina ja kulutusmyönteisyyden kasvu sekä lisäksi myös muut globaalit muutokset. Näiden muutosten vaikutus sekä nykynuorisossa kuin taaksepäin katsottaessa lähivuosikymmentenkin nuorisossa ja heidän arvois- saan on olemassa. Lisäksi teknologian nopea kehittyminen on tuonut globaal- in maailman lähemmäksi ja avannut uudenlaisia tapoja viettää vapaa-aikaa ja tehdä työtä. Mäenpää (2003, 128-129) toteaaakin, että nuoriso on uusi keskiluokka.

Tarkoittaen tällä sitä, että nuoriso on vienyt keskiluokan paikan väestöryhmänä, joka omaksuu ensimmäisenä kulutustavaroita, -tapoja ja -tyylejä, ja joita muut alkavat matkia. Mäenpää toteaa myös, että samaan aikaan nuoruusaika on pidentynyt molemmista päistään. Laajentunut nuoriso mielletään kiinnostuneeksi ja kyvykkääksi ottamaan vastaan uutuuksia ja omaksumaan niitä osaksi omaa elämäänsä tavalla, joka houkuttaa perässään aikuisempaa väestöä.

Helena Helve (2001, 140-172) on tutkinut nuorten muuttuneita arvoja ja maailmankuvia (mm. väitöstutkimus Nuorten maailmankuva 1987, Nuoret humanistit, traditionalistit ja individualistit 1993, jossa tutkittiin helsinkiläisten ja pohjalaisten 16- ja 19-vuotiaiden asenteita ja arvoja vuosina 1982 ja 1992). Helve toteaa, että aikaisempien ”suurten kertomusten” tilalle ovat tulleet useat pienet ”projektit”. Nykyään nuoret kokoavat maailmankuvalliset aineksensa eri uskonnoista, ideologioista ja uskomuksista. Nuorison keskuudessa on muodostunut erilaisia vaihtoehtoisia alakulttuureja ja nuorisokulttuureja ja näyttääkin siltä, että nuoret elävät maailmassa, jossa ei ole selkeitä ydinarvoja vaan toistensa kanssa kilpailevia arvoja, joista ihmiset valitsevat omien individualististen tarpeidensa mukaan. Helven tutkimusten mukaan suuri osa nuorista ei ole kiinnostunut politiikasta eikä liioin uskonnosta. Nuoret ovat entistä erilaisempia elämäntavoissaan ja he myös hyväksyvät erilaisia elämäntapoja. Vertailevat pitkäikäistutkimukset osoittavat, että yhteistä on myös epäluottamus yhteiskunnallisia instituutioita kuten poliittisia puolueita kohtaan.

Bonita Kolb (2001, 19-20) esittelee London Arts Board (Jupp ja Lawsonin 1997) tutkimuksen, jossa on tutkittu lontoolaisten arvojen muuttumista. Tutkimusaineistoa on kerätty laajasti mm. liike-elämästä, yliopistoista ja muista organisaatioista sekä kirkolta ja Lontoon liikenteeltä. Jo aikaisemmassa tutkimuksessa (Kolb viittaa Inglehartiin 1990) on todettu, että jokainen sukupolvi on materialistisempi kuin edellinen ja näin se tulee olemaan jatkossakin. London Arts Board tutkimustulosten mukaan alle 45-vuotialla lontoolaisilla oli erilaiset arvot kuin yli 45-vuotiailla. 45-vuotiaat ja sitä alle saivat korkeita pistemääriä tarkastellessa kykyä selviytyä muutoksesta ja kykyä olla avoin kansainvälistymiselle, ris-

kinotolle ja jännitykselle. Vanhempiin lontoolaisiin verrattuna he saivat alhaisempia pisteitä seuraavista asioista: teknomusiikkikammo, nurkkakuntaisuus ja myönteinen asenne turvallisuuteen ja auktoriteettiin. Tutkimus myös osoitti sen, että nuoret lontoolaiset eivät määritelleet itseään käyttäen samoja luokituksia kuin vanhemmat lontoolaiset; vanhemmat lontoolaiset puhuivat itsestään ketä he ovat kuin nuoret lontoolaiset määrittivät itsensä sitä kautta mitä he tekevät. Tämä ei tarkoita, että nuoret lontoolaiset eivät olisi tietoisia yhteiskunnallisesta statuksesta, vaan heille status tarkoittaa erilaisten kokemusten omaamista kuin perinteisiä luokituksia kuten työtehtävien tai koulutuksen mukaan tulevaa titteliä. Tutkimuksen mukaan nuoret lontoolaiset eivät luottaneet myöskään perinteisiin instituutioihin, jotka he kokivat auktoriteettimaisina. Näihin kuuluu siis myös kulttuuriset instituutiot ja toimintatavat, kuten klassisen musiikin konsertit, joissa käyminen oli vanhemmille lontoolaisille tapa todistaa heidän arvojaan.

Kolb (2001, 20) toteaaakin, että on mielenkiintoista pohtia mikä vaikutus näiden kahden lontoolaisryhmän erilaisilla arvoilla voisi olla klassisen musiikin konserteissa käymiseen. Arvojen poikkeavuutta toisistaan selittää se, että vanhemmat lontoolaiset ovat syntyneet laman ja toisen maailmansodan aikoihin, joten heidän turvallisuushakuisuutensa ja halukkuus perinteisiin arvoihin on ymmärrettävää. Voitaisiin olettaa, että perinteikkyyttä ja pysyvyyttä viestittävä klassisen musiikin maailma jatkuu vetovoimaisena näille ihmisille, jotka ovat syntyneet sotavuosina. Mikäli nuoremmat lontoolaiset eivät halua vahvistaa statustaan perinteisillä arvoilla, vaan haluavat itselleen uusia kokemuksia, tulevat klassisen musiikin organisaatiot kohtaamaan vaikean haasteen. Nykymuotoinen klassisen musiikin konsertti ei koeta nuorten keskuudessa sellaiseksi, että siitä saa uusia elämyksiä.

3.3.2. Nuorten vapaa-aika ja ajan hallinta

Tarkasteltaessa nuorten vapaa-aikaa ja siihen liittyviä tekijöitä voidaan heti havaita että nuorille sosiaalinen elämä ja sosiaaliset suhteet ovat erittäin tärkeitä

asioita. Ystävät ja kaverit ovat erittäin tärkeässä roolissa nuorten elämässä. Vuoden 2007 nuorisobarometrissä (Myllyniemi 2007, 96-98) todetaan, että nuorten ystävien määrä on hieman kasvanut vuodesta 2002 vuoteen 2007. Varsinkin yli 10 ystävään suhteellisen säännöllisesti yhteydessä olevien 15-29-vuotiaiden osuus on kasvanut selvästi. Vastaavasti korkeintaan kahteen ystävään tai tuttavaan yhteyttä pitävien osuus on puolittunut 10:stä 5 prosenttiin. Nuoret tapaavat ystäviään myös aiempaa useammin. Yli puolet nuorista tapaa ystäviään lähes päivittäin, 39 % noin viikoittain ja tätä harvemmin vain 9 % nuorista. Yhteydenpito ystäviin puhelimitse tai sähköpostilla on vielä kasvokkain tapaamistakin yleisempää. Yhteydenpito puhelimella tai sähköpostilla lähes päivittäin ystäviin on kasvanut 7 % vuodesta 2002 vuoteen 2007. Tästä puuttuvat vielä nuorten uudet yhteydenpitotavat, kuten chattaily, mesetys tai blogit.

Timo Cantell (2006, 8-13) on tutkiessaan kulttuuria kuluttamattomia nuoria aikuisia törmännyt vapaa-ajan käytön ja ajan hallinnan merkitykseen. Normaali arki on monilla nuorilla hyvin pitkälti aikataulutettu ja tämän vuoksi vapaa-aika halutaankin pitää erillään aikataulusituksista. Vapaa-aikana halutaan tehdä asioita hetken mielihoiteesta, eikä niinkään sellaisia asioita, jotka vaativat etukäteissuunnittelua. Erityisesti elokuvat edustavat nuorille spontaaniutta; tarjolla on runsas valikoima ja lippuja on helposti saatavilla.

Vapaa-aikaa halutaan viettää sosiaalisesti ja ilman vaatimuksia muodollisesta käyttäytymisestä. Tällaisia vapaan käyttäytymisen ja yhdessäolon paikkoja ovat esimerkiksi ravintolat. Ravintolaan on helppo mennä ja siellä voi viettää aikaa yhdessä ystävien kanssa. Myös elokuvat ja elokuvakeskukset mielletään paikoiksi, joissa voi vapaa-aikaa viettää sosiaalisesti ja rennosti. Yleensä elokuvakeskukset tarjoavat myös muita palveluita, kuten kahvila- ja ravintolapalveluita.

Vapaa-aikaa vietetään mielellään paikoissa, joissa on tarjolla monipuolisia palveluita. Kimmo Kainulainen (2005, 266-267) puhuu hybridisistä teemaympäristöistä, joilla hän tarkoittaa teemaympäristöjä, joiden sisällöt voivat liittyä samanaikaisesti esimerkiksi viihteeseen, taiteeseen, koulutukseen, ravintolassa käyn-

tiin sekä erilaisten kaupallisten palveluiden ja tavaroiden kulutukseen. Olennaista on se, että nämä hybridiset teemaympäristöt ilmentävät monikäyttöisyyttä, monien arvojen, merkitysten ja tyylien rinnakkaisuutta. Näin ollen hybridisissä teemaympäristöissä toteutuu elämyksellisyyden peruslähtökohta; monien arvojen ja merkitysten rinnakkaisuus.

Nuoret eivät miellä perinteistä kulttuurilaitosta ikäistensä vapaa-ajanviettopaikkana. Näyttäisikin siltä, että kulttuurilaitokset, jotka pystyvät tarjoamaan tiloissaan monipuolisia palveluita ja luomaan mielikuvan niin sanotun matalan kynnyksen paikasta, ovat nuorten näkökulmasta houkuttelevia vapaa-ajanviettopaikkoja. Yhtenä hyvänä esimerkkinä tästä voidaan pitää nykytaiteen museota Kiasmaa, joka on onnistunut houkuttelemaan nuorta yleisöä asiakkaikseen.

3.4. Palvelun käyttöön liittyvien käytännöllisten tekijöiden vaikutukset

Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijöiden syitä voidaan lähestyä myös konkreettisista, käytännöllisistä tekijöistä. Paljon keskustelua ovat herättäneet kulttuuritilaisuuksien lippujen hinnat, aukioloajat, esteettömyys ja palveluiden markkinointi. Näiden tekijöiden huomioiminen palveluntarjoajien näkökulmasta on tärkeää ja usein jokin muutos käytännön tekijöissä saattaa lisätä yleisömääriä, ainakin hetkellisesti. Kuluttajan näkökulmasta näiden asioiden huomioiminen on hyvää palvelua ja siten saattaa jo sinällään lisätä halua tai tietoisuutta käyttää palveluja. Kulttuuripalvelujen käyttöön liittyvistä käytännöllisistä tekijöistä tarkastelen kahta kokonaisuutta eli pääsylippujen hintaa ja teatteripalveluiden markkinointia.

Kulttuuritilaisuuksien lippujen hinnat ja pääsymaksut ovat herättäneet aika ajoin kiivasta keskustelua siitä, että olisiko kulttuurilla enemmän kysyntää, mikäli pääsymaksua ei perittäisi tai mikäli lippujen hinnat olisivat alhaisemmat. Pääsy-

lippujen hintojen tarkastelu juontaa juurensa laajempaan tarkasteluun kulttuuri- palvelujen rahoitusjärjestelmästä, johon liittyy myös kulttuurin arvostukseen liittyvät seikat. Yleisesti ottaen näyttäisi siltä, että pääsylippujen hinta ei ole merkittävin syy kulttuuritilaisuuksien ei-kävijöille, vaikkakin olettamukset lippujen hinnoista voivat olla hyvinkin virheellisiä.

Bonita Kolb (1997, 2000) on tutkiessaan opiskelijoiden kulttuuripalveluiden käyttöä tuonut esille, että usein sisäänpääsymaksujen suuruus on mainittu syyksi esittävän taiteen tilaisuuksissa käymättömyydelle. Kuitenkin tarkempi menojen käsittely on paljastanut, että lippujen hinnat olivat harvoin todellinen este osallistumiselle, vaan opiskelijat saattoivat käyttää enemmän rahaa juhlimiseen esimerkiksi ravintoloissa. Lisäksi Kolbin tutkimusten mukaan opiskelijoilla oli vääränlainen käsitys klassisen musiikin konserttien pääsylippujen hinnoista. Opiskelijat luulivat lippujen olevan paljon kalliimpia kuin ne todellisuudessa olivat. Tutkimukseen osallistuneet nuoret olivat kuitenkin valmiita laittamaan rahaa kalliisiin lippuihin esimerkiksi rock-konserttiin, koska tällöin he tunsivat saavansa rahoilleen vastinetta. Opiskelijat olivatkin enemmän huolissaan siitä, että he pitkästyisivät kulttuuritilaisuudessa kuin siitä, paljonko pääsylippu maksaa. Opiskelijat olivat valmiita osallistumaan kulttuuritilaisuuksiin, mikäli sellaiset tekijät kuten viihtyvyys ja sosiaalisuus oli huomioitu.

Opiskelijoilla on usein vähän rahaa käytettävänä ja heidät luetaankin pienituloisiksi. Francesca Borgonovi (2008, 63-79) on todennut omien tutkimustulosten pohjalta, että sekä pienituloiset kuin keski- ja korkeatuloiset perheet reagoivat lippujen hintojen muutoksiin hyvin samalla tavoin. 10 prosentin hinnan kasvu pudotti saman verran kävijöitä pois kaikista ryhmistä. Tämä tarkoittaa sitä, että mikäli kulttuuripolitiikan tavoite on saada lisää kävijöitä erityisesti pienipalkkaisista väestöryhmistä, lippujen hintojen alentaminen ei ole menestyvä strategia. Pääsylippujen hintojen alentaminen ei tuo yleisöön erilaisia väestöryhmiä lisää.

Pääsymaksun tarpeellisuutta voidaan tarkastella eri näkökulmista. Pääsylipun hinnalla katetaan tuotannosta aiheutuneita kuluja ja siksi on perusteltua pyytää

erisuuruisia pääsylippuja erilaisiin esityksiin. Sisäänpääsymaksujen perimisellä on myös pedagoginen näkökulma; kulttuuripalvelut ovat maksullisia, eivät ilmaisia. Pääsymaksujen perimisellä halutaan myös rajata kohderyhmää. Esimerkiksi osa museoista perinee maksuja siitäkin syystä, etteivät ihmiset arvosta ilmaisia palveluja; pääsymaksuton museo voi muodostua jopa epätoivottujen henkilöiden olohuoneeksi, jonne mennään, kun muualta ajetaan pois (Kaipainen 1999, 53).

Markkinointi voi olla kulttuuripalveluiden tarjoajien kompastuskivi tai hyvin hoidettuna merkittävä voimavara. Hilppa Sorjonen (2001, 3) linjaakin, että yleinen käsitys markkinoinnista on, että se on mainontaa, myynninedistämistä ja aggressiivista myyntiä. Joidenkin mielestä markkinointi ei sovi sellaiselle sofistikoituneelle alalle kuin kulttuuripalvelut. Toisaalta uskotaan markkinoinnin kaikkivoipuuteen eli siihen, että markkinoinnin avulla markkinat voidaan saada hyväksymään mitä tahansa. Sorjosen mukaan markkinointi on enemmän ideologia tai filosofia, joka tulee yhdistää organisaation päätöksentekoon kaikilla tasoilla.

Markkinointi on hyvin kokonaisvaltaista toimintaa. Uusitalo (1999, 141) korostaakin, että nykyisin markkinointi määritellään hyvin suhteiden luomiseksi asiakaisiin ja muihin sidosryhmiin. Markkinoinnin tarkoituksena on auttaa kulttuuriorganisaatioita menestymään siinä tehtävässä, jonka ne ovat valinneet; eritellä keskeistä toiminta-ajatusta, suunnitella omaleimaista identiteettiä ja tuotteita, analysoida toiminta-alan kilpailumarkkinoita, oppia tuntemaan omat asiakkaat sekä valitsemaan omat strategiat. Uusitalo listaa viisi asiaa, joihin myös markkinointi liittyy olennaisena osana:

- 1) Toiminta-ajatuksen ja keskeisen osaamisalueen määrittely. Tämä sisältää usein jo jonkinasteisia valintoja sekä tuotteiden että yleisöjen suhteen.
- 2) Segmentointi. Kuluttajien jakaminen osaryhmiin tai osayleisöiksi, joille mahdollisesti tarjotaan vähän eri tuotteita tai joita lähestytään eri keinoin, tai keskitytään vain tiettyyn segmenttiin.

- 3) Asemointi. Organisaatio valitsee mitä ominaisuuksia se itsessään ja tuotteissaan haluaa korostaa, mitkä ovat sen omaleimaisia, muusta vastaavasta tarjonnasta erottelevia piirteitä.
- 4) Strateginen valinta yleistuottajana toimimisen ja erikoistumisen välillä.
- 5) Kasvustrategia. Uuden yleisön houkuttelu, entisten asiakkaiden käyntitiheyden lisääminen tai ostosuskollisuuden ylläpitäminen ovat toimenpiteitä taloudellisen pohjan laajentumiseksi tai yleisöjen kasvattamiseksi jatkuvuuden turvaamiseksi.

Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijöitä tutkiessa on noussut esille erityisesti markkinoinnin merkitys. Mielosen (2006, 52, 69) mukaan tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset kokivat, että klassisen musiikin konserttien markkinointi ei koskettanut heitä ja että markkinointi oli kohdennettu sellaisille, jotka jo kävivät konserteissa. Eräs haastateltavista totesi, että klassisen musiikin mainokset ovat kuin kuolinilmoituksia verrattaessa niitä muihin mainoksiin.

Kolb (2005, 3-4) korostaa, että kulttuuriorganisaatioiden on markkinoinnissaan ymmärrettävä, että asiakkaat tekevät valintoja sisäisten tarpeiden pohjalta, eikä eri taidelajien ulkoisten erityispiirteiden pohjalta. Nykypäivänä kulttuuriorganisaatioiden onkin tiedettävä enemmän kuin pelkästään markkinoinnin perusteet. On osattava tehdä markkinointisuunnitelma, joka pitää sisällään uusia tuote- ja markkinointiviestintästrategioita ja joka on samalla kohdistettu oikeille kohderyhmille. Kulttuuriorganisaatioiden on tarkasteltava kriittisesti ulkoisen toimintaympäristön muutoksia, kuten kiristyvää kilpailua kuluttajien ajasta ja rahasta, muutoksia yleisön mieltymyksissä ja muutoksia rahoituksessa sekä yleisiä talouden suhdanteisiin liittyviä muutoksia. Lisäksi kulttuuriorganisaatioiden tulee käyttää markkinoinnissaan enemmän teknologiaa vastatakseen yleisön odotuksia.

3.5. *Motivaatio taiteen kokemiseen*

Tarkasteltaessa taiteeseen ja taiteen vastaanottoon liittyviä asioita ei voida välttyä käsittelemättä taidetta kokemuksena ja siitä miten kokemus voi vaikuttaa eikävijöihin. Taiteen kokeminen on hyvin yksilöllistä ja ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa tapaa kokea taidetta. Taidekokemusten ja -elämysten hankkimiseen liittyy vahvasti yksilön motivaatio; mikäli motivaatiota ei ole, ei ole todennäköisesti taidekokemustakaan. Seuraavaksi esittelen Riitta Kerttulan (1988) teoksessaan *Teatteriesitys kommunikaatiotapahtumana* esille tuomaa kolmea päämotiivia, jotka kannustavat yksilöä teatterissa käymiseen. Kerttula puhuu yksilön motiiveista palkintoina. Teatteriesitys tarjoaa tietynlaisia palkintoja, joita yksilöt hakevat ja täten ilmaisevat oman käyttäytymisensä päämääriä.

Kerttulan (1988, 13-14) mukaan tiedollis-älyllinen palkinto liittyy siihen, että teatterilla voi olla tehtävänä asioista kertominen, tiedon ja ymmärryksen lisääminen. Teatterin tehtävänä on historiasta, luonnosta ja olemassa olevista asioista kertominen sekä kasvattaminen ja opettaminen. Teatterissa käymiseen motivoi uusien näkökulmien avaaminen, uusien virikkeiden saaminen ja ennakkoluulojen poistaminen. Toinen palkinto on tunteisiin ja elämyksiin perustuva palkinto, joka liittyy siihen, että teatteri voi viihdyttää, tuottaa esteettisiä tai emotionaalisia elämyksiä ja irrottaa arjesta. Teatterista voidaan hakea puhtaasti ajanvietettä ja katsojalle saattaa olla teatteriesityksen kommunikaation luonne tärkeämpi kuin sanoman tarkka sisältö.

Kolmas motiivi on Kerttulan (1988, 14-15) mukaan yhteisöön tai ryhmään liittävä tai erottava palkinto. Tämä tarkoittaa sitä, että teatteri tuottaa mahdollisuuksia sosiaaliselle samaistumiselle tai erottautumiselle, se voi voimistaa uskottavuutta ja itseluottamusta. Joskus katsojan samaistuminen teatteriesitykseen voi olla hyvin voimakasta ja tuoda muistoja mieleen omasta menneisyydestään (esim. Linko 1986, 76-77). Teatteri voi toimia myös sosiaalisen kanssakäymisen väliinäänä, teatteriesitystä mennään usein katsomaan ystävän tai ystävien kanssa, perheen kesken tai ryhmän mukana (Lahtinen 1998, 36-37; Linko 1986, 54).

Swanson, Davis ja Zhao (2008,300-323) ovat tutkineet kuutta potentiaalista motiivia käydä katsomassa esittävää taidetta ja näiden motiivien suhdetta demografisiin tekijöihin ja käyttäytymiseen perustuviin valintoihin. Nämä kuusi motiivia käydä katsomassa esittävää taidetta ovat esteettisyys (esteettiset arvot), koulutus (halu oppia lisää taiteesta), eskapismi (pako päivittäisistä rutiineista), viihtyminen, itsetunnon kohotus ja sosiaalinen vuorovaikutus. Tutkimustulosten mukaan neljä motiivia (esteettisyys, koulutus, viihtyminen ja itsetunnon kohotus) liittyivät merkittävästi esittävän taiteen käyntikertojen määrään kuluneen vuoden aikana ja niiden vuosien määrään, minkä aikana on käynyt esittävän taiteen esityksissä. Tulokset osoittivat myös merkittävää yhteyttä demografisten muuttujien ja esteettisyys-, koulutus- ja viihtymis-motiivien välillä. Tämä tarkoittaa sitä, että kun esittävän taiteen palveluita kehitetään, on otettava huomioon sen taiteelliset, koulutukselliset ja viihdyttävät tavoitteet.

4. METODOLOGIA

4.1. *Kvalitatiivinen lähestymistapa*

Tutkittaessa kulttuuripalveluiden ei-kävijöitä ja heidän kokemuksiaan ja mielipiteitään, on perusteltua käyttää kvalitatiivista lähestymistapaa. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (1997, 161) määrittelevät, että kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohdiana on todellisen elämän kuvaaminen ja tutkimuskohteen kokonaisvaltainen tarkastelu. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on pyrkimyksenä löytää ja paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia (totuus) väittämiä. Varto (1992, 23-24) puhuu elämismaailmasta eli ihmisen maailmasta, joka on laadullisen tutkimuksen kohteena. Laadullisessa tutkimuksessa elämismaailmaa tarkastellaan merkitysten maailmana, jossa merkitykset ilmenevät ihmisen toimina, päämäärien asettamisina, suunnitelmina, yhteisöjen toimina ja muina vastaavina ihmisestä lähtöisin olevina ja ihmiseen päätyvinä tapahtumina.

Tutkimuksestani löytyvät kvalitatiivisen tutkimuksen erityispiirteet, joita Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (1997, 165) ovat määritelleet seuraavasti:

- Tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, ja aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa.
- Suositaan ihmistä tiedon keruun instrumenttina.
- Käytetään induktiivista analyysia.
- Aineiston hankinnassa käytetään laadullisia metodeja.
- Valitaan kohdejoukko tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotoksen menetelmää käyttäen.
- Tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edetessä.
- Käsitellään tapauksia ainutlaatuisina ja tulkitaan aineistoa sen mukaisesti.

Pyörälä (1995, 13-17) tuo esille kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen eroja. Kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonintressi on ymmärtävä kun kvantitatiivisen tutkimuksen tiedonintressi on selittävä. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto on tutkimusaiheen kannalta kiinnostavaksi arvioitu ”siivu” yhteiskunnasta kuin varsinainen ”otos”. Tämä siivu on kohderyhmä, jonka elämässä oletetaan tiivistyvän tutkimusaiheen kannalta kiinnostavia piirteitä.

Myös validiteetti- ja reliabiliteettikysymykset asettuvat kvalitatiivisessa tutkimuksessa eri tavalla kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Pyörälän (1995, 13-17) mukaan validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä sillä on tarkoitus mitata. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa validiteettikysymys liittyy otannan edustavuuteen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa validiteettikysymys on teoreettinen ja monivaiheinen. Ensinnäkin se liittyy kohderyhmän paikantamiseen ja tutkijan kykyyn rakentaa toimiva tutkimusasetelma. Toiseksi validiteettikysymys liittyy tutkimuksessa syntyvän tulkinnan paikansäilyvyyteen eli siihen päteekö esitetty tulkinta koko tutkimusaineistossa ja myös siinä ympäristössä, jota on haluttu tutkia. Tutkijan tulee myös pystyä arvioimaan tulkintojen yleistettävyyttä eli sitä, miten tutkimuksen tulokset pätevät yhteiskunnallisessa todellisuudessa. Reliabiliteetilla eli luotettavuudella viitataan käytetyn tutkimusmenetelmän kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa reliabiliteetilla tarkoitetaan aineiston käsittelyn ja analyysin luotettavuutta.

Lähestyn tutkimuksessani nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyyttä ilmiönä, johon vaikuttavat monet tekijät. Tutkimukseni tarkastelukulma on fenomenologinen. Fenomenologia on oppi ilmiöstä, eli kyseessä on filosofian haara, joka on kiinnostunut ilmiöistä ja ilmiöiden tutkimisesta (Metsämuuronen 2008, 18).

Fenomenologia on tieteen suuntaus, joka tutkii tietoisuuden rakenteita havaintokokemuksessa. Tieto on aina yhteydessä inhimilliseen älylliseen toimintaan ja siksi ilmiön omaa olemusta ei voida saavuttaa sellaisenaan. Havaitseminen on

tarkoituksellinen tilanne, jossa havaitaan aina joku joksikin niin, että havainto käsitteellistää kohteensa. Ilmiö tarkoittaa tietoisuuden kohdetta. Kohde voi olla puolestaan jotain, josta on tietoa, luuloja ja mielikuvia. Fenomenologia sopii menetelmänä sellaisten ilmiöiden tutkimiseen, joita on tutkittu vähän tai dynaamisten tai prosessinomaisten ilmiöiden tutkimiseen, joita on ajallisesti vaikeastaattisesti pysäyttää. Fenomenologia sopii myös sellaisten ilmiöiden tutkimiseen, joista tarjolla oleva tieto osoittautuu olevan vahvasti esioletusten värittä-mää tai on niin sanottua hiljaista tietoa. (Judén-Tupakka 2007, 62-65.)

Fenomenologiassa korostuu, että ilmiön tärkein tehtävä tutkimuksessa on saada tutkija suoraan itse asiaan, vailla etukäteen lukkoonlyötyjä teorioita tai käsitteitä (Varto 1992, 86). Tutkimukseni kysymyksenasettelu ei ole kovin yleinen, joten aikaisempaa tutkimustietoa juuri kyseisestä aiheesta ei ollut paljoa saatavissa. Pyrin tutkimuksessani olemaan avoin uusille näkemyksille ja merkityksille, joita tutkimusprosessin aikana tulisi esiin. Tämä on hyvin haasteellista tutkijalle, koska hänelle muodostuu tietty ennakkokäsitys tutkimusongelmaa hahmotettaessa ja tämä mielikuva voi ohjata tutkijaa liikaakin pysymään oletetuissa näkemyksissä aiheesta.

4.2. Aineiston hankintaprosessi

Lähtökohtaisesti tutkittavien ryhmä tuli koostua koulutetuista nuorista aikuisista, koska koulutus ja kulttuurin käyttö korreloivat toisiaan. Tämän vuoksi lähdin etsimään tutkimukseen osallistuvia Oulun yliopiston opiskelijoista. Lähetin yliopisto-opiskelijoille sähköpostiviestin syyskuussa 2009. Viestissä pyysin tutkimukseen halukkaita osallistujia ottamaan minuun yhteyttä. Erityisesti korostin tutkimukseen osallistuvien teatteripalvelujen käytön vähäisyyttä. Kahden viikon aikana sain kaiken kaikkiaan 24 vastausta, joista valitsin haastatteluryhmään 10 henkilöä. Haastatteluryhmään valitsin ensisijaisesti miehiä ja sellaisia henkilöitä, jotka olivat käyttäneet teatteripalveluita harvoin tai eivät juuri lainkaan. Lisäksi valitsin eri koulutustaustan omaavia henkilöitä. Yllätyin tutkimuksen herättämäs-

tä kiinnostuksesta opiskelijoiden keskuudessa. Tavoitin tutkimukseen osallistuvat opiskelijat opiskelijajärjestöjen ja kiltojen tiedotusvastaavien kautta.

Varsinaisen haastattelutilaisuuden pidin 19.11.2009, johon saapui ennakoilmoittautumisista ja varmistusyhteydenotoista huolimatta vain viisi henkilöä; yksi mies ja neljä naista. Kahden opiskeluala oli lääketiede, kaksi haastateltavaa opiskeli taloustieteitä ja yksi tietojenkäsittelytiedettä. Iältään haastateltavat olivat 19-24-vuotiaita. Haastateltavat olivat käyneet teatterissa keskimäärin kerran vuodessa tai harvemmin. Haastateltavilla oli ollut ja osalla oli edelleen kulttuuriin liittyviä harrastuksia, esimerkiksi musiikkia ja näyttelemistä.

Hyvissä ajoin ennen haastattelutilannetta lähetin haastateltaville sähköpostilla taustatietolomakkeen, jonka pyysin palauttamaan minulle täytettynä. Taustatietolomakkeessa kysyin haastateltavien ikää, opiskelualaa, asuinpaikkaa, asuimuotoa, aikaisempia kulttuuriharrastuksia, yleisiä kulttuuripalveluiden käyttötottumuksia ja lisäksi suostumusta haastattelutilanteen videointiin. Taustatietolomakkeiden avulla pääsin tutustumaan haastateltaviin etukäteen hieman tarkemmin.

Tutkimusta varten olin valinnut katsottavaksi näytelmäksi Laura Ruohosen kirjoittaman ja Atro Kahiluodon ohjaaman Sotaturistit. Valitsin Sotaturistinäytelmän sen vuoksi, koska näytelmäteksti edustaa suomalaista nykynäytelmäkirjallisuutta ja on myös palkittu. Lisäksi näytelmää esitettiin teatterin suurella näyttämöllä, joka mahdollistaa toiminnallisuuden lavalla ja toisaalta suuren näyttämön katsomo on suurempi ja täten osallistujat pääsivät kokemaan suuren näyttämön teatterikokemuksen, joka on hyvin erilainen kuin esimerkiksi pienillä näyttämöillä. Sotaturistit-näytelmä myös vaikutti aiheeltaan puhuttelevalta ja ajatuksia herättävältä.

Sotaturistit-näytelmä kertoo siitä, kuinka elokuussa 1854 Tukholmasta lähti viisi höyryristeilijää täynnä ruotsalaisia sotaturisteja huviretkelle Suomeen katsomaan, kuinka Krimin sodan liittoutuneiden armeija pommitti naapurikansaa. Tu-

ristien matkaohjelmaan kuului paitsi eturivin paikka kansainväliset mitat täyttävässä taistelussa mm. mahdollisuus ruokkia sotavankeja. Sotaturisteissa on kyse katsomisesta, näkemisen himosta. Miksi ihminen haluaa katsoa mitä tapahtuu, jos antaa kohtalon viedä ja rakkauden sokaista? Miten kaaos ja kärsimys voi aiheuttaa sellaista riippuvuutta, ettei oma arki tunnu niiden jälkeen mitään? Onko se, mitä kutsutaan pahuudeksi vain mielikuvituksen puutetta? (teatteri.ouka.fi.) Edellä kuvattu näytelmän aiheen puhuttelevuus oli perustelunani juuri kyseisen näytelmän valinnalle.

Laura Ruohonen on yksi merkittävimmistä näytelmäkirjailijoistamme. Hän sai Suomen Näytelmäkirjailijaliiton jakaman parhaan kotimaisen näytelmän Leapalkinnon vuonna 2008 näytelmästään Sotaturistit. Palkinto myönnetään näytelmän (ei esityksen) perusteella kirjailijalle. Palkintoraati perusteli valintaansa muun muassa seuraavalla tavalla: Laura Ruohosen Sotaturistien mukana astumme sisään outoon maailmaan: ollaanko nykyajassa vai menneessä, kenties molemmissa? Onko tämä totta, leikkiä vai kumpaakin? Puhuuko kirjailija oikeasta elämästä vai piinaavasta pilapiirroksesta, molemmista? Sotaturistit on näytelmäkirjallisuudessa hyppy uudenlaiseen historian, nykyajan ja mielikuvituksen maailmaan, jonka kiihko herättää älyn ja aistit. Se haastaa katsojan tai lukijan kanssaan pohtimaan ihmisyyttä ja sen ehtoja. Tinkimättä, myötäilemättä Sotaturistit leviää eteemme ravistelevana freskona. (www.teak.fi.)

4.3. Ryhmäkeskustelu tutkimusmetodina

Tutkimusaineiston hankin haastattelemalla opiskelijaryhmää kaksi kertaa; ennen esitystä ja esityksen jälkeen. Tutkimushaastattelut olivat ryhmäkeskusteluita. Haastattelun aiheet olin valinnut etukäteen silmällä pitäen niitä teemoja, joita oli aikaisemmissa vastaavanlaisissa tutkimuksissa noussut esille. Lisäksi pyrin olemaan avoin uusille näkemyksille. Keskustelutilaisuutta elävöitin kahdella tapaa. Ensinnäkin olin tuonut tilaisuuteen erilaisia aikakauslehtiä, joiden avulla osallistujat kokosivat kollaasin tyypillisestä teatterissa kävijästä. Kollaasin teke-

minen ja omasta työstä kertominen rentoutti tilannetta ja antoi myös syvällistä tietoa osallistujien näkemyksistä ja mielikuvista. Toinen keskustelua elävöittävä elementti oli erilaisten teatterin markkinointimateriaalien arvioiminen. Kuvallisten viestien kautta osallistujat pääsivät helposti näyttämään millainen markkinointi puhuttelee heitä ja millainen ei.

Valitsin haastattelumenetelmäksi nimenomaan ryhmäkeskustelun, sillä haastateltavat muodostivat homogeenisen ryhmän taustatekijöiden valossa eli haastateltavat olivat nuoria aikuisia ja opiskelivat Oulun yliopistossa. Valitsin ryhmäkeskustelun myös sen vuoksi, että haastateltavat saisivat tilaisuuteen ryhmän tuen ja mahdollisimman välittömän ja osallistumiseen kannustavan ilmapiirin. Ryhmän läsnäolo mahdollisti sen, että ensi kertaa teatteriin tulevan ei tarvinnut tulla tilaisuuteen yksin vaan hän tiesi, että siellä olisi muitakin. Lisäksi ryhmäkeskustelussa menetelmänä korostuu sosiaalisuus ja valinnanvapaus, sillä haastateltavilla on mahdollisuus osallistua keskusteluun haluamallaan aktiivisuudella. Ryhmäkeskustelu oli myös tehokas aineistonhankintamenetelmä, sillä yhdellä kertaa sain useamman henkilön näkemykset ja mielipiteet taltioitua.

Anu Valtonen (2005, 223-226) kuvaa ryhmäkeskustelun ja ryhmähaastattelun eroja seuraavasti. Ryhmäkeskustelun ero ryhmähaastatteluun on se, että ryhmähaastattelussa vuorovaikutus painottuu vetäjän ja kunkin osallistujan välille. Ryhmän vetäjä tekee tavallaan yksilöhaastatteluja ryhmätilanteessa esittäen tietyn kysymyksen vuorotellen kaikille osallistujille. Ryhmäkeskustelussa vetäjä taas pyrkii tietoisesti saamaan aikaan osallistujien välistä vuorovaikutusta. Vetäjä ikään kuin tarjoilee tiettyjä tutkimuksen kohteena olevia teemoja osallistujien keskenään keskusteltaviksi ja kommentoitaviksi. Tämä voi tapahtua kysymysten kautta, mutta myös erilaisten virikemateriaalien kautta. Ryhmäkeskustelun käytötapa on pyrkiä selvittämään osallistujien mielipiteitä ja asenteita keskustelun kohteena olevaa ilmiötä kohtaan. Tämän tyyppisissä tutkimuksissa asenteet ja mielipiteet usein ymmärretään yksilön omimmaksi omaisuudeksi, jotka hän joko luovuttaa tai ei luovuta muiden nähtäväksi riippuen vetäjän taidosta: hyvä

vetäjä osaa luoda sellaisen ilmapiirin, jossa kukin voi vapaasti ilmaista todelliset mielipiteensä.

Ryhmäkeskustelun käyttö tutkimusmetodinä on luonteva ja helppo tilanne osallistujille, vaikka haasteena on saada ryhmä toimimaan ja ryhmän jäsenet luottamaan toisiinsa sekä vetäjään. Oman kokemukseni pohjalta ryhmäkeskustelu on myös haastava metodi kokemattomalle tutkijalle, koska hänen pitää pystyä heittäytymään tilanteeseen, mutta samalla pitää kiinni aikataulusta ja pitää huoli siitä, että tietoa saa riittävästi. Tutkija ei saa liikaa ohjailta osallistujien mielipiteitä, mutta pitää antaa kuitenkin riittävästi syötettä keskusteluun. Erilaiset keskustelua elävöittävät tiedonkeruutavat, kuten esimerkiksi kollaasin tekeminen, ovat tutkimuksen kannalta antoisia ja sisältöä rikastuttavia. Ryhmäkeskustelun onnistumisen haasteena voi olla myös se, että yksilö voi taipua ryhmän mielipiteeseen, eikä näin tutkija saa riittävän kattavaa tai riittävän syvällistä tietoa.

Nauhoitin ryhmäkeskustelut videolle. Tämä auttoi litterointivaiheessa identifioimaan kuka osallistujista oli äänessä. Lisäksi minulla oli kaksi henkilöä tekemässä muistiinpanoja varsinaisissa haastattelutilanteissa. Ensimmäinen ryhmäkeskustelu kesti noin 1,5 tuntia ja toinen noin tunnin.

4.4. Aineiston analyysi

Laadullisessa analyysissä puhutaan usein induktiivisesta ja deduktiivisesta analyysistä. Tämä jako perustuu tulkintaan tutkimuksessa käytetystä päättelyn loogiikasta, joka on joko induktiivinen (yksittäisestä yleiseen) tai deduktiivinen (yleisestä yksittäiseen) (Tuomi, Sarajärvi 2009, 95). Päättely voi olla myös abduktiivista. Abduktiivinen päättely perustuu induktiiviseen päättelyyn, mutta käyttää hyväksi myös deduktiivista päättelyä (Cohen, Manion 1994, 3). Tutkimukseni analyysi on abduktiivista eli aineiston analyysi vuorottelee induktiivisen ja deduktiivisen välillä. Abduktiiviseen päättelyyn saattaa antaa sysäyksen jokin aineistosta nouseva johtolanka, tutkijan oma ajattelu tai intuitio. Jos johtolan-

kaan ei löydy kyllin selkeää vastausta aineistosta, tutkijan on systemaattisesti saatava vastaus esille abduktion avulla. (Grönfors 1985, 36-37.) Lähestyn tutkimusongelmaa yksittäisen henkilön näkökulmasta ja tutkin yksilöllisiä valintoja, joita tutkimukseen osallistuvat henkilöt ovat tehneet ja tekevät. Linkitän yksilölliset valinnat teoriaan ja pyrin löytämään tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden yksilöllisiä näkemyksiä ja mielipiteitä aiheeseen liittyvistä ilmiöistä. On kuitenkin muistettava, että tutkimukseni edustaa pientä siivua koko joukosta, eikä täten saatuja tutkimustuloksia voida yleistää kaikkia nuoria aikuisia koskettaviksi.

Tuomen ja Sarajärven (2009, 91) mukaan sisällönanalyysiä voidaan pitää perusanalyysimenetelmänä ja sitä voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Sisällönanalyysia voidaan pitää paitsi yksittäisenä metodina myös väljänä teoreettisena kehyksenä, jota voidaan liittää erilaisiin analyysikonaisuuksiin. Useimmat eri nimillä kulkevat laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmät perustuvat periaatteessa tavalla tai toisella sisällönanalyysiin, jos sisällönanalyysilla tarkoitetaan kirjoitettujen, kuultujen tai nähtyjen sisältöjen analyysia väljänä teoreettisena kehyksenä. Tutkimukseni sisällönanalyysi on nimenomaan teoreettinen kehys, jonka sisällä olen analysoinut aineistoa eri tavoin.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tyypillistä, että analyysia tehdään koko tutkimusprosessin ajan, eikä analyysia voida siis erottaa omaksi erilliseksi vaiheeksi (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 1998, 218). Aineistoa voidaan myös analysoida monin tavoin. Tutkimuksessani analysoin tutkimustuloksia aluksi aineistolähtöisesti, mutta analyysin loppuvaiheessa suuntaan analyysin teoriaohjaavaksi. Tuomi ja Sarajärvi (2009, 95-97) mukaan teoriaohjaavassa analyysissä on teoreettisia kytkentöjä, mutta ne eivät pohjautu suoraan teoriaan tai teoria voi toimia apuna analyysin etenemisessä. Teoriaohjaavassa analyysissa aikaisempi tieto ohjaa ja auttaa analyysia valikoivasti. Analyysista on tunnistettavissa aikaisemman tiedon vaikutus, mutta aikaisemman tiedon merkitys ei ole teoriaa testaava, vaan pikemminkin uusia ajatusuria aukova. Puolestaan aineistolähtö-

sessä analyysissä avainajatus on se, että analyysiyksiköt eivät ole etukäteen sovittuja ja harkittuja. Aikaisemmillä havainnoilla, tiedoilla tai teorioilla tutkittavasta ilmiöstä ei pitäisi olla mitään tekemistä analyysin toteuttamisen tai lopputuloksen kanssa, koska aineiston oletetaan olevan aineistolähtöistä.

Tuomi ja Sarajärvi (2009,108) esittelevät Milesin ja Hubermanin induktiivisen aineiston analyysin kolmivaiheisen prosessin, johon kuuluvat seuraavat vaiheet: 1) aineiston redusointi eli pelkistäminen, 2) aineiston klusterointi eli ryhmittely ja 3) abstrahointi eli teoreettisten käsitteiden luominen.

Tutkimustulosten analysoinnissa etenen edellä esitettyjen vaiheiden mukaisesti eli olen pelkistänyt litteroidun aineiston siten, että olen jättänyt siitä pois sellaisia osia keskustelusta, jotka eivät kuulu tutkimukseeni. Lisäksi olen myös jäsentänyt aineistoa eri teemojen alle. Olen valinnut käsiteltävät teemat etukäteen, mutta olen ollut avoin uusien teemojen syntyemiselle aineiston hankinnan aikana. Teemojen valikointiin on vaikuttanut aikaisemmat tutkimukset ja havainnot tutkimusaiheestani, joten tässä mielessä analysointini on teoriaohjautuvaa. Viimeisessä vaiheessa olen nostanut merkittävimmät tulokseni käsitteelliselle tasolle, jotka tuon esille analyysin yhteydessä. Teoreettiset käsitteet ovat syntyneet empiirisen tutkimuksen ja aiheeseen liittyvän kirjallisuuden pohjalta. Keskeisimpiin tutkimustuloksiin ja niiden abstrahointiin olen keskittynyt johtopäätöksissäni.

5. TUTKIMUSTULOKSET ESITTELY JA ANALYSOINTI

Esittelen seuraavaksi tutkimukseni empiirisen osan tulokset. Tulokset on esitelty ja analysoitu teemoittain. Teemojen valitsemiseen ovat vaikuttaneet aikaisemmat tutkimukset, erityisesti Kolbin (2000) ja Cantellin tutkimukset (esim. Mielonen 2003). Käsiteltävät teemat ovat vapaa-aika, merkittävät kulttuurielämykset, sosiaalinen näkökulma teatterissa käymiseen, spontaanius, paikka, mielikuva teatteriyleisöstä, lippujen hinnat suhteessa sisältöön ja markkinointi. Esityksen jälkeen käytävät teemat olivat osittain samoja, mutta lisäksi käsittelin teatterissa käymisen kokonaiskokemusta, teatteriin liittyviä muita aktiviteetteja ja kehittämisideoita. Suorissa lainauksissa olen käyttänyt kirjaimia M (mies) ja N (nainen) ja ikää osoittava luku kuvaamaan vastaajaa.

5.1. *Ensimmäinen ryhmäkeskustelu ennen esitystä*

Seuraavaksi esittelen ennen esitystä pidetyn haastattelun teemat ja tulokset sekä analysoin tuloksia samassa yhteydessä.

5.1.1. *Vapaa-aika – spontaania yhdessäoloa*

Tutkimukseen osallistuvat nuoret aikuiset viettävät vapaa-aikaa kavereiden ja ystävien kanssa, he harrastavat liikuntaa ja käyvät elokuvissa. Tärkeää on, että opiskelun vastapainoksi vapaa-aikaa ei käytetä opiskeluun verrattavaan tekemiseen, vaan vapaa-ajalta haetaan rentoa yhdessäoloa. Ideaaliin vapaailtaan kuuluu kavereiden seura, jonka lisäksi jokin yhteinen tekeminen, kuten jalkapallo-ottelun katsominen ravintolassa, kävelylenkki, saunominen tai viinin maistelu.

Kellään haastateltavista ei ollut lapsuudessa tapana käydä teatterissa perheen kanssa. Teatterikokemukset ovat syntyneet koulun kautta kun on käyty katso-

massa koululaisille suunnattuja teatteriesityksiä. Haastateltavista yksi harrastaa nykyään aktiivisesti musiikkia, yksi ei ole koskaan harrastanut mitään kulttuuriharrastusta ja kolmella haastateltavista on ollut alakouluikäisenä erilaisia kulttuuriharrastuksia, kuten näytteleminen, klassisen kitaramusiikin soittaminen, klarinetin ja pianon soittaminen sekä kuorolaulu. Haastateltavat käyvät teatterissa keskimäärin kerran vuodessa, keikoilla (muu kuin klassinen musiikki) haastateltavat käyvät muutaman kerran vuodessa, minkä lisäksi he osallistuvat erilaisiin kulttuuritapahtumiin (esim. festivaalit) 1-2 kertaa vuodessa. Elokuvin haastateltavat käyvät 2-10 kertaa vuodessa. Lisäksi yksittäisiä mainintoja saivat kulttuuripalvelut, joita haastateltavat käyttävät, olivat klassisen musiikin konsertit, kirjaston taidenäyttelyt ja stand up –keikat.

Haastateltavien mukaan teatterissa käymiseen liittyy olennaisesti oman vapaa-ajan aikatauluttaminen, jota ei haluta tehdä. Teatterissa käyminen vaatii etukäteissuunnittelua ja se tuntuu työläältä. Haastateltavat kokivat, että kalenterissa olevasta vapaa-ajan menosta voi tulla helposti stressiä ja siksi haluavat viettää vapaa-aikaansa ilman aikataulupaineita ja ilman suorittamispaineita.

N22v: Kun merkkaa jonku asian kalenteriin, niin siitä tulee niinku tekemätön homma, mulla ainakin kun merkkaa kalenteriin, et nyt on töitä, nyt on tentti, nyt pitää tehdä tää ja tää ja sitten siellä on kolme tuntia varattuna, että käyvvään suorittamassa tää teatteriesitys pois (naurua).

Tutkimukseen osallistuneet nuoret halusivat viettää vapaa-aikaa yhdessä ystävien ja kavereiden kanssa. Vapaa-ajan vietossa tärkeintä oli sosiaalisuus ja jokin mielekäs tekeminen, jota toteutettiin yhdessä muiden kanssa. Saadut tulokset vastaavat Kolbin saamia tuloksia tutkiessaan nuorten aikuisten vapaa-ajanviettotapoja. Kolbin (2000, 3) tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset olivat toivoneet vapaa-ajaltaan hauskuutta (fun), jonka he olivat määritelleet yhdessäoloksi ihmisten kanssa ja nauramista. Usein mainittiin vapaa-ajan vietoiksi pubeissa tai tanssiklubeilla käynti. Erityisen tärkeää on mahdollisuus tavata uusia ihmisiä ja erityisesti vastakkaisen sukupuolen edustajia.

Tutkimukseeni osallistuneilla nuorilla ei ollut tapana käydä lapsuudessa teatterissa vanhempien tai muiden lähisukulaisten kanssa. Tämä voi osaltaan vaikuttaa teatteripalveluiden käytön aktiivisuuteen aikuisena. Rebecca Scollen on tutkimuksissaan tuonut esille, että ei-kävijöille on tyypillistä se, että he eivät ole viettäneet aikaa sellaisten ikäistensä tai perheen kanssa, jotka käyvät teatterissa, eikä ei-kävijöitä ole myöskään rohkaistu tekemään niin (Scollen 2008a, 6).

Vapaa-ajan pitäminen vapaana aikatauluista oli tärkeää tutkimukseeni osallistuneille nuorille. Vapaa-ajan viettämisessä tärkeää on säilyttää spontaaniuden tunne; kaikki etukäteen sovittu on tekemätöntä työtä, josta tulee helposti stressiä. Tutkimustulokset ovat täysin yhteneväisiä siihen, mitä esimerkiksi Cantell (2006, 10) on tutkimuksissaan tuonut esille.

5.1.2. Merkittävä kulttuurielämys sävähdyttää

Ensimmäisen haastattelun alussa kysyin haastateltavilta merkittävintä kulttuurielämystä miltä tahansa kulttuurin alalta. Haastateltavilta tuli monenlaisia ja toisistaan hyvin poikkeaviakin kulttuurielämyksiä mieleen. Yksi haastateltavista kuvasi unelmien täyttymystään kun pääsi katsomaan kauan odottamansa bändin keikkaa:

M21v: Pari vuotta sitten olin yhden bändin keikalla Tampereella. Se oli sen bändin ekoja keikkoja Suomessa. Porcupine treen keikka. Olin monta vuotta kuunnellut sitä ja olin odottanut sitä. Se oli sellainen unelmien täyttymys.

Tämän henkilön vastaus kuvastaa hyvin sitä, miten nuoret määrittelevät itseään ja sitä millaiseen joukkoon he itsensä mieltävät kuuluvan mielimusiikkinsa kautta. Sellaiselle, jolle bändin nimi kertoo jotain, voi kuvitella kuinka suuresta odotuksesta on ollut kyse ja kuinka suosittuja bändin Suomen vierailut ovat olleet. Sellaiselle, jolle bändin nimi ei kerro mitään, ei voi millään tavoin eläytyä henki-

lön sanomiseen. Tällaisen vaikutelman syntyminen on toivottavaa, koska tällöin saman maun omaavat tunnistavat toisensa.

Eräs haastateltavista kuvasi merkittäväksi kulttuurielämykseksi taitoluistelun EM-kisat Helsingissä:

N24v: Viime talvena taitoluistelun EM-kisat Helsingissä. Se oli kulttuurielämys vaikka urheilua onkin. Se oli semmonen hieno tapahtuma. Tuli menestystä, kultaa ja pronssia, oli se Kiiran kaatuminen ja taistelu, hyvä ohjelma, siellä oli hieno tunnelma, paljon suomalaisyleisöä. Se jäi kyllä mieleen.

Nuoret etsivät kulttuurista tapahtumallisuutta ja elämyksellisyyttä, kuten edellä yksi haastateltavista kuvasi suuren tapahtuman tuomaa omaa tunnelmaansa. Taitoluistelussa yhdistyvät musiikki ja tekninen ja taiteellinen suoritus sekä EM-tason kilpailu toi tapahtumaan oman sävöyksen. Tunne yleisön yhteenkuuluvuudesta ja omasta paikasta siinä lisää kulttuuritilaisuuden elämyksellisyyttä.

Kulttuuria kuluttamattomien nuorten aikuisten mielestä pahinta mitä voi tapahtua kulttuuritilaisuudessa, on se, että he pitkästyvät. Cantellin (2006, 12) mukaan nuoret tavoittelevat ”rusinoita pullasta”. Tarkoittaen tällä sitä, kun nuoret lähtevät ja ovat valmiita maksamaan kulttuuritilaisuuden annista, niin silloin tavoitellaan tunne-elämyksiä ja ainutlaatuisia hetkiä, niin sanottuja huippukokemuksia. Isot massatapahtumat, kuten taitoluistelun EM-kisat tarjoavat takuuvarmasti viihdettä ja viihtymistä koko rahan edestä.

5.1.3. Toiveena seurustella, keskustella ja tavata uusia ihmisiä

Kysyin haastateltavilta heidän näkemystään teatterin sosiaalisesta ulottuvuudesta. Lähestyin aihetta sellaisilla kysymyksillä, kuten voiko teatteriin mennä yksin tai voiko teatterissa tavata uusia ihmisiä tai voisiko teatteriin mennä ensimmäisillä treffeillä? Nuorten vapaa-ajan tavoitteena on sosiaalisuus ja myös uusien suhteiden luominen. Yleisesti ottaen ravintolat ja kahvilat ovat olleet sellaisia paikkoja, joissa pidetty yllä tai luotu uusia sosiaalisia suhteita.

Lähes kaikkien haastateltavien mielestä teatteriin ei voisi kuvitella menevänsä yksin. Yksi haastateltavista oli käynyt katsomassa teatteriesityksiä yksin ja oli kokenut, että komediallista esitystä (esim. kesäteatteria) on helpompi mennä katsomaan itsekseen, mutta vakavamman esityksen jälkeen olisi hyvä olla kaveri mukana, jonka kanssa kokemaansa voisi käydä läpi. Haastateltavat sanoivat myös, että kokisivat olonsa ulkopuoliseksi, jos näytöstä katsomassa ei olisi kaveria mukana. Tämä korostuisi erityisesti väliajalla, joka kuitenkin koettiin liian lyhyeksi ja muutenkin ei-sopivaksi tilanteeksi tutustua uusiin ihmisiin.

Haastateltavien mielestä ensimmäisille treffeille voisi mennä teatteriin, sillä teatteriesityksen väliaika mahdollistaa jutustelun seuralaisen kanssa.

N22v: se kuulostaa ihan kivalta, ku siinä on kuitenkin se väliaika, niin se luo sen mahdollisuuden että voi siinä välissä jutella ja siinä on hyvä aihe mistä jutella kun on puolikas nähty. Musta olis tosi kiiva.

Teatterista ei kuitenkaan välity kuva menevästä ja kiinnostavasta treffipaikasta, kuten eräs haastateltavista kuvaa.

N23v: kuvitellaan että sulla on viikon päästä ne kuumat treffit ja sitte sää näät tän (teatterin esite), niin ei sulla oo semmonen olo, että ei muuta ku mennään teatteriin!

Teatteriin meneminen tuntui luontevammalta kaverin tai seurueen kanssa. Erityisesti teatteriesityksen jälkeistä keskustelua ja vuorovaikusta muiden saman esitysten nähneiden kanssa pidettiin tärkeänä. Nuorille aikuisille on tärkeää, että he voivat teatterissa keskustella, seurustella ka mahdollisesti tavata uusia ihmisiä. Tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset kokivat, että sosiaalinen kanssakäyminen oman ikäisten kanssa on tärkeää. Scollen (2008a, 9) tutkimusten mukaan ei-kävijät kävisivät paljon todennäköisemmin teatterissa, mikäli he tietäisivät, että voivat keskustella kokemastaan esityksen jälkeen muiden kanssa. Sosiaalinen vuorovaikutus on siis tärkeää teatterissa kävijöille.

5.1.4. Glamourhetkiin valmistautuminen vähentää spontaanisuutta

Haastateltavien mukaan teatteriin voisi periaatteessa mennä spontaanisti, mutta samalla haastateltavat löysivät lukuisia eri syitä, miksi teatterissa käyminen ei ole yhtä vaivatonta kuin esimerkiksi elokuvissa käyminen. Haastateltavien mukaan elokuvissa tarjontaa on paljon enemmän kuin teatterissa ja lippuja on helpommin saatavilla. Haastateltavat epäilivät, että saisiko lippuja tiettyyn teatteriesitykseen, vaikka haluaisivatkin lähteä spontaanisti. Lisäksi yksi haastateltavista koki, että teatteriin pitää valmistautua enemmän kuin elokuviin.

*N23v: ...kuitenkin pitäis sitte panostaa jos tulee teatteriin kuin se et-
tä vaan poikkeaa leffassa. Mulla on sellanen olo ainakin.*

Tämän haastateltavan lauseesta voi helposti päätellä hänen suhtautumisensa teatterissa ja elokuvissa käymisen erilaisuuteen; teatteriin mennään, elokuvissa poiketaan. Teatteriin ei voi mennä ilman etukäteissuunnittelua, koska teatteriin menemiseen kuuluu jonkinlainen valmistautuminen. Toisaalta yksi haastateltavista koki, että teatterissa käymiseen liittyy olennaisena osana ennakkovalmistelut, johon kuuluvat itsensä laittautuminen, pukeutuminen ja ulkona syöminen. Nämä tuovat elämän arkeen ”glamourhetkiä”, joiden varassa jaksaa eteenpäin.

Spontaanin teatterissa käymisen suurin este on kuitenkin etukäteissuunnittelun tarve, kuten yksi haastateltavista toteaa.

*N24v: Se on varmastikin yksi suurimpia ongelmia, miksi ainakaan
itsellä ei tule mentyä teatteriin että pitäisi nähdä se vaiva, että mikä
päivä käy, kenet saa kaveriksi ja onko lippuja.*

Kysyin haastateltavilta mikä olisi sellainen kulttuuritilaisuus, johon voisi mennä spontaanisti. Erään haastateltavan mielestä pienempien bändien keikat ovat sellaisia. Toisen haastateltavan mukaan ravintolamiljöön tapainen Oulussa toimiva yksityinen teatteri, Teatteri Rio, oli sellainen paikka, johon voi mennä spontaanisti. Lisäksi näyttelyt koettiin sellaisiksi, joihin meneminen ei vaadi kävijältä liikaa, esimerkiksi kirjaston yhteydessä oleviin näyttelyihin ja näyttelytiloihin

oli helppo mennä. Myös muiden palveluiden läheisyydessä oleva kulttuuritarjonta on houkuttellut spontaaniuteen, kuten eräs haastateltavista totesi, että ”shop-pailun lomassa voi käydä piipahtamassa Kiasmassa”.

Teatteriesityksiin meneminen ei koettu spontaaniksi toiminnaksi, vaikka periaatteessa se olisi täysin mahdollista. Teatteriin menemiseen liittyi haastateltavien mukaan etukäteissuunnittelu ja tilaisuuteen laittautuminen. Elokuvat koettiin paljon vapaamuotoisemmiksi kulttuuritilaisuuksiksi kuin myös erilaiset keikat ja komedialliset esitykset. Myös niin sanotut matalan kynnyksen paikat, kuten kirjasto ja ravintolamiljöö rohkaisevat spontaaniseen käyttäytymiseen. Tutkimukseen osallistuneiden nuorten vastauksista voi päätellä, että mikäli nuoret aikuiset kokevat tarjonnan perinteiseksi korkeakulttuuriksi, jota tarjotaan massiivisissa kulttuurilaitoksissa, spontaanisuus palveluiden käyttämiseen vähenee. Toisaalta mikäli kulttuuritarjonnan yhteydessä on monipuolisia ja houkuttelevia lisäpalveluita, niin se voi rohkaista spontaaniseen kulttuuripalvelujen käyttöön.

5.1.5. Paikan ilmapiiri ratkaisee

Kulttuuritilaisuuden paikalla on merkittävä rooli siinä miten kävijä suhtautuu tiettyyn tilaan ja siinä tilassa tapahtuvaan kulttuuritilaisuuteen. Mikäli kävijät liittyvät paikkaan jotain negatiivista, sitä epätodennäköisemmin he ottavat osaa kyseisessä paikassa järjestettäviin kulttuuritilaisuuksiin. Haastateltavien mielestä Oulun kaupunginteatterin rakennus on luotaantyöntävä ja kolkko. Eräs haastateltava kuvasi tilannetta seuraavasti.

N23v: Kun nuorten asenteet teatteria kohtaan on nyt vähän sellasia ennakkoluuloisia, niin tää rakennus ei millään tavalla helpota sitä. Tässä on joku sellanen kuilu. En tiedä mistä se johtuu, mutta oon saanut sellasen kuvan kun oon keskustellut ihmisten kanssa.

Haastateltavien mukaan kaupunginteatteri ei houkuttele paikkana nuoria. He ounastelivat, että teatterissa tapahtuu kaiken aikaa paljon erilaisia asioita, mutta

samalla he kokivat, että teatterilla tapahtuva toiminta ei kosketa heitä, kuten yksi haastateltavista toteaa.

H: Tuntuuko se, että tämä teatteri olisi tapahtumien keskiössä, että täällä koko ajan tapahtuu jotakin?

N22v: No ei kyllä.... nää teatteritapahtumat ei oo niin iso osa mun elämää. Täällä tapahtuu varmaan kaikkea, mut se ei kosketa mua tai meidän ikäisiä ja opiskelijoita ja tieto ei todellakaan tuu meille asti.

Paikan tulisi kommunikoida ulospäin, jotta nuoret kokisivat sen mielenkiintoiseksi, muuten seinien sisällä tapahtuva toiminta jää nuorille täysin tuntemattomaksi. Haastateltavat olivat kokeneet teatterin seinään heijastetun teräväpiirto- ja projisointitapahtuman kiinnostavaksi. Kaupunginteatteri paikkana oli houkuttelut haastateltavia, kun siellä oli järjestetty nuorille suunnattu elektroniseen musiikkiin keskittyvä Time Tunnel -tapahtuma. Tällöin paikka oli saanut uuden merkityksen normaalitarjonnasta poikkeavalla sisällöllä.

N19v: Syksyllä oli Time Tunnel, missä oli just semmosta musiikka (trance). Mä ite kävin siellä, olin selvin päin ja olin kuskina, se oli tosi hyvä ja hieno tapahtuma ja nyt ku tulin tänne, niin mietin että oliko se oikeesti täällä. Paikka näytti niin erilaiselta. Sisäänkäynti oli eri kohdassa, teatterin tila oli ihan erilainen.

H: Tuntuuko se, että se oli sellanen houkutteleva?

N19v: Joo, ostin kalliit liput, koska halusin nähdä miten tila on saatu sellaseksi, että voi oikeesti bilettää.

Normaalista poikkeavalla sisällöllä ja nuorille suunnatulla tapahtumalla etäiseksi jäävä paikka voidaan saada houkuttelevaksi ja tuotua lähemmäksi nuoria kuluttajia. Yhdessä paikassa järjestettävät erilaiset kulttuuritilaisuudet ja -tapahtumat houkuttelevat nuoria käymään kyseisessä paikassa, minkä jälkeen kynnyks on matalampi käydä paikassa toistamiseenkin. Erityisesti miespuolisille henkilöille Time Tunnel oli ollut tilaisuus, joka oli houkuttellut käymään teatterirakennuksen sisällä ensimmäistä kertaa.

M21v: Mullakin on monta kaveria, joista tietää ettei ne ikinä käy teatterissa, mutta tuli Time Tunneliin.

N23v: Mitä ne sanoivat?

M21v: Tykkäsivät kyllä, ne sano mulle, että eivät olisi voineet kuvitella että tällaista tapahtuu teatterilla.

Tutkimukseen osallistuneet nuoret kokivat, että kaupunginteatteri paikkana ei ollut houkutteleva. He kokivat, että paikassa tapahtuva kulttuuritoiminta ei koskettanut heitä, vaan teatteriesitykset on suunnattu muille kuin heille. Kun kaupunginteatterilla oli järjestetty nuorille suunnattu elektronisen musiikin tapahtuma Time Tunnel, oli paikka saanut erilaisen merkityksen. Paikan merkitys vähenee, jos tarjonta on vahvasti suunnattu nuorille, kuten haastateltavien kertomukset Time Tunnel -tapahtumasta osoittavat.

5.1.6. Mielikuva hienostelevasta teatteriyleisöstä

Halusin tuoda esille haastateltavien näkemyksiä tyypillisestä teatterissa kävijästä. Kaikille ihmisille oman mielipiteen kertominen ryhmäkeskustelutilanteessa ei välttämättä ole helppoa, joten käytin haastattelun lisäksi kuvallista ilmaisutapaa. Pyysin haastateltavia leikkaamaan lehdistä kuvia ja tekstejä ja kokoamaan niistä kollaasin, jossa he kuvaisivat mielestään tyypillisen teatterissäkävijän ja sen mitä tämän ihmisen elinpiiriin kuuluu; missä hän asuu, mitä hän tekee työkseen, mitä palveluita/tuotteita hän käyttää (liite 1).

Kaikkien haastateltavien kollaaseissa esiintyi keski-ikäinen, korkeasti koulutettu, hyvin toimeentuleva ja hyvin pukeutunut nainen, joka käy teatterissa miehensä tai tyttöystävien kanssa. Haastateltavat liittivät tyypilliseen teatterissa kävijään myös muun kulttuurin harrastamisen, kuten klassisen musiikin kuuntelemisen sekä ruokakulttuurin, joka piti sisällään erilaiset juustojen ja viinien maistelun. Kuten eräs haastateltava kertoi kollaasinsa liittyvän tarinan näin.

M21v: Tämä on Jarmo, hän on noin 50 v. Hän on perustanut yrityksen ja on pomo siinä. Hän toimii fonduekutsujen isäntänä. Tässä on hänen vaimonsa Viola, joka on lääkäri Oysissa. Molemmat ovat erittäin korkeasti koulutettuja. Jarmon lempiauto on BMW ja tässä heillä on fonduekutsut tuttavapariskunnan kanssa, Jarmon kaverin

kanssa, jonka kanssa hän perusti sen yrityksen ja sitte he lähtevät teatteriin.

Haastateltavat mainitsivat tiettyjä merkkejä, joita tyypillinen teatterissa kävijä käyttää. Näitä olivat esimerkiksi litala, Mulberry, Marimekko, Lancome ja Chanel. Kaikin puolin haastateltavat kuvasivat tyypillisen kävijän hyvin harmoniseksi ja hillityksi, kuten tästä haastateltavan kuvauksesta voi päätellä:

N24v: Olen samoilla linjoilla kuin muutkin eli keski-ikäinen nainen, mies voisi olla mukana silloin tällöin raahattuna (naurua). Se arvostaa laatua ja estetiikkaa, muutenkin elämässä ja kodin sisustuksessa ja pukeutumisessa, korkeasti koulutettu ja työssäkäyvä mahdollisesti henkilöstöpääällikkönä, rahaa löytyy, ruoka, viini illallisella käynti ja ruokakulttuuri kuuluvat arvomaailmaan. Ikääntyessään naisella rakkaus teatteriin säilyy, pukeutuu edelleen tyylikkäästi ja arvostaa laatua ja estetiikkaa.

Haastateltavien mukaan tyypillinen teatterissa kävijä on akateemisesti koulutettu ja työskentelee hyvin palkatussa työssä. Iältään hän on noin 40-50-vuotias. Eräs haastateltava kuvasi erilaisia ryhmiä, joita teatterissa voisi käydä. Näitä olivat 50-vuotias äiti tyttärensä kanssa, noin 30-vuotias pariskunta, joilla ei ole lapsia, 40-50-vuotias pariskunta ja kaveriporukka (naisia). Kaikissa haastateltavien kuvauksissa korostui hyvä toimeentulo ja nainen aktiivisena kuluttajana, joka tuo miehensä mukanaan teatteriin.

Tutkimukseen osallistuneiden nuorten kollaaseista puuttui täysin heidän omaa ikäluokkaansa ja elämäntyyliään ja -vaihetta edustavat kävijät. Kaikkien haastateltavien mielestä tyypillinen kävijä oli vanhempi kuin he itse. Tyypillinen kävijä oli myös haastateltavien mukaan rikas ja eli jopa epänormaalin ylellistä elämää. Haastateltavat mielsivät teatterissa käymisen elitistiseksi ja kävijät kuuluvat niin sanottuun tiettyyn valikoituun porukkaan. Rebecca Scollenin (2008a, 9) tutkimukseen osallistuneista ei-kävijöistä moni uskoi, että teatterissa kävijät ovat kiinnostuneita eri asioista kuin he itse ja että muutenkin ne, jotka teatterissa käyvät ovat vanhoja ja omaavat elitistisiä tapoja.

Mikäli nuoret aikuiset eivät näe itseään tyypillisenä palvelun kuluttajana, niin eivät he myöskään sitä tästä syystä kuluta. Teatterissa kävijään liitettävät mielikuvat ovat ristiriidassa nuorten omiin käsityksiin itsestään ja siitä mitä he haluavat valinnoillaan viestittää ympäröivälle maailmalle. Nuoret aikuiset eivät halua käyttää teatteripalveluita, koska he eivät halua itseään samaistettavan iäkkäseen elitistisiä ja perinteisiä tapoja noudattavaan henkilöön. Teatterissa käyminen voisi kiinnostaa nuoria aikuisia, mikäli teatterissa kävijään liitettäisiin nuorekas ja dynaaminen luonne.

5.1.7. Teatteritaiteen tuntemus ei ole välttämätöntä

Kysyin haasteltavilta, että kokivatko he, että teatterissa käyminen vaatisi tiettyä osaamista tai tiettyjen kirjoittamattomien sääntöjen tuntemusta. Haastateltavat olivat kokeneet, että ainakin pukeutuminen pitäisi olla siistiä ja hienoakin, kuten eräs haastateltavista totesi, että *"ilmeisesti kuuluu etikettiin, että panostetaan (pukeutumiseen)"*. Muutenkin haastateltavat kokivat, että käyttäytymisen tulee olla asiallista, esimerkiksi humalassa ei voi tulla teatteriin. Haastateltavien mukaan ei ole välttämätöntä tuntea näytelmän tai ohjaajan taustoja. Haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että näytelmään pääsee paremmin sisälle, jos on yksityiskohtaisempaa tietoa teoksesta, mutta teatterielämyksestä nauttimisen kannalta se ei ole välttämätöntä. Haastateltavat kokivat, että mikäli esityksen jälkeen keskustele jonkun kanssa näytelmästä, niin silloin pitäisi tietää näytelmästä enemmän tai *"osoittaa sivistymättömyytensä"* kuten eräs haastateltavista totesi. Tästä voidaan päätellä, että ei-kävijät kokevat oman kokemattomuuden paljastumisen riskitekijäksi, jota tulee jollakin tavoin vähentää, esimerkiksi hankkimalla lisätietoa.

Tutkimukseen osallistuvien nuorten mielestä teatteriesityksistä voi nauttia, vaikka ei omaisikaan mitään tiettyjä tietoja tai taitoja. Tämä poikkeaa klassisen musiikin tutkimustuloksista siten, että klassisen musiikin aktiivinen kuuntelu olete-

taan vaativan taitoa, jotta ymmärtäisi musiikkia. Salosen (1990, 66) mukaan musiikki abstraktina kielenä edellyttää kuulijalta taidemusiikillista korvaa. Taidemusiikillinen korva merkitsee kykyä analysoida musiikkia, erityisesti taidemusiikkia, ja järjestää sitä ennalta opittuun musiikilliseen koodiverkoston, joka on rakentunut pitkällisen harjaantumisen ja oppimisen kautta.

Tutkimukseen osallistuneiden nuorten mielestä teatteriesityksiin suhtautuminen on vapaamuotoista siinä mielessä, että erityistä osaamista ei tarvita siihen, että teatteriesityksestä voi nauttia. Haastateltavien mukaan teatterikokemus on yhtä arvokas, vaikka ei tunnekaan esityksen taustoja. Teatteriesityksiin suhtautumisessa ei ole samanlaista esteettisen kontemplaation perusajatusta harmonisesta ja hillitystä taiteen vastaanotosta kuin esimerkiksi klassisen musiikin kuunteleluun yhdistetään. Teatteriesityksestä keskusteleminen koettiin tärkeäksi kokemuksen avartamisen vuoksi.

5.1.8. Teatteriesityksen sisältö merkitsee lipun hintaa enemmän

Haastateltavilla oli oikeansuuntainen käsitys teatterilippujen hinnoista. Usein kulttuuritilaisuuksissa käymättömyyttä perustellaan sillä, että lippujen hinnat ovat liian korkeat. Monesti kuitenkin esimerkiksi opiskelijat pääsevät katsomaan esityksiä hyvinkin huokeaan hintaan ja erityisesti opiskelijoille lippujen hinnalla on suuri merkitys. Haastateltavat kokivat, että noin 10 euron suuruinen pääsylippu on sopivan hintainen. Osa haastateltavista koki, että lipun hinta vaikuttaa heidän teatterissa käyntiinsä. Yksi haastateltavista oli eri linjoilla.

N23v: Mulla enemmän vaikuttaa se ohjelmisto, joka rajottaa. Kun ohjelmisto tulee, niin tulee katsottua läpi ja päättää mitkä kaikki käy katsomassa ja ne käy sitten katsomassa, mutta valikoima on mitä on, ei sieltä kovin montaa mieluista löydy. Hinta ei ole koskaan ollut mulle este.

Haastateltavat olivat myös kokeneet, että lippuja ei ollut saanut juuri siihen esitykseen, mihin olisivat halunneet ja olisivat olleet niistä valmiita maksamaan enemmänkin.

N19v: Mitä haluais oikeasti nähdä, niin sitte ei ehkä pääsekään. Olisin esimerkiksi halunnut käydä katsomassa West Side Storyn, olisin käynyt katsoon, ihan sama mitä olis maksanut, mutta en saanut lippuja.

H: Mikä siitä teki sellasen, että olisit halunnut juuri sen nähdä?

N19 v: Se, että siinä esiintyi nuoria ja onhan West Side Story silleen kuuluisa. Siinä oli mun ikäisiä kavereita näyttellessä, laulamassa, olisin halunnu nähdä.

Tutkimukseeni osallistuneet nuoret olivat hyvin tietoisia teatterilippujen hintatasosta. Vaikka pääsylipun hinnan suuruudella on merkitystä opiskelijoille, niin silti se ei ollut esteenä käydä katsomassa itseä kiinnostavia esityksiä. Mikäli esitys koettiin houkuttelevaksi, siitä oltaisiin valmiita maksamaan jopa enemmän. Haastateltujen nuorten aikuisten mielestä esitysten sisällöllä on suuri merkitys teatterissa käymiseen.

Haastateltavat olivat valmiita ostamaan teatteripalveluita, mikäli esitys on takuuvarmasti hyvä. Nuoret eivät halua ottaa riskejä käyttäessään rahaa kulttuuripalveluihin. Scollenin tutkimusten mukaan teatterin ei-kävijät uskoivat, että he viihtyisivät parhaiten jo tutun tyylilajin parissa (2008b, 52). Tutkimukseen osallistuneet nuoret kaipasivat takuuvarmoja kulttuurikokemuksia ja ohjelmistoon enemmän kevyempää tarjontaa. Lisäksi nuoret kokivat merkitykselliseksi sen, että näyttelijät olivat samanikäisiä kuin he. Mikäli näytelmässä on nuoripari ja sitä esittää noin 50-vuotiaat näyttelijät, vaikutelma oli haastateltavien mielestä koominen, eikä aito.

5.1.9. Nuoria puhutteleva markkinointi

Kulttuuritilaisuuksista tiedottaminen ja markkinointi ovat hyvin oleellisessa roolissa siinä, että yleisöä saadaan paikalle. Varsinkin, jos halutaan tavoitella uutta

yleisöä tai nuoria aikuisia käymään teatterissa, on tarpeellista kiinnittää huomiota markkinointistrategiaan. Kysyin haastateltavilta heidän kokemuksiaan siitä miten tieto teatteriesityksistä on heidät saavuttanut ja miten he kokevat kaupunginteatterin markkinointimateriaalit. Haastateltavat kokivat, että tieto ei saavuta heitä, elleivät he itse sitä aktiivisesti hae, kuten eräs haastateltavista toteaa.

N22v: Tieto ei tavoita mua. Tietoa saa jos hakee itse. Lehdyköitä saa, jos hakee, mutta ei ne mun mielestä oo tehty mitenkään houkuttelevaksi nuorille aikuisille.

Haastateltavat olivat kokeneet hyviksi kanavoiksi saada tietoa esityksistä opiskelijajärjestön kautta tulevan sähköpostiviestin ja TeatteriOulu -tiedotuslehden kautta. Haastateltavien mielestä nuoret aikuiset voisi tavoittaa yliopistolle tuoduilla julisteilla, jotka olisi suunnattu nuorille tai netin ja sosiaalisen median kautta, kuten eräs haastateltavista kuvaa.

M21v: Facebook voisi toimia. Kai kaupunginteatterilla on oma ryhmä? Mulle ei tule Kalevaa tai muutakaan lehteä. En oikein saa tietoa muuten kuin netistä.

Olin tuonut ryhmäkeskustelutilanteeseen Oulun kaupunginteatterin erilaisia markkinointimateriaaleja ja pyysin haastateltavia arvioimaan niitä. Haastateltavat kokivat, että osa materiaalista olivat sellaisia, joita ei ollut kohdistettu nuorille.

N22v: Ei ole mitenkään nuorekas tää esite.... kaipais jotain.

N19v: Tarvis just semmoisen nuorille aikuisille suunnatun kampanjan, jos halutaan nuoria.

N24v: Vahvistaa ennakkoluuloja, ei taida olla meille.

N22v: Jotenki kauheen aikuisen oloinen...tää punainen.

Haastateltavien mielestä erityisesti Tukholma-näytelmän visuaalinen ilme oli houkutteleva.

N22v: Tässä on jotain dramatiikkaa, vauhtia ja tässä tapahtuu, huomion kiinnittää. Tää on aika tumma, mut tässä on valoja ja varjoja, hienosti kuvattu.

N24v: Tyylikäs.

N19v: Ei tule teatteri mieleen.

N22v: Ei, tää vois olla niinku joku toimintaelokuvan.

Kysyin haastateltavilta millainen markkinointi heidän mielestään puhuttelisi nuoria erityisesti. Haastateltavien oli vaikea määritellä millainen mainos pysähdyttäisi heidät.

N22v : Jotenkin tuntuu, että pitää shokeerata ja pitää olla extremeä. En tiedä, pitäisikö käyttää nuorempia ihmisiä (kuvissa)? Tai nuorentaa mainoksen fiilistä. Fonteillakin saa tehtyä erilaista.

N23v: TeatteriOulu-lehtisen kuva on kiva, mutta jos vihtais tän taustaväriin. Sininen ja punainen on vanhanaikaisia värejä.

N24v: Se on juhlava.

N23v: Niin just, kun ollaan 75 ja tullaan helmet kaulassa. Tätä ois voinu fotoshopata, animaatiotyypisemmäksi ja vaihtaa nuo värit. tehä siitä..viedä niinku silleen yli, ehkä.

Kulttuuritilaisuuksien ei-kävijöitä tutkittaessa markkinoinnin merkitys on suuri. Tutkimukseen osallistuneet nuoret kokivat, että markkinointi ei puhuttele heitä. Mainokset on suunnattu sellaisille kohderyhmille, jotka käyttävät jo teatteripalveluita ja samalla ne vahvistavat nuorten tunnetta, että teatteritarjonta ei kuulu heille. Teatterit kilpailevat katsojien vapaa-ajasta siinä missä muutkin vapaa-ajan palvelut ja tämän vuoksi teattereiden tulisi olla viestinnässään kiinni tässä ajassa ja käyttää välineitä, joita nuoretkin käyttävät. Teattereiden tulisi olla laajasti mukana nuorten käyttämällä foorumeilla. Kolbin (2000, 8) mukaan kulttuuriorganisaatioiden tulee kiinnittää erityistä huomiota omaan toimintaansa. Kulttuuriorganisaatioiden tulee olla houkuttelevia ja avoimia ja tiedottaa avoimesti toiminnastaan.

Tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset kaipasivat markkinointimateriaaleihin enemmän tunnetta. Liian yksioikoiset ja latteat viestit eivät vakuuta nuoria kuluttajia. Haasteellista on kuitenkin se, että mikäli nuorilla aikuisilla ei synny positivistista tunnesidettä teatterin tarjontaan, ei markkinointikaan herätä suuria tunteita.

Ensimmäisen keskustelusessio­n lopuksi kysyin osallistujilta heidän odotuksiaan ja tunnelmiaan ennen esitystä. He olivat positiivisin mielin ja mielenkiinnolla odottivat esitystä. Osa haastateltavista oli lukenut etukäteen, että kyseessä oli vuoden näytelmäksi palkittu teos ja se lisäsi odotuksia. Osalla haastateltavista ei ollut mitään ennakkokäsitystä tulevasta esityksestä ja oli lähtenyt avoimin mielin ilman suurempia odotuksia. Tiedustelin haastateltavilta, että luulevatko viihtyvänsä esityksessä. Muut haastateltavat paitsi yksi vastasivat, että he uskovat viihtyvänsä, yksi haastateltavista vastasi tähän, että toivottavasti. Esityksessä viihtymiseen oli olemassa siis pieni ennakkokäsitys.

5.2. Toinen ryhmäkeskustelu esityksen jälkeen

Toinen ryhmäkeskustelutilanne pidettiin heti esityksen jälkeen. Haastattelussa käsitelin joitakin samoja teemoja kuin ensimmäisessäkin haastattelussa selvit­täkseni olivatko haastateltavien mielipiteet ja asenteet muuttuneet. Lisäksi kä­sitelin joitakin uusia teemoja, jotka keskittyivät teatteripalveluiden kehittämiseen ja kokonaiskokemuksen analysointiin.

5.2.1. Teatteriesitys kaiken keskiössä

Teatteriesitys jakoi haastateltavien mielipiteitä. Osa haastateltavista oli tykännyt esityksestä ja kehui tunnelmaa seesteiseksi ja herkäksi, toiselle näytelmä oli ollut tylsä.

M21v: En pitänyt toisesta puolikkaasta niin paljon, yksinpuhelut tylsiä. Naisen riehunta oli hauska.

N24v: Riehumisen jälkeen tunnelma muuttui rauhallisemmaksi, paikallaan pysyvämmäksi, seesteiseksi suorastaan herkäksi. Tykkäsin toisesta puoliskosta enemmän.

Haastateltavat kokivat, että näytelmä ei ollut helppo, vaan kokemusta pitäisi pureskella ja miettiä rauhassa ennen kuin osaisivat analysoida sitä tarkemmin. Osa haastateltavista myös koki, että ennakkomateriaali ei vastannut täysin si-

sältöä. He olivat olleet siinä uskossa, että näytelmä olisi komediallisempi, mutta yleisvaikutelma olikin vakava.

Kysyin haastateltavilta oliko heillä jäänyt mieleen mitään erikoista yleisön käyttäytymisestä ja miten haastateltavat kokivat tunteiden näyttämisen katsomossa. Eräälle haastateltavalle oli jäänyt esityksestä mieleen häiritsevänä se, että joku oli katsomossa näppäillyt tekstiviestiä ja näyttö oli heijastanut pimeässä takana istuville. Haastateltavien mukaan katsomossa voi näyttää tunteitaan rajoitetusti, esimerkiksi näytöksen jälkeen taputtamalla. Haastateltavat kokivat, että näytelmän välissäkin voi taputtaa, jos tuntuu siltä, mutta muunlainen tunteiden näyttäminen ei ole suomalaisille tyypillistä eikä edes kovin soveliasta.

N24v: Varmasti kesken voi nauraa ja taputtaa, mutta ei bravo kesken kaiken voi huutaa, hiuksen hieno raja...suomalaiset on varmasti hillitympiä. Italiassa ihmiset itkevät kitarakonsertissa. Ei suomalaisista sellaista irtoa.

N23v: Ikinä ei saa näyttää tunteita liian voimakkaasti Suomessa. Täällä ollaan jotenkin niin virallisia ja ikinä ei saa näyttää tunteita.

N24v: Suomalaisilla on asenne, että tunteet on kivoja, mutta ei välttämättömiä.

Positiivisten tunteiden näyttäminen katsomossa tuntui haastateltavista luonnolliselta. Surullisten tunteiden näyttäminen koettiin vaikeaksi. Erityisen kiusallinen tilanne olisi, jos teatteriesitystä sattuisi seuraamaan yksin.

N22v: Mietin itseäni, niin mä oon aika herkkä tai herkimmästä päästä ja jos menisin kattoon jotain tosi koskettavaa ja olisin yksin siellä, joka nyyhkyttää ja tälle, että sitä ei ehkä niin ku ... siitä tulis selanen olo ettei se olis soveliasta.

Tutkimukseen osallistuneet kokivat, että teatteriesityksen aikana spontaanien tunteiden näyttäminen oli rajallista. He noudattivat tiettyä käyttäytymismallia ja normistoa, vaikka osa heistä olisikin ollut valmis suurempiinkin tunteiden ilmaisuun.

5.2.2. Riittävästi tietoa ja ikätovereita yleisössä

Pyysin haastateltavia arvioimaan koko teatterissakäyntiprosessia aina teatteriin saapumisesta poislähtöön ja sitä oliko tilanteeseen nähden tietoa riittävästi saatavilla ja oliko se oikeanlaista. Lisäksi kysyin heiltä, että suosittelisivatko he kavereilleen tämän kokemuksen perusteella vapaaillan viettoja teatterissa.

Haastateltavat kokivat, että ensikertalaiselle kokemus voisi olla sekava, koska kaikki palvelut eivät ole yksiselitteisesti tuotu esille tai ei ole tietoa mikä on sallittua ja mikä ei.

N22v: Varmaan semmoselle, joka ei oo koskaan ikinä ollu, eikä tuu minkään ryhmän kanssa, vaan tulee yksin tai kaverin kaa, joka ei oo myöskään koskaan ollu, niin kyllä se on varmaan vähän sekavaa....Kyllä mä luulisin, että olisin aika hukassa, jos olisin ekaa kertaa. Ilman muuta tietoa, mihin menisin väliajalla. Että kyllä mä tajuaisin, että lähdetään pois tästä tilasta ku muutkin lähtee.

N24v: En ole ikinä tilannut tarjoiluja, enkä ostanut. Viimeksi tajusin, että väliajalla sais syötävää. Vähän hankalalta tuntuu, että miten siinä ajassa voi ehtiä. Saisko tänne tuoda vaikka omia eväitä (naurua) jos oikeasti tulee teatteriin nälkäisenä syystä tai toisesta?

Osa haastateltavista koki, että teatterikokemuksen perusteella teatteri-iltaa voisi suositella kavereillekin. Osa jätti vastaamatta koko kysymykseen ja erään haastateltavan mielipide oli muuttunut, kun hän oli nähnyt teatteriyleisön.

N19v: Johtukohan siitä, ku tässä näytöksessä oli paljon nuoria, niin tuli sellainen olo, että ei tämä ollutkaan pintaliitohomma.

Osa haastateltavista koki, että oman ikäisten kavereiden suositukset jostakin tietystä esityksestä ovat tärkeitä ja vaikuttavat jonkin verran omaan päätökseen. Eräs haastateltavista puolestaan koki, että tärkeintä on yhteinen kokemus kaverin kanssa, eikä niinkään mitä toiset ovat olleet mieltä esityksestä. Päätökseen mennä katsomaan jotain tiettyä esitystä vaikuttaa myös se, jos näytelmää esitetään monta kertaa, esimerkiksi useamman vuoden ajan. Tällöin syntyy ajatus siitä, että esityksen pitää olla todella hyvä, koska sitä on esitetty jo niin kauan.

Nuorille aikuisille oman ikäistensä kokemukset teatteriesityksestä ovat tärkeitä ja merkittäviä. Erityisesti Scollenin (2008a, 10) tutkimuksissa sukulaisten, ystävien ja ikätovereiden suosituksilla on osoitettu olevan tärkeä vaikutus eikävijöiden omaan käyttäytymiseen. Scollenin tutkimukseen osallistuneet eikävijät olivat tutkimuksen jälkeen tuoneet ystäviään ja ikätovereitaan katsomaan teatteriesityksiä ja näin heistä ei ollut tullut pelkästään teatterille uusia maksavia asiakkaita, vaan myös he aktiivisesti suosittelivat teatteriesityksiä perheelleen ja ystävilleen sekä muille oman sosiaalisen verkoston jäsenille.

Tutkimukseen osallistuneille nuorille aikuisille oli erittäin tärkeää, että teatteria oli katsomassa muitakin nuoria. Tutkimuksen mukaan nuoret aikuiset mieltävät teatterissa käymisen ”*ikäihmisten harrastukseksi*” ja ”*pintaliitohommaksi*”. Teatterissa käyminen on jotain sellaista, joka ei kuulu nuorten elämismaailmaan, mutta mielikuva voi muuttua, mikäli näkee muidenkin ikäistensä käyvän teatterissa. Toisaalta yhteinen kokemus ystävän kanssa kuului myös merkittävästi nuorten aikuisten teatterissakäyntikokonaisuuteen.

5.2.3. *Onnistunut kulttuuri-ilta jatkuu kokemuksia vaihtaen*

Kysyin haastateltavilta millainen on heidän mielestään ideaali teatteri-ilta ja mitä siihen kuuluu. Haastateltavien mukaan teatteriesityksen jälkeen voisi mennä ravintolaan tai kahvilaan jatkamaan iltaa ja keskustelemaan kokemuksista.

H: Pitääkö fiiliksen jatkua esityksen jälkeen? Liittyykö ne kulttuurielämykseen?

N22v: Mun mielestä liittyy!

M21v: Kyllä.

N22v: Tärkeää että voi jutella kaverin kaa ja käydä se läpi, niin voi itsekin jäsentää sen päässään paremmin. Se vaan jää ihan kesken jos käy vaan kattoon ja lähtee kotia. Sama pätee kaikessa: konsertit, leffat

M21v: Toinen saattaa huomata jotain, mitä itse ei huomannut.

N22v: Mennään vaikka kahville, viinilasilliselle tai syömään. Ymmärrän kyllä miksi ihmiset tykkää tehdä sitä.

Pyysin haastateltavia erittelemään mistä hyvä kulttuurielämys koostuu. Haastateltavien mukaan ensisijaisesti esityksen pitäisi olla hyvä ja sellainen, jossa on intensiteettiä ja heittäytymistä. Haastateltavat kokivat myös, että yleisöllä on merkitystä hyvän kulttuurielämyksen syntymisessä.

N22v: Tietenkin se, että esitys on hyvä. Joskus on ollut tosi hyvä esitys, mutta tosi vähän ihmisiä tai joku järjestelyissä mennyt pieleen. Tosi paljon muita asioita mitkä tekee sen. Tietenkin hyvä seura, paikka missä se pidetään, ihmisillä on puhelimet pois päältä, lapset ei huuda kesken esityksen. Sekin vaikuttaa. Joskus on tullut oikein harmillinen olo, kun on mennyt kuuntelemaan klassista musiikkia ja siellä on ollu kourallinen ihmisiä, niin kyllä se syö vähän fiilistä.

Nuorille teatterissa käymisessä sosiaalinen vuorovaikutus toisten kanssa on merkittävässä roolissa. Tutkimukseen osallistuneet kokivat, että teatteriesityksen jälkeen kokemuksia olisi hyvä vaihtaa keskustellen esimerkiksi ravintolassa tai kahvilassa. Kansallisooppera on houkutelut oopperaan nuoria aikuisia järjestämällä 18-30-vuotiaille suunnattuja nuorisoiiloja, joissa oopperaesityksen jälkeen nuorisoiiltaan osallistuvat voivat nauttia Kansallisoopperan lämpiössä syötävää ja juotavaa sekä tavata illan solisteja (Ängeslevä 2010, 13). Tällainen toiminta lisää nuorten keskinäistä vuorovaikutusta ja viestittää nuorille, että tässä tilaisuudessa voi tavata uusia ihmisiä ja viettää aikaa muiden nuorten kanssa. Tällöin myös kulttuuripalvelun houkuttelevuus lisääntyy nuorten silmissä. Kansallisoopperan nuorisoiilat ovat olleet niin suosittuja, että 300 lipun kiintiö on myyty lyhyessä ajassa loppuun (Ängeslevä 2010, 13).

5.2.4. Kehittämideoita

Haastattelun viimeinen teema käsitteli kehittämideoita. Kysyin haastateltavilta millaisia kehittämideoita heillä on tullut mieleen illan aikana. Haastateltavien oli vaikea määritellä yhtä tiettyä kehittämiskohdetta, mutta yleinen mielipide oli

se, että ihmiset eivät tiedä mitä kaikkea teatterissa voi nähdä ja kokea. Yhdeksi haasteeksi eräs haastattelija epäili markkinointia.

N23v: Ensimmäisenä on selvittää ne ongelmat, mistä aiheutuu että miten se markkinoidaan ja saada ihmiset tänne. Se on se ensimmäinen, siitä voi jatkaa kehittämistä. Suurin kynnyksysymys on miten saadaan nuoret tänne. Täällä on puitteet kunnossa, kun ne saadaan jotenkin rullattua tuosta ovesta sisälle.

Haastateltavat pohtivat vaihtoehtoa, jossa nuoret tutustuisivat koululuokkien kautta teatteriin ja siihen kuuluisi myös esitysten läpikäynti yhdessä muiden kanssa. Tällöin nuoret huomaisivat, että muutkin pitivät esityksestä. Eräs haastateltava totesi tilanteen seuraavasti.

M21v: Jos ne nuoret nyt ei käy teatterissa, ne ei käy 20 vuoden kuluutaakaan, jos ei niitä nyt saa tänne. Sama kuin urheilussa, jos ei nyt harrasta, niin ei sitä aloita vanhanakaan.

Tutkimukseen osallistuneet nuorten aikuisten mielestä tärkein kehittämistoimenpide on saada nuoria tutustumaan teatteriin. Suurimmaksi esteeksi käydä teatterissa haastateltavat näkivät, että ihmisillä ei ole tietoa mitä teatterin seinien sisäpuolella tapahtuu. Tähän yhtenä syynä voi olla markkinointi, kuten eräs haastateltavista totesi. Markkinointi voi omalta osaltaan houkuttaa kuluttajia teatteriin, mutta usein sellaiset henkilöt, jotka eivät ole kiinnostuneita teatterin tarjonnasta eivät edes huomaa teatterin mainoksia ja muita markkinointimateriaaleja. Kuten tutkimukseenkin osallistuneet nuoret aikuiset totesivat, merkittävin tekijä olisi saada nuoret tutustumaan teatteriin ja mielenkiinnon herättäminen. Nuorille voisi olla helpompaa tutustua teatteriin yhdessä muiden samanikäisten kanssa, esimerkiksi nuorille suunnatut tapahtumat, kohdennetut esitykset tai taidekasvatukselliset projektit koulujen kanssa voivat lisätä nuorten aikuisten mielenkiintoa teatteria kohtaan.

6. JOHTOPÄÄTÖKSET

Johtopäätöksissä tarkastelen tutkimukseni empiirisestä osiosta saatuja tuloksia ja aikaisemmin esittämiäni näkemyksiä sekä ilmiöitä, jotka vaikuttavat nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyyteen.

Ikääntyvä yleisö ja makuvallinnat

Bourdieuun (1984) distinktioteorian mukaan maku on vahvasti sidoksissa yhteiskuntaluokkiin, sosiaaliin suhteisiin sekä yhteiskunnallisiin hierarkioihin ja kulttuurivalinnoilla viestitetään muille ihmisille omasta arvomaailmastaan ja makutottumuksistaan. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset näkevät, että tyypillinen teatterissa kävijä on bourdieulainen legitimiin kulttuurimaun omaava yläluokkainen nainen ja liittävät teatterissa käymiseen ylellisen elämän, hyvän toimeentulon ja kalliit merkkituotteet. Nuoret aikuiset eivät näe itseään tyypillisenä teatterissakävijänä, eivätkä täten voi samaistua teatteriyleisöön. Bourdieun distinktioteorian mukainen hierarkkinen yhteiskuntaluokittelu vaikuttaa vahvasti nuorten aikuisten mielikuvissa ja tämän vuoksi nuoret aikuiset mieltävät teatterissa käymisen ikäihmisten ja sofistikoituneen, bourdieulaistyyppisen yläluokan harrastukseksi.

Tähän on olemassa varmasti useita syitä miksi nuoret aikuiset kokevat teatterissa käymisen niin voimakkaasti iäkkäämpien ihmisten ja niin sanotun yläluokan harrastukseksi. Ensinnäkin mielikuviin vaikuttaa fakta; kulttuuripalveluiden yleisö on ikääntynyt ja ikääntyy yhä. Ilmiö koskee kaikkia perinteisiä kulttuuripalveluja ja on havaittavissa myös kansainvälisellä tasolla. Teatterissa käyminen koetaan ikäihmisten harrastukseksi, koska yleisöstä suurin osa on keskiikäisiä tai sen yli olevia ihmisiä, yleensä naisia. Teatteriyleisön ikääntyminen näyttää jatkuvan tulevaisuudessa, sillä nuoret aikuiset eivät automaattisesti ikääntyessään tule teatterin asiakkaiksi.

Toiseksi näkemykseen vaikuttaa varmasti se seikka, että nuoret aikuiset ja aikaisemmat sukupolvet elävät hyvin erilaisessa maailmassa. Bourdieun (1984) distinktioteorian mukaan kulttuuriin liittyvillä makutottumuksilla ihmiset välittivät kuvan omasta yhteiskuntaluokastaan ja yläluokka kulutti luonnollisesti korkeakulttuuria. Nykyajan nuorille aikuisille tämäntyyppisen kulttuuripääoman merkitys on muuttunut. Heille vanhan korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin raja on murtunut. Enää ei tiettyjen kulttuuripalvelujen käyttö välttämättä kerro suoraan kävijän yhteiskunnallista asemaa tai koulutustaustaa, vaan pikemminkin nykyajan nuorten aikuisten kulttuurivalintoihin liittyy poikkeusteellisuus, viihtyminen, elämyksellisyys ja tapahtumallisuus sekä kaikkiruokaisuus. Elitistinen maku saa rinnalleen valintoja populaarista kulttuurista ja näin makutottumukset eivät enää yhtä selkeästi kuvasta tiettyä yhteiskunnallista asemaa ja koulutustasoa. Nuoret aikuiset vaativat käyttämiltään kulttuuripalveluilta elämyksellisyyttä ja tapahtumallisuutta, silloin voi syntyä merkittävä kulttuurielämys. Yksilön statusta nostettava kulttuurin kuluttamistapa saa väistyä sävähdyttävien ja tunteita herättävien kulttuurielämysten tieltä. Yhteiskunnan pirstaloituminen heijastuu myös nuorten aikuisten arvo- ja asennemaailmaan; suuret kertomukset ovat väistyneet ja tilalle ovat tulleet pienet tarinat. Valinnat ovat yhä enemmän yksilöllisiä poimintoja kokonaisuudesta.

Bourdieun makuluokituksen mukaan korkeasti kouluttautuneet, hyvätuloiset ihmiset omaavat legitiimin kulttuurimaun, jolloin he myös toimivat hyvän maun määrääjinä. Mikä on tulevaisuuden legitiimi kulttuurimaku, kun perinteiset kulttuuripalvelut menettävät merkitystään, eivätkä näyttäytyä nuorille aikuisille houkuttelevina ja samalla kaikkiruokaisuus yleistyy? Onko tulevaisuuden legitiimi kulttuurimaku kaikkiruokaisuus, jossa valintoja tehdään sekä korkeakulttuurin että populaarikulttuurin piiristä? Vai säilyttävätkö tietyt kulttuuripalvelut elitistisen leiman, jolloin vain niitä käyttämällä voidaan osoittaa legitiimiä kulttuurimakua? Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset mieltävät yläluokkaisuuteen yhä tietyt kulttuuripalvelut, kuten teatteripalvelut. Samalla nämä palvelut eivät kuitenkaan houkuttele nuoria aikuisia. Uskon, että elitistisen leiman omaavat kulttuuripalvelut eivät ilman uudistumista pysty houkuttelemaan tulevaisuudessa nuoria aikuisia.

sia kävijöikseen. Korkeakulttuuri ei varmastikaan tule syrjäytymään kokonaan, mutta mielestäni tulevaisuuden legitiimiin makuun tulee todennäköisesti kuulu-
maan enenevässä määrin kulttuurivalintojen osalta suvaitsevaisuus ja monipuolisuus sekä poikkitaiteellisuus.

Bourdieu'n näkemys taisteluista yhteiskunnan eri pelikentillä on myös ajan muuttuessa saanut uudenlaisia painotuksia. Nuorten aikuisten kohdalla sosiaalisen pääoman hankinta on korostunut ja he ovat valmiita panostamaan tämän pääoman kasvattamiseksi. Sosiaalinen media kuvastaa sosiaalisen pääoman kertymistä hyvin. Se, jolla on enemmän kavereita, sillä on myös enemmän suhteita ja verkostoja, joiden kautta puolestaan saadaan lisää sosiaalista pääomaa. Nuorille aikuisille tiettyjen pääomien kerryttäminen on tullut helpommaksi globalisoitumisen ja koulutustason kasvamisen myötä, esimerkiksi ylioppilastutkinto on jo hyvin yleinen, eikä niinkään enää yksi merkittävä kulttuurisen pääoman muoto. Samoin on käynyt korkeakulttuurin kohdalla; nuoret aikuiset eivät miellä, että korkeakulttuurin kuluttamisen kautta lisättäisiin itselle merkityksellistä kulttuurista pääomaa.

Arvokas vapaa-aika

Nuoret aikuiset hakevat vapaa-ajaltaan sosiaalisia suhteita toisten ikäistensä kanssa. Yhteisöllisyys, yhteenkuulumisen tunne ja yhteinen tekeminen ystävien kanssa kuuluvat nuorten aikuisten ideaaliin vapaailtaan. Tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset kokivat, että teatteriin voi mennä viettämään ystävän kanssa "glamourhetkiä", johon kuuluu myös erityinen valmistautuminen kuten laittautuminen ja pukeutuminen tai illan jatkaminen yhdessä ystävien kanssa, esimerkiksi ravintolassa syöden ja kokemuksia vaihtaen. Vasta solmitun ihmis-suhteenkin kanssa voi mennä teatteriin, mutta teatteri ei ole sellainen paikka, johon nuoret menisivät viettämään vapaa-aikaa tai tapaamaan uusia ihmisiä. Teatterissa käyminen ei ole nuorille normaalin vapaa-ajan viettotavan yksi vaihtoehto, vaan teatterissa käymiseen liitetään erikoistilaisuuden leima, minne myös valmistaudutaan ennakkoon.

Spontaaninen teatterissa käyminen vähenee, koska teatteriin menemiseen liitetään ennakkovalmistautumisen vaatimukset. Suurempi syy olla käymättä spontaanisti teatterissa on kuitenkin vapaa-ajan aikatauluttaminen. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset haluavat viettää vapaa-aikaa ilman aikataulurasitteita. Kalenterissa oleva merkintä on hektisessä arjessa yhtä kuin tekemätön työ ja tällöin tekemättömästä työstä syntyy stressiä. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kokivat työlääksi etsiä itselleen sopiva ajankohta ja seuralainen, jonka kanssa teatteriin voisi mennä, myös lippujen saatavuus haluttuun esitykseen epäilytti. Helpommaksi koettiin elokuvissa käyminen, koska tarjontaa ja esityksiä on enemmän sekä elokuvissa oleminen on vapaamuotoisempaa, esimerkiksi pukeutumisen suhteen. Myös niin sanotuissa matalan kynnyksen paikoissa, kuten kirjastossa tai ravintolamiljöössä, käyminen oli spontaanimpaa, vaikka kyseessä olisikin ollut teatteriesitys.

Nuoret valitsevat vapaa-ajan viettotapansa usein henkilökohtaisten ominaisuuksiensa tai sosiaalisten suhteidensa mukaan. Sukupuolen ja koulutuksen lisäksi kotitaustalla ja sosiaaliluokalla on vaikutusta nuorten vapaa-ajan viettoon ja harrastuksiin. (Helve 2009, 252.) Tutkimukseeni osallistuneilla nuorilla aikuisilla ei ollut lapsuudenkodissa tapana käydä teatterissa. Bourdieun mukaan yksilön habituksen syntymiseen vaikuttavat lapsuudessa perheessä opitut tavat, elämäntyyli ja maut. Ei ole siis syytä vähätellä lapsuuden kasvuympäristön merkitystä. Kotona opitut tavat jatkuvat usein myös aikuisiällä. Jos nuoret ja nuoret aikuiset eivät käytä teatteripalveluita vapaa-aikanaan, tullaan helposti ajatukseen, että kaikkien nuorten on käytävä teatterissa, vaikka sitten koululuokan kanssa.

Taidekasvatuksellisesta toiminnasta teatterin ja koulun välillä on varmasti olemassa onnistuneita esimerkkejä, mutta valitettavan usein näkee yhdistettävän lapset ja nuoret samaan kohderyhmään. Tärkeää olisikin, että kasvatukselliset ambitionit kohdistuisivat nimenomaan nuoriin aikuisiin. Tutkimukseeni osallistuneet nuoret aikuiset olivat kokeneet kiinnostavaksi West Side Story -musikaalin, koska siinä oli esiintynyt muita nuoria ja itse musikaali oli nuorisomusikaali ja

klassikkoteos. West Side Story toteutettiin yhteistyössä Oulun kaupunginteatterin, Oulun seudun ammattikorkeakoulun, Oulun konservatorion, Oulun seudun ammattiopiston, Oulun yliopiston Kasvatustieteiden ja opettajakoulutuksen yksikön, Madetojan musiikkilukion, Oulun Suomalaisen Yhteiskoulun lukion sekä Musica ry:n kesken (teatteri.ouka.fi). Tutkimukseni ja West Side Storyn saaman kysynnän ja kiinnostavuuden mukaan näyttäisi, että itse tekeminen, osallistumisen mahdollistaminen ja kiinnostava sisältö houkuttelevat nuoria teatterin pariin sekä katsojina että tekijöinä.

Palvelun käyttöön liittyvien käytännölliset tekijöiden merkitys

Julkisin varoin tuotettuja kulttuuripalveluita, kuten teatteripalveluita, tarjoillaan melkein pä poikkeuksetta jyhkeistä ja arvokkaista rakennuksista käsin. Tutkimukseni mukaan Oulun kaupunginteatteri rakennuksena jo pelkällä ulkomuodollaan karkotti nuoria aikuisia ja paikkana teatteri koettiin oudoksi ja vaikeasti lähestyttäväksi. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset liittyvät paikkaan tietynlaisen arvokkuuden ja hienostelevan yläluokkaisuuden, mutta mielikuvia voidaan muuttaa ja kynnyistä madaltaa esimerkiksi järjestämällä teatterirakennuksessa nuorille aikuisille suunnattu tapahtuma. Paikan toisenlainen käyttö herättää nuorissa aikuisissa kiinnostusta ja mielikuvat itse kaupunginteatterista muuttuvat, vaikka tapahtuman järjestäjäorganisaatio olisikin jokin muu kuin teatteri itse. Tutkimukseni mukaan myös teatterirakennuksen hyödyntäminen kaupunkitilassa koettiin kiinnostavaksi. Teatterin kommunikointi ulkomaailmaan, esimerkiksi projisoimalla kuvaa ja/tai ääntä teatterirakennuksen seinään elävöitti itse rakennusta ja sen ympäristöä.

Tutkimuksessani nousi esille, että tapahtumallisuus kiinnostaa nuoria aikuisia. Kulttuuritilaisuuden tapahtumallisuus nousi esille sekä merkittävien kulttuurielämysten että teatterirakennusta paikkana käsittelevän keskustelun yhteydessä. Tapahtumat antavat nuorille aikuisille selkeän ajankohdan, johon kiinnittää vapaa-ajan suunnitelmansa ja todennäköisesti sama tapahtuma kiinnostaa

myös muita oman sosiaalisen verkoston jäseniä. Tapahtuman sisältö on kuitenkin ratkaisevin tekijä siihen osallistuuko nuoret tapahtumaan vai ei.

Tutkimukseni osallistuneet nuoret aikuiset kokivat, että teatterissa ensikertalaisen on vaikea löytää oikeat paikat ja tarjolla olevat palvelut helposti ja vaivattomasti. Ei-kävijöille on epäselvää myös mikä teatterissa on sallittua ja mikä ei. Nuorten aikuisten teatterissa käymättömyyteen vaikuttaa myös paikassa käyttäytymisen epätietoisuus; ei tiedetä tarkalleen mitä kuuluisi tehdä missäkin välissä. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kokivat, että teatteriesityksen katsominen ei vaatinut erillisosaamista tai teatteritaiteen syvällisempää tuntemusta. Teatteriesitys koettiin siinä mielessä helpoksi taidemuodoksi, että siitä pystyi nauttimaan, vaikka ei tuntenut taidemuotoa, mutta mikäli teatteriesityksestä keskustelisi muiden kanssa, niin tällöin olisi hyvä tuntea myös teatteriesityksen taustoja. Saamani tutkimustulokset eroavat aikaisemmista, klassisen musiikin ei-kävijöistä, saaduista tuloksista. Siinä missä ei-kävijät kokivat, että klassisen musiikin kuunteluun tarvittiin erityisosaamista, niin minun tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kokivat, että teatterista pystyy nauttimaan, vaikka yksityiskohtaisempaa tietämystä alasta ei olisikaan. Tämä on teatterin kannalta hyvä tulos siinä mielessä, että nuorilla aikuisilla ei ole suurta kynnystä itse taidemuotoa kohtaan.

Tutkimukseeni osallistuneet nuoret aikuiset olivat hyvin tietoisia teatterilippujen hinnoista. Tutkimukseni mukaan hinta ei ole käytön este, vaan hintaa suurempi merkitys on sisällöllä. Tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset toivovat lisää kevyempiä esityksiä. Kevyempien esitysten toivominen voi liittyä niiden helpouteen; komediallista esitystä on helppo mennä seuraamaan, kun ei tarvitse pelätä, että ei ymmärrä esitystä ja sen sanomaa. Kevyiden esitysten toivominen voi liittyä myös siihen, että ei-kävijät yleisesti uskovat, että itselleen tuttu teatterimuoto on viihdyttävää. Useimmille harvoin teatteriesityksiä nähneille kuitenkin komedialliset esitykset ovat entuudestaan tuttuja. Lisäksi hauskojen esitysten toivominen voi liittyä nuorten aikuisten vapaa-ajanviettoon yleisemmin. Nuorten vapaa-aikaan liittyy hauskanpito. Mikäli tullaan teatteriin, nuoret haluavat kokea

positiivisia, naurattavia ja rentouttavia elämyksiä ja tällaista mielentilaa on helppo jatkaa esimerkiksi ravintolassa esityksen jälkeen. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset toivoivat enemmän oman ikäisiä nuoria esiintyjiksi ja erityisesti nuorille suunnattuja esityksiä. Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kokivat myös, että teatterilippujen saaminen haluttuun esitykseen on työlästä. Teatteriliput tulisi varata hyvissä ajoin ja tällöin vapaa-ajan vieton spontaanisuus häviää. Aina ennakoivalmistelut eivät takaa lippujen saamista haluttuun esitykseen.

Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kokevat, että teatteripalveluiden markkinointi ei ole kohdennettu nuorille. Markkinoinnissa toivottiin käytettävän nuorekasta ilmettä, toiminnallisia kuvia ja muutenkin mainosten toivottiin herättävän tunteita. Nuoret aikuiset kokivat, että palveluiden markkinointi tavoittaisi heidät paremmin, mikäli teatterin palveluita markkinoitaisiin nuorten käyttämällä foorumeilla, kuten sosiaalisessa mediassa. Tietoa teatteriesityksistä nuoret aikuiset olivat saaneet sähköpostin kautta ja netistä. Perinteinen lehtimainonta ei saavuttanut ei-kävijöitä, koska monelle ei tullut päivittäistä sanomalehteä kotiin. Samalla nuoret aikuiset kuitenkin totesivat, että on erittäin vaikeaa tehdä sellaista markkinointia, joka puhuttelisi kaikkia kohderyhmiä. Tutkimuksen mukaan, nuoret aikuiset kaipaavat heille kohdennettuja esityksiä ja tapahtumia, jotka kampanjan tavoin näkyisivät nuorten elinpiirissä; yliopistolla, kahviloissa ja facebookissa.

Onnistunut teatterielämys

Tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kaipaavat elämykselliseltä teatteri-illalta mielenkiintoista ja tunteita herättävää esitystä ja sosiaalista yhdessäoloa ystävien kanssa. Tutkimukseen osallistuneet nuoret aikuiset kokivat, että teatterikokemukseen kuuluu, että esityksestä mennään keskustelemaan kahvilaan tai ravintolaan. Teatterissa saavutetun tunnelman on tarkoitus jatkaa teatterirakennuksen ulkopuolellakin. Tärkeää onkin pohtia, että miten tämä teatterissa saavutettu tunnelma säilytetään ja kenen vastuulla se on? Tuleeko teatterin laajentaa palveluitaan siten, että se pitää huolta yleisöstään myös rakennuksen ulko-

puolella, esityksen jälkeen? Tällaisissa tilanteissa teatterin yhteistyö ravintoloiden kanssa tai teatterin oman ravintolan toiminta on tärkeässä roolissa. Muiden palveluiden läheisyys on myös tärkeää. Kahvilan tai ravintolan tulisi olla kävelymatkan päässä teatterista.

Nuoret aikuiset kokivat, että onnistuneeseen teatterielämykseen kuuluu myös yleisön läsnäolo ja sen määrä sekä rakenne. Mikäli yleisöä on vähän tai se on huomattavasti nuorempaa tai vanhempaa kuin kävijä itse, tulee helposti olo, ettei ole oikeassa paikassa. Mikäli yleisössä on muita nuoria, tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kokivat, että tarjonta on suunnattu myös heille ja arvostus tarjontaa kohtaan koheni. Tutkimuksessa nousikin useassa kohtaa esille nuorten aikuisten monipuolinen huomioiminen kohderyhmänä. Teatteri voisi kohdentaa jotain tiettyjä esityksiä erityisesti nuorille aikuisille. Näitä esityksiä voitaisiin markkinoida nuoria puhuttelevasti ja nuorten käyttämiä kanavia hyödyntäen. Lisäksi esityksen jälkeen voisi olla erillinen vapaamuotoinen iltatilaisuus esimerkiksi kahvilassa tai ravintolassa.

Nuoria aikuisia motivoi teatterissa käymiseen uudet elämykset ja sosiaaliset suhteet. Tutkimuksessani tuli esille, että nuoret aikuiset voivat yllättyä positiivisesti teatteriesityksestä, koska aina esityksen nimestä ja kuvauksesta ei voi päätellä millainen esitys on. Kulttuuriin liittyvät valinnat tehdään hyvin yksilöllistä lähtökohdista ja mikäli kohde ei ole entuudestaan tuttu, voi valinta onnistua tai epäonnistua. Nuoret aikuiset ovatkin valinnoissaan tarkkoja ja valitsevat tarjonnasta takuuvarmat elämykset. Tutkimukseni mukaan nuorten aikuisten kulttuuriin liittyviä valintoja ohjaa ainutlaatuisen kulttuurielämyksen metsästys, mutta samalla ei uskalleta ottaa riskiä täysin tuntemattoman taidemuodon tai esityksen suhteen. Keskinertainen kulttuurikokemus tai kyllästyminen teatterin katsomossa ovat ei-kävijän pahimpia skenaarioita.

7. LOPUKSI

Tutkimukseni tarkoituksena oli tutkia teatterin ei-kävijöitä, siis sellaisia henkilöitä, jotka voisivat tyypillisesti käydä teatterissa, mutta jotka syystä tai toisesta eivät sitä tee. Tutkimukseeni valitut henkilöt olivat koulutettuja, nuoria aikuisia, jotka asuivat kaupungissa. Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia heidän mielipiteitään ja näkemyksiään teatteripalveluiden käyttämättömyydestä. Tarkoituksellisesti käsittelin aihetta myös yleisemmällä tasolla, koska ilmiönä kulttuurin kuluttamattomuus on mielenkiintoinen ja yhtäläisyyksiä löytyy eri kulttuureissa ja eri taidemuotojen yhteydessä tehdyissä tutkimuksista. Tutkimukseni liittyy yleisöjen tutkimisen ja kehittämisen teemaan, joka on keskeinen kysymys taidehallinnon alalla.

Tutkimukseni alussa toin esille muutaman keskeisen havainnon, jotka vaikuttivat tutkimukseni suuntautumisessa. Ensinnäkin kysymys on nuorten aikuisten valinnoista liittyen kulttuuritarjontaan eli yleisesti on ollut vallalla ajatus, että nuoret aikuiset tulevat perinteisen korkeakulttuurin kuluttajiksi kun he ikääntyvät ja heidän makunsa muuttuu. Edellä mainittu näkemys on kuitenkin tutkimusten valossa kumottu, sillä ikääntyminen ei automaattisesti lisää kulttuurin kuluttamista. Kasvaminen teatteri- ja muiden kulttuuripalveluiden käyttäjiksi on vähäisempää kuin aiempina vuosikymmeninä. Tästä kehityksestä seuraa vääjäämättä yleisön ikääntyminen ja ilman yleisöpohjan uudistumista, näivettyminen. Toinen huomio tutkimukseni taustalla, oli se, että nuoret ikäryhmät ovat suurimpia ikäluokkia erityisesti isommissa kaupungeissa. Kun yleisesti uskotaan, että suurin ikäluokka on sodan jälkeen syntyneet, niin suurissa ja erityisesti yliopisto-kaupungeissa tilanne on toinen. Nuoret aikuiset, 20-30-vuotiaat, ovat myös Oulussa suurimmat ikäryhmät.

Suoritin tutkimukseni empiirisen osan Oulun kaupunginteatterissa, jossa kävimme katsomassa näytelmän Sotaturistit. Ennen näytelmää ja heti näytelmän

jälkeen pidin vapaamuotoiset keskustelutilaisuudet, joissa käsitelimme ennakolta valitsemiani aiheita ja muita keskustelun aikana nousseita asioita.

Kappaleessa kolme esittelin ilmiöitä ja näkemyksiä, jotka liittyvät kulttuuripalveluiden käyttämättömyyteen. Kävin läpi kulttuuritilaisuuksien ikääntymiseen liittyvät tutkimustulokset sekä klassisen musiikin että teatterin osalta. Lisäksi tarkastelin kulttuurivalintoihin liittyviä makuasioita Pierre Bourdieun mukaan sekä Alasuutarin kaikkiruokaisuuteen liittyvää näkemystä. Seuraavaksi tarkastelin nuorten aikuisten arvojen ja asenteiden muutokseen liittyviä seikkoja sekä vapaa-ajan viettoon liittyviä asioita. Esittelin myös teatteripalveluihin liittyviä käytännön asioita, kuten teatterilipun hintaa suhteessa sen sisältöön ja markkinointia. Lopuksi käsitelin motiiveja kokea kulttuuria.

On todettava, että teatteripalveluiden käyttämättömyydelle ei ole olemassa yhtä ainoaa syytä, vaan syyt liittyvät sekä yksilöiden makuun ja mieltymyksiin liittyviin valintoihin kuin koko ikäryhmän käyttäytymiseen ja vapaa-ajan viettoon liittyviin asioihin. Tutkimukseni keskeisemmät löydökset voidaan tiivistää neljään eri kohtaan. Ensinnäkin nuoret aikuiset mieltävät teatterissa käymisen ikäihmisten ja yläluokan harrastukseksi ja tämän vuoksi he eivät pysty samaistumaan teatteriyleisöön. Nuoret aikuiset kokevat, että teatteripalvelut eivät ole suunnattu heille, vaan niiden käyttö liittyy sofistikoituneen ja hienostelevan yläluokan elämäntyyliin. Nuorille aikuisille teatteripalveluiden käyttäminen ei tuo lisäarvoa, koska heille perinteisen korkeakulttuurin kuluttaminen ei edusta sellaista kulttuurista pääomaa, joita he haluavat tavoitella.

Toinen keskeinen löydös liittyy nuorten aikuisten vapaa-ajanviettoon liittyviin tekijöihin. Nuoret aikuiset haluavat viettää vapaa-aikaansa spontaanisti, ilman etukäteissuunnittelua ja yhdessä ystävien kanssa. Sosiaalinen kanssakäyminen ystävien kanssa, uusien ihmissuhteiden luominen ja vapaamuotoinen käyttäytyminen ovat asioita, jotka ovat tärkeitä nuorille aikuisille. Teatterissa käyminen ei edusta nuorille aikuisille rentoa ja nuorekasta vapaa-ajanviettotapaa, vaan he

kokevat, että teatteriin menemiseen liittyy ennakkovalmistautuminen ja vapaa-ajan aikatauluttaminen.

Kolmanneksi tutkimukseni mukaan ei-kävijät kokevat, että teatteri rakennuksena ja paikkana ei houkuttele nuoria aikuisia. Paikka koetaan oudoksi ja luotaantumattomaksi. Paikka saa uudenlaisia merkityksiä ja muuttuu houkuttelevaksi, mikäli siellä järjestetään nuorille suunnattuja tapahtumia tai kun teatteri levittäytyy seinien ulkopuolelle. Ei-kävijät kokivat myös, että teatterissa tarjottavista palveluista ja siitä, mikä on sallittua, ei saanut riittävästi tietoa. Paikalla on ei-kävijöille suuri merkitys, sillä sellaiset teatteripalvelut, joita tarjotaan esimerkiksi ravintolatyypisessä miljöössä, koettiin helposti lähestyttäväksi ja niihin pystyi menemään spontaanisti. Neljänneksi tutkimukseni mukaan nuoret aikuiset kokivat, että teatteripalveluiden markkinointi ei puhuttele heitä. Nuoret aikuiset kaipasivat markkinointiin enemmän tunnetta, nuorekasta ja menevää ilmettä. Ei-kävijät kokivat, että markkinointi ei ollut suunnattu heille, vaan sellaisille jotka käyvät teatterissa muutenkin. Lisäksi nuoret aikuiset odottivat, että markkinointi saavuttaisi heidät heidän itsensä käyttämällä foorumeilla, kuten internetissä ja facebookissa.

Tutkimuksessani saatujen tulosten pohjalta olen sitä mieltä, että suurin nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyyteen liittyvä asia on se, että teatteri ei keskustele nuorten kanssa. Teatteri ei ole läsnä nuorten aikuisten elämässä henkisellä eikä fyysisellä tasolla. Tällä tarkoitan sitä, että teatteriesitysten tulisi sisällöllisesti puhutella nuoria aikuisia. Nuorille aikuisille tulisi olla tarjolla erityyppisiä vaihtoehtoja musikaaleista komedioihin ja draamaan. Nuorille aikuisille suunnatuista esityksistä tulisi kampanjoida nuorten käyttämällä foorumeilla. Nuoret aikuisten tulisi voida kokea teatteri paikkana viihdyttäväksi ja kotoisaksi. Esitysten jälkeen voisi järjestää nuorille vapaamuotoisia iltamia, joihin nuoret voisivat osallistua ilman ennakkovalmistautumista ja tavata muita ikäisiään. Nuorille aikuisille on tärkeää tietoa, että tilaisuudessa on muitakin nuoria. Teatterin tilat voitaisiin avata osittain normaalista tarjonnasta poikkeavalle toiminnalle, kuten esimerkiksi kahvilatoiminnalle tai tiloissa voitaisiin esimerkiksi järjestää nuorten

musiikkitapahtumia. Tällöin nuoret tutustuisivat teatteriin paikkana ja henkinen kynnys käydä uudestaan samassa paikassa madaltuisi. Lisäksi monipuolinen tarjonta auttaisi teatteria luomaan nuorekasta imagoa ja täten nuorten silmissä teatterin korkeakulttuurin leima hälväisi. Teatterin produktiot, joissa nuoret itse pääsevät lavalle, kuten Oulun kaupunginteatterin ja yhteistyökumppaneiden kanssa toteutettu menestyksekkäs West Side Story osoitti, että nuoret ovat kiinnostuneita toisten nuorten tekemistä esityksistä ja haluavat olla osaltaan mukana esityksen nostattamaa ”huumaa”.

Tutkimukseni on osaltaan valaissut nuorten aikuisten teatteripalveluiden käyttämättömyyden syitä. Ilmiötä voi ja tulee tarkastella suuremmissakin mittakaavoissa, esimerkiksi isompien osallistujajoukkojen tai useampien eri esitysten kautta. Myös kvalitatiivisia ja kvantitatiivisia tiedonkeruumenetelmiä voisi yhdistää, jotta ilmiöstä saisi laajempia tuloksia. Jatkotutkimusaiheita käsillä olevasta teemasta saisi useita. Mielenkiintoista olisi tutkia tarkemmin eri esitysten vaikutusta ei-kävijöihin ja myöskin seurata prosessia pidemmällä aikavälillä. Myös Bourdieun distinktioteorian mukaista habituksen merkitystä olisi mielenkiintoista tarkastella lähemmin. Toinen mielenkiintoinen tutkimusaihe voisi liittyä kulttuuripalveluiden kehittämiseen. Onko kulttuurilaitosten uudistuminen niiden elinehto, jotta ne pärjäisivät tulevaisuudessa ja miten laitosten tulisi uudistua, jotta ne houkuttelisivat uutta yleisöä?

LÄHTEET

Alasuutari, Pertti 2009. Snobismista kaikkiruokaisuuteen: musiikkimaku ja koulutustaso. Teoksessa Liikkanen, Mirja (toim.). Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat. Helsinki: Gaudeamus. s. 81-100.

Borgonovi, Francesca 2008. Lower prices improve diversity in the performing arts: Is this true and does it matter? *Journal of social policy*, 37 (1). pp. 63-79.

Bourdieu, Pierre 1984. *Distinction. A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul.

Bourdieu, Pierre 1985. Sosiologian kysymyksiä. Tampere: Vastapaino.

Cantell, Timo 1993. Musiikkijuhlien yleisöt. Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, tilastotietoa taiteesta nro 7.

Cantell, Timo 1996. Kaupunkifestivaalien yleisöt. Kuopio Tanssii ja Soi, Tampereen Teatterikesä, Turun musiikkijuhlat, Ruisrock. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, tilastotietoa taiteesta nro 14.

Cantell, Timo 1998. Festivaalien yleisöt. Helsingin juhlaviikot ja Joensuun Lau-lujuhlat. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, tilastotietoa taiteesta nro 19.

Cantell, Timo 2003. Nykytanssin yleisöt. Tutkimus Tanssiareena 2000-festivaalin kävijöistä. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta, tilastotietoa taiteesta nro 31.

Cantell, Timo, Linko, Maaria, Silvanto, Satu 2005. Alueelliset kulttuurikeskukset – kulttuuridemokratian perilliset. Teoksessa Silvanto, Satu, Linko, Maaria, Keskinen, Vesa, Cantell, Timo (toim.) 2005. Kaupunkilaisten kulttuurikeskus. Tarkastelussa Stoa, Malmitalo ja Kanneltalo. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus ja Helsingin kaupungin kulttuuriasiankeskus.

Cantell, Timo 2006. Siivu arvokasta vapaa-aikaa. *Museo* 44 (2), 8-13.

Cohen, Louis, Manion, Lawrence 1994. *Research Methods in Education*. London: Routledge.

Eurostat Pocketbooks, Cultural statistics 2007. European commission.

Grönfors, Martti 1985. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. Juva: WSOY.

Helve, Helena 2001. Nuorten muuttuvat arvot ja maailmankuvat. Teoksessa Helve, Helena (toim.) 2001. Arvot, maailmankuvat, sukupuoli. Helsinki: Yliopistopaino.

Helve, Helena (toim.) 2001. Arvot, maailmankuvat, sukupuoli. Helsinki: Yliopistopaino.

Helve, Helena 2009. Nuorten vapaa-aika, luottamus ja sosiaalinen pääoma s. 250-269. Teoksessa Liikkanen, Mirja (toim.) 2009. Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat. Helsinki: Gaudeamus.

Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko ja Sajavaara, Paula, 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kirjayhtymä.

Hämäläinen, Päivi, 2009. Harrastajateatteritilastot 2008. Teatterin tiedotuskeskus.

Ilta oopperassa ensikertalaisten kanssa. 2009. Kaleva 17.5.2009, 15.

www.helsinginjuhlaviikot.fi/ekakerta. Luettu 18.8.2009.

Judén-Tupakka, Soila 2007. Askelia fenomenologiseen analyysiin. Fenomenologinen menetelmä empiirisessä tutkimuksessa s. 62-90. Teoksessa Syrjäläinen, Eija, Eronen, Ari, Värri, Veli-Matti (toim.) Avauksia laadullisen tutkimuksen analyysiin. Tampere: Tampere University Press.

Kainulainen, Kimmo 2005. Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Tampere: Tampereen Yliopistopaino.

Kaipainen Jouni 1999. Kulttuurilaitosten taloudelliset vaikutukset. Suomen Kuntaliiton sivistystoimen tutkimusprojektin toinen yhteenvetoraportti. Helsinki: Suomen Kuntaliitto.

Kanerva, Anna, Ruusuvirta, Minna 2006. Suomalaisen teatterin tulevaisuus teatterintekijöiden ja kuntien silmin. Cuporen julkaisuja 14/2006.

Kangas, Anita 1988. Keskisuomen kulttuuritoimintakokeilu tutkimuksena ja politiikkana. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Kangas, Sonja, Kuure, Tapio (toim.) 2003. Teknologisoituvu nuoruus. Nuorten elinolot -vuosikirja. Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisasian neuvottelukunta, Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimus- ja kehittämiskeskus, Stakes. Helsinki: Yliopistopaino.

- Kerttula, Riitta 1988. Teatteriesitys kommunikaatiotapahtumana. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisu D-107. Helsinki.
- Koivunen, Hannele ja Kotro Tanja (toim.) Kulttuuriteollisuus. Helsinki: Edita.
- Kolb, Bonita 1997. Pricing as the key to attracting students to the performing arts. *Journal of Cultural Economics*, 21 (2), 139-146.
- Kolb, Bonita 2000. You Call This Fun? Reactions of Young First-time Attendees to a Classical Concert. *MEIEA Journal* vol 1 no 1, 13-28.
- Kolb, Bonita 2001. The Effect of Generational Change on Classical Music Concert Attendance and Orchestras' Responses in the UK and US. *Cultural Trends*, vol. 11, no. 41, 1-35.
- Kolb, Bonita 2005. Marketing for Cultural Organisations. New strategies for attracting audiences to Classical Music, Dance, Museums, Theatre and Opera. Ireland: Thomson Learning.
- Kyselytutkimus kulttuuripalvelujen käytöstä ja kulttuurin tiedotuksesta Oulun seudulla, 2009. Oulun kaupungin ja Oulu 15 -hankkeen tilaama tutkimus Suomen Kyselytutkimus Oy:ltä.
- Lahtinen, Kai 1998. Vem tillhör teatern? Jyväskylän yliopisto, Nykyykulttuurin tutkimusyksikkö, julkaisu 58. Jyväskylä.
- Leskinen, Jaakko (toim.) 1995. Laadullisen tutkimuksen risteysasemalla. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta, Hannula, Ulla (toim.) 2005. Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981-2002. Helsinki: Tilastokeskus.
- Liikkanen, Mirja 2005. Yleisöinä – kodin ulkopuolella ja kotona. Teoksessa Liikkanen, Mirja, Hanifi, Riitta, Hannula, Ulla (toim.) 2005. Yksilöllisiä valintoja, kulttuurien pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981-2002. Helsinki: Tilastokeskus.
- Liikkanen, Mirja (toim.) 2009. Suomalainen vapaa-aika. Arjen ilot ja valinnat. Helsinki: Gaudeamus.
- Linko, Maaria 1986. Katsojien teatteri. Teatterin vastaanotto Helsingin Itäkeskuksen monitoimitalossa. Jyväskylän yliopisto, Nykyykulttuurin tutkimusyksikkö, julkaisu 2. Jyväskylä.
- McCarthy, Kevin, Brooks, Arthur, Lowell, Julia ja Zakaras, Laura (2001). *The Performing Arts in a New Era*. Washington DC: Rand Corporation.

- Mielonen, Heini 2003. Attitudes and experiences in attending classical music concert of students in their twenties. Master's Thesis, Arts Management programme. Sibelius-Akatemia.
- Metsämuuronen, Jari 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia-sarja 4. Jyväskylä: International Methelp.
- Myllyniemi, Sami 2007. Perusarvot puntarissa. Nuorisobarometri 2007. Opetusministeriö, Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisoasian neuvottelukunta. Helsinki: Yliopistopaino.
- Mäenpää, Pasi 2003. Mitä nuoret edellä... Teoksessa Kangas, Sonja, Kuure, Tapio (toim.) 2003. Teknologisoituva nuoruus. Nuorten elinolot -vuosikirja. Nuorisotutkimusverkosto, Nuorisoasian neuvottelukunta, Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimus- ja kehittämiskeskus, Stakes. Helsinki: Yliopistopaino Oy.
- National Endowment for the Arts (NEA) (2009). 2008 Survey of Public Participation in the Arts. Research Report # 49. Washington DC: National Endowment for the Arts.
- Niemi Irmeli 1983. Pääosassa katsoja. Teatteriesityksen vastaanotosta. Helsinki: Tammi.
- Oulun kaupunginteatterin nettisivut teatteri.ouka.fi. Luettu 1.11.2009.
- Peterson, Richard A., Hull, Pamela C., Kern, Roger M. (2000). Age and arts participation: 1982-1997. National Endowment for the Arts. Research Report # 42. Santa Ana, California: Seven Locks Press.
- Purhonen, Semi, Rahkonen Keijo, Roos, J. P. 2006. Johdanto, Bourdieun sosiologian merkitys ja ominaislaatu. Teoksessa Purhonen, Semi, Roos, J. P. (toim.) 2006. Bourdieu ja minä. Tampere: Vastapaino.
- Purhonen, Semi, Roos, J. P. (toim.) 2006. Bourdieu ja minä. Tampere: Vastapaino.
- Pyörälä, Eeva 1995. Kvalitatiivisen tutkimuksen metodologiaa. Teoksessa Leskinen, Jaakko (toim.) 1995. Laadullisen tutkimuksen risteysasemalla. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Roos, J.P. 1985. Pelin säännöt: intellektuellit, luokat ja kieli. Teoksessa Bourdieu, Pierre. Sosiologian kysymyksiä. Tampere: Vastapaino.
- Ruusuvuori, Johanna ja Tiittula, Liisa (toim.) Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

Salonen, Timo K. 1990. Konserttimusiikin yleisö makujen kentällä. Tutkimus konserttimusiikin yleisöstä, esimerkkinä Jyväskylän sinfoniaorkesterin yleisö. Jyväskylän yliopiston Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja, julkaisu 23. Jyväskylä.

Sanaksenaho, Sanna 2006. Eriarvoisuus ja luottamus 2000-luvun taitteen Suomessa Bourdieulainen näkökulma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Scollen, Rebecca 2008a. Bridging the divide: regional performing arts centres and non-theatre goers introduced. Applied Theatre Researcher/IDEA Journal, nro 9, s. 1-13.

Scollen, Rebecca 2008b. Regional voices talk theatre: audience development for the performing arts. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, vol 13 (1), s. 45-56.

Silvanto, Satu, Linko, Maaria, Keskinen, Vesa, Cantell, Timo (toim.) 2005. Kaupunkilaisten kulttuurikeskus. Tarkastelussa Stoa, Malmitalo ja Kanneltalo. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus ja Helsingin kaupungin kulttuuriasiankeskus.

Sorjonen, Hilppa 2001. Suunnitelmallinen markkinointi edistää taidelaitoksen tuloksellisuutta. Kuntapuntari vol. 3, s. 37-40

Sulkunen, Pekka 1982. Society Made Visible – on the Cultural Sociology of Pierre Bourdieu. Acta Sociologica 25 (2), s. 103-115.

Swanson, Scott R., Davis, J. Charlene, Zhao, Yushan 2008. Art for Art's Sake? An Examination of Motives for Arts Performance Attendance. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, vol 37 (2), s. 300-323

Syrjäläinen, Eija, Eronen, Ari, Värri, Veli-Matti (toim.) Avauksia laadullisen tutkimuksen analyysiin. Tampere: Tampere University Press.

Teatterikorkeakoulun nettisivut www.teak.fi. Luettu 1.11.2009.

Tilastokeskus. Suomen väestö 2008. www.stat.fi. Luettu 30.12.2009.

Tuomi, Jouni, Sarajärvi, Anneli 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Uusitalo, Liisa 1999. Kulttuurin markkinat. s. 131-144. Teoksessa Koivunen, Hannele ja Kotro Tanja (toim.) Kulttuuriteollisuus. Helsinki: Edita.

Valtonen, Anu 2005. Ryhmäkeskustelut – millainen metodi? s. 223-241. Teoksessa Ruusuvuori, Johanna ja Tiittula, Liisa (toim.) Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Tampere: Vastapaino.

Varto, Juha 1992. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Helsinki: Kirjayhtymä.

Ängeslevä, Heta 2010. Nuoret oopperan erikoisilloilla. Kaleva 21.3.2010, s. 13.

ilmaan. Ikääntyessään naisella rakkaus teatteriin säilyy, pukeutuu edelleen tyylikkäästi ja arvostaa laatua ja estetiikkaa ja se jokin säilyy.”



N 19 v. ”Kokosin monenlaisia kävijöitä: 50 v äiti ja hänen tyttärensä, sitte tässä on tyylikäs. n 30-vuotias pariskunta, joilla ei vielä lapsia. tässä on 40-50-vuotias pariskunta ja kaveriporukka. ja sitte on yksinäinen nainen. Kaikki on hillittyä ja tyylikästä ja he hakee särmää ja säveliä kulttuurista. Tässä kuvassa nainen laittautuu ja mies nauraa, niin mun mielestä se kuvastaa niin hyvin sitä, että teatteriin kuuluu laittautuminen ja miehet yleensä raahataan sinne mukana. Sieltä välillä tulee yhteisiä hetkiä ja ikääntymisen merkkejä vastaan. Mun mummo on sanonut, että kun pappa kuoli, että ku hänellä ei ole ajokorttia, niin hän ei niinku pääse käymään keskustassa kulttuurielämyksiä hakemassa. Elikkä ku hänet viedään keran kesässä kesäteatteriin, niin se on hirveen rentouttava kokemus ja haluaisi enemmänkin, sitte se tuntee itsensä mummoksi kun omassa kotona vaan käppäsee, niin kulttuuri ja teatteri on ikääntymisen merkkejä vastaan.”

M 21 v. ”Tämä on Jarmo, hän on noin 50 v. hän on perustanut yrityksen, on pomo siinä. Hän toimii fonduekutsujen isäntänä. Tässä on hänen vaimonsa Viola, joka on lääkäri Oysissa. Molemmat ovat erittäin korkeasti koulutettuja. Jarmon lempiauto on BMW ja tässä heillä on fonduekutsut tuttavapariskunnan kanssa, Jarmon kaverin kanssa, jonka kanssa hän perusti sen yrityksen ja sitte he lähtevät teatteriin.”





N 23 v. "Tässä on teatterikävijän elämänkaari. Mennään aviomiehen kanssa treffeille, piristään vähän suhdetta, huulipunaa ja tässä ollaan 15v hääpäivä, mies otetaan vielä mukaan, nainen hymyilee paljon leveämmin, mies on teennäisesti. Sitte jossain vaiheessa huomataan, että meillä on paljon kivempaa, ku mennään ilman sitä miestä. Otetaan tyttökaverit mukaan, nyt ollaan siinä vaiheessa että pukeudutaan pelkkään mustaan. Sitten on tää kypsempi vaihe, ikääntynyt rouva, joka nauttii kulttuurielämyksistä. Ja viini kuuluu elämään. Mää laitoin tänne, että oma koti, se tarkoittaa että teatterissakävijä on jo maallisen omaisuuden saavuttanut, heijän ei tarte miettiä varallisuusasioita, ostetaan Marimekkoa ja muuta ihanaa designiä, käydään ulkona syömässä ja matkoilla, ollaan saatu laajennettua maailmankatsomustaan.